

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

“Estudio semiótico de la corbata y sus implicaciones sociales”



Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta

Diana Valeria Guzmán Bravo

Director de Tesis: Mtro. Adrián Flores Montiel

México, D.F., 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“Estudio semiótico de la corbata y sus implicaciones sociales”

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta

Diana Valeria Guzmán Bravo

Director de Tesis: Mtro. Adrián Flores Montiel

México, D.F., 2006

*A mi madre y a mi abuela mis dos grandes
ejemplos de vida.*

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1

El vestir, una necesidad.

1.1 Breve Historia del vestido

CAPÍTULO 2

La corbata en distintas épocas

2.1 Estilos

2.2 Diseños

2.3 Diseñadores

2.4 Materiales

2.5 Fabricación

CAPÍTULO 3

La Semiótica

3.1 Signo

3.1.1 Icono

3.1.2 Índice

3.1.3 Símbolo

3.2 La corbata y su símbolo

CAPÍTULO 4

Un caso de estudio

CAPÍTULO 5

Creación de imágenes

5.1 Imagen

5.2 Collage

5.3 Imagen Digital

5.4 Justificación de las imágenes

CONCLUSIÓN

GLOSARIO

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

El **DISEÑO GRÁFICO** es un lenguaje cotidiano, orientado a la resolución de problemas de comunicación visual que el hombre se plantea según sus necesidades a su continuo proceso de adaptación. Lo diseñado comprende el producto de esta acción, cuya variedad puede abarcar desde carteles, libros, revistas y folletos; hasta objetos, ornamentos, textiles, ilustraciones, imágenes, etc.

Cada vez nos damos cuenta como más fenómenos atañen a nuestra actividad, diseñar. La corbata es un objeto de diseño; sus telas, su forma, sus combinaciones, sus valores estéticos y su capacidad comunicativa son fenómenos inherentes al quehacer del diseño como disciplina. En primer lugar participamos directamente en el diseño de los motivos textiles que se reproducirán de manera impresa o tejida, dando lugar a hermosos patrones de rayas, cuadros, puntos, formas geométricas o diseños *paisley*, por mencionar solo algunos, en materiales como seda, casimir, algodón o lino. Además, dado que diseñar la comunicación gráfica consiste en proyectar los mensajes que el hombre requiere en objetos o imágenes, para establecer un orden que le signifique; podemos analizar como los objetos de diseño son portadores de lenguaje y deben ser estudiados como signos porque poseen en si mismos una gran capacidad de comunicación.

Este es el caso de la corbata, surge como respuesta a la necesidad básica del vestido; tiene su primer antecedente en Egipto, cuando algunos egipcios utilizaban un tejido triangular anudado al pecho y sufre a través del tiempo muchos cambios; ya no se trata de cubrir y proteger la piel, ahora responde a necesidades a partir de motivaciones estéticas, religiosas, económicas y sociales. Está viva, depende de toda una serie de referencias inmediatas sobre su entorno; es decir, adquiere una función social pues se convierte en una carta de presentación con todo tipo de interpretaciones; se ha cargado de símbolos, se puede comprender. Su diseño, color, material, manera de anudarse, precio y marca en particular, están cargadas de un significado que se pone en juego en el momento en que nos vemos en la posibilidad de imaginar quienes quisiéramos ser y a un nivel de interpretes serlo. Estos motivos nos permiten entender como un símbolo representa a su objeto y funciona con base en el enlace de la expresión formal y su concepto o contenido.

Lo diseñado en el campo de la semiótica, es dar significación a las cosas y por lo tanto la corbata, al ser un objeto de diseño, es considerada polisémica por ser portadora de diversos mensajes cuyas posibilidades permiten una variada interpretación de los fenómenos sociales; motivo por el cual adquiere independencia e identidad propia.

La semiótica es la ciencia que estudia los signos y los símbolos así como su funcionamiento, gracias a ella podemos interpretar y comprender sus procesos de comunicación. Es por ello que en esta tesis se analizan desde un punto de vista semiótico, las características pragmáticas, sintácticas y semánticas por las que esta prenda de vestir se ha convertido en un símbolo dentro de la sociedad.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A través del tiempo, el vestido ha sufrido muchos cambios. Ya no se trata solamente de la necesidad de cubrir y proteger la piel; ahora la sociedad se preocupa por una constante invención de necesidades a partir de motivaciones estéticas, religiosas, económicas y sociales. Las prendas de vestir no son únicamente protección, están vivas, dependen de toda una serie de referencias inmediatas sobre su entorno, es decir, adquieren una función social pues se convierten desde la época antigua en una carta de presentación con todo tipo de interpretaciones.

Tal es el caso de la corbata; aparece con los oradores romanos que la utilizaban por la necesidad de cubrir sus cuellos para calentar y cuidar sus cuerdas vocales; llegando a nuestros días como una prenda capaz de hacer un sin fin de revelaciones sobre quién las usa, se ha cargado de significado.

La corbata es un símbolo, nos da la posibilidad de imaginar e interpretar ¿quiénes somos? y ¿quién quisiéramos ser? Además nos da la posibilidad de serlo cuando decidimos portar una de ellas.

ANTECEDENTES

La corbata es una prenda de vestir clásica para el hombre. A lo largo del siglo XX, la corbata se ha ido convirtiendo en una prenda decorativa de la moda masculina en el mundo occidental. Hoy la corbata presenta infinidad de variaciones en cuanto a color, forma, estampado y tela; incluso ha llegado a portar en sí misma una gran carga simbólica y puede cambiar la manera en que somos interpretados por los demás. Su uso tiene como primeros antecedentes a Egipto; los egipcios, utilizaban un tejido triangular anudado al pecho, que bien podría ser considerado un antepasado de la corbata tal como la conocemos hoy.

Otro de sus antecedentes directos se encuentra en China, durante el imperio de Shing Huang Ti (260-209 A.C.); este emperador contaba con un ejército en el que cada soldado llevaba un pañuelo anudado al cuello.

De aquí nos trasladamos a los antiguos romanos donde sus oradores solían llevar igualmente alrededor del cuello una tira de tejido fino para calentar y proteger su garganta, así como sus cuerdas vocales de los rigores del tiempo, a esta prenda se le llamó focale y es probable que provenga de la expresión fauces que significa garganta o cuello.

Su origen más claro lo encontramos en 1660, en la contienda entre el regimiento Croata y los Turcos. Este regimiento (parte del imperio Austro-Húngaro), en una de sus visitas a París en el que se presentaban como héroes ante su Majestad Luis XIV, los oficiales llevaban al cuello unos pañuelos de colores. Tanto gustaron a Luis XIV que diseñó para el regimiento real un pañuelo con la insignia Real, y al que denominó Cravette, proveniente del vocablo Crabete, que significa Croata. A este regimiento se le conoció como el Royal Cravette y bastó su llegada para que dicha prenda se propagara primero a Francia y después a toda Europa. En un principio la corbata consistía en una simple tira de lino a la que se hacía un nudo de pajarita o una lazada bajo el mentón; había todo tipo de tejidos y estampados, no existían patrones determinados para tal prenda, así que se podían ver, incluso, con borlas y cordones y de múltiples tamaños; con el paso del tiempo los tejidos fueron haciéndose más finos.

Durante la Revolución Francesa la corbata expresaba pensamientos políticos, es decir, los revolucionarios hacían uso de corbatas de color negro y los antirrevolucionarios de color blanco. Después surgió la moda de los incroyables en donde se anudaba de forma muy llamativa los pañuelos alrededor del cuello.

Volviendo al siglo XVII, en Londres, se conoció como la moda de las servilletas a un movimiento encabezado por "El Rey de la Moda", Lord George Brummell (1781-1840), un personaje extravagante; hizo famosas sus sesiones de casi una hora dedicadas a ponerse la corbata, para las que contaba con la asistencia de dos ayudantes. De esa manera inesperada nació "el arte de anudarse la corbata" que, para entonces, ya se había propagado a gran parte de Europa hasta que su uso terminó volviéndose universal.

En el siglo XIX la moda se volvió más sencilla y más sobria; en 1860 desapareció el cuello alzado y se doblaron los cuellos de las camisas, nació lo que conocemos como la actual corbata, una tira larga anudada en la parte delantera con medidas que los especialistas consideran clásicas, 10 a 11 cm en la parte más ancha, un largo total de 1.35m y en la parte más estrecha se respetan las proporciones de 3.5 a 4cm.

En 1920 el americano Jesse Langsdorf cortó el tejido al bies y la elaboró a partir de tres piezas, método que se utiliza hasta hoy aún en las corbatas de más alta calidad. Con el tiempo las hemos visto rayadas, a cuadros, estampadas, a veces más anchas, otras más estrechas pero lo que no se puede negar es que se ha convertido en un accesorio indispensable del atuendo masculino que nos da la posibilidad de imaginar e interpretar ¿quiénes somos? y ¿quién quisiéramos ser?

OBJETIVO GENERAL

Comprobar mediante un estudio y un análisis semiótico que la corbata se ha convertido en un símbolo con lenguaje propio y con implicaciones directas en la sociedad.

OBJETIVOS PARTICULARES

- Conocer la historia del vestido.
- Conocer los antecedentes y el desarrollo de la corbata.
- Analizar a la corbata como símbolo desde sus niveles pragmático, sintáctico y semántico.
- Crear mediante diferentes técnicas como el dibujo, el collage y la fotografía imágenes que ilustren visualmente el análisis realizado.
- Escoger los soportes físicos, gráficos y visuales para las imágenes producidas.

HIPÓTESIS

Mediante la investigación documental, de campo y la utilización de conocimientos Histórico-Contextuales/ Teórico-Metodológicos podremos entender como un símbolo representa a su objeto y funciona basado en el enlace de la expresión formal y el concepto o contenido aplicado en un caso de específico de estudio, obteniendo como resultado la creación de imágenes mediante diferentes técnicas que den contundencia al análisis realizado.

JUSTIFICACIÓN

“Todo objeto tiene una existencia material y una existencia semiótica. Y en este segundo aspecto los objetos y las cosas significan, es decir, se asocian a ideas, evocan. Somos nosotros quienes proyectamos ideas sobre ellos...”

John Fiske

La Semiótica es la ciencia que estudia los signos y los símbolos así como su funcionamiento, gracias a ella podemos interpretar y comprender sus procesos de comunicación.

Es por ello que en esta tesis se analizarán desde un punto de vista semiótico, las características pragmáticas, sintácticas y semióticas por las que esta prenda de vestir se ha convertido en un símbolo dentro de la sociedad.

CAPÍTULO 1



El vestir, una necesidad.

La **NECESIDAD** es el factor motivacional más importante en la configuración del entorno, es el resultado de la conciencia de alguna deficiencia que cuando es satisfecha produce sensaciones gratificantes de goce, placer, bienestar o relajamiento.

Abraham Maslow en su teoría psicológica define que conforme se satisfacen las necesidades básicas; los humanos, desarrollamos necesidades y deseos más altos.

Las necesidades según Maslow se pueden clasificar en:

-Necesidades básicas: se encuentran en el primer nivel y su satisfacción es necesaria para sobrevivir. Son el hambre, la sed, el vestido, etc.

-Necesidades de seguridad: están situadas en el segundo nivel, son la seguridad y protección física, orden y estabilidad.

-Necesidades sociales o de pertenencia: están relacionadas con los contactos sociales y la vida económica. Son necesidades de pertenencia a grupos, organizaciones, entre otros.

-Necesidades de status y prestigio: su satisfacción se produce cuando aumenta la iniciativa, autonomía y responsabilidad del individuo. Son necesidades de respeto, prestigio, admiración y poder.

-Necesidades de autorrealización: surgen de la necesidad de llegar a realizar el sistema de valores de cada individuo, es decir lograr sus máximas aspiraciones personales.¹

En este estudio nos centraremos en las necesidades que son satisfechas mediante el vestido o indumentaria, ya que ésta ha respondido a diversas necesidades de la vida y adquiere una gran importancia por su relación directa con la historia y con lo social, a través de los siglos se puede juzgar a los hombres por las prendas que llevan; entonces se les comprende mejor y de una forma más completa; aunado a las obras que escriben o que realizan.

En primer lugar el atuendo responde a una necesidad básica, pues el ser humano nace desnudo, necesita cubrirse para protegerse del calor y del frío, así como de la lluvia, la nieve y los rayos del sol.

1. Gross, Richard, *Psicología: La ciencia de la mente y la conducta*, 3a. ed, México, Ed. Manual Moderno, 2004, 194 p.

La motivación primaria para el surgimiento de la indumentaria, ya sea mágica, utilitaria u ornamental, al distinguir esta última como fenómeno estético, lúdico o sexual; puede esclarecerse considerando cada tipo de cultura por separado, habiendo prevalecido una función u otra según las características de su entorno.

1.1 Breve historia del vestido

El **VESTIDO** o **INDUMENTARIA** es un conjunto de prendas o atuendos personales, que el hombre ha utilizado desde la prehistoria, en todas las culturas, para cubrir su desnudez; ha estado ligada directamente al surgimiento del simbolismo fálico; ya que todos los objetos, ornamentos y vestimentas hechas por el hombre reproducen de una u otra manera el miembro viril pues se le asigna un valor mágico. La imagen fálica creció de manera ilimitada y se emplea para representar casi el todo por medio de objetos alargados, rígidos y erguidos, cuyo uso además transmite de forma inconciente según Desmond Morris, señales de carácter sexual.

Durante el paso de la historia encontramos esta misma constante; se ha simbolizado la exhibición de los órganos genitales, a través del empleo de prendas de vestir con una forma similar; así diversos elementos de la indumentaria como los zapatos, el sombrero, la corbata y prendas grandes y voluminosas pueden ser símbolos fálicos; mientras que el cinturón, la liga, la mayor parte de las joyas e incluso los alhajeros pueden considerarse como símbolos vaginales.⁴

El principal factor determinante del tipo de ropa en las diferentes épocas y lugares es el clima. En la evolución de la vestimenta también han influido los estilos, las modas, los materiales, las tecnologías disponibles, los códigos sexuales, la posición social, las migraciones humanas y las tradiciones.

La historia del vestido comienza desde la idea ingenua, basada en la historia del Génesis de que el hombre empezó a vestirse por razones de pudor; a través de la hoja de higuera, considerada como la primera prenda de vestir, hasta ideas más sofisticadas. El verdadero comienzo se da antes de que las primeras civilizaciones de Egipto y Mesopotamia hicieran su aparición, las pinturas rupestres han proporcionado documentación mucho más antigua en donde se dan a conocer una serie de glaciaciones en las que el clima de gran parte de Europa fue extremadamente frío. Al final de las culturas paleolíticas en las que los instrumentos y las armas se hacían tallando piedras duras como el pedernal, la vida se desarrollaba en el límite de los grandes glaciares que cubrían gran parte de los continentes y el hombre primitivo al ser desprovisto de un manto para cubrirse comenzó a cazar animales para obtener alimento y cubrirse con su piel.⁵

4. Hensen, Henry Horald, *op. cit.*, nota 2, 88 p.

5. *Ibid.*, 9 p.

- Griegos y Romanos

Los primeros habitantes de Asia menor y de la península griega, llevaban una especie de calzas y una túnica con mangas similar al traje persa. En las civilizaciones griega y romana se desarrolló un traje extremadamente sencillo y cómodo formado por el quitón, la clámide y el peplo. El quitón, la prenda base era corto en el hombre y hasta los tobillos en la mujer; la clámide era una capa corta doblada o sujeta en un hombro que a menudo se llevaba como única prenda; era sustituido en invierno por un manto más largo. La mujer vestía el peplo, versión masculina de la clámide, iba sujeto a la cintura y tapaba los tobillos.

Los primeros romanos llevaban la túnica semejante a una camisa y la toga prenda característica de Roma similar a la clámide; era una pieza de lana de forma oval mucho más amplia que esta, medía aproximadamente tres veces la altura de la persona, se doblaba a lo largo y se drapeaba de forma estudiada.

En el imperio romano, excepto en la Ciudad de Roma donde estaban prohibidas por la ley, se adoptó el uso de las calzas que utilizaron los pueblos conquistados del norte de Europa para protegerse del frío. En esta época también se introdujeron los pantalones, procedentes también del norte de Europa.

- India antigua

Se cree que ambos sexos llevaban prendas sujetas a la cintura y con la parte superior al descubierto. Los hombres llevaban turbantes y las mujeres lucían largos pañuelos en la cabeza, además de abundantes joyas. Esta forma de vestir permaneció hasta la conquista musulmana de India en el siglo XII (D.C.).

- China antigua

Las primeras representaciones de vestidos chinos, de la dinastía Han (206 A.C.-220 D.C.) muestran trajes largos con amplias mangas ceñidos a la cintura, así como chaquetas y pantalones para ambos sexos.

1.1.2 El vestido en Occidente

La **TRANSICIÓN** de la época clásica a la medieval en la historia del vestido se hizo poco a poco. Las invasiones de pueblos del norte introdujeron los pantalones, las túnicas ajustadas y las capuchas pero pasarían 300 años para que surgiera un estilo occidental resultado de la fusión de la forma de vestir romana y las maneras del norte de Europa.



Grecia, estela funeraria Museo Nacional de Nápoles



India, estatua de Sūrya dios del sol



China, Kuan Lin guiando a una alma, Museo Británico

plisado era una prenda amplia y con caída como la de los hombres. Las faldas eran largas hasta los pies, como aislamiento del frío.

Una nueva invención de esta época fue el corsé para realzar la figura femenina, vistosos tocados y velos hasta el suelo.

En el siglo XIV las prendas de vestir femeninas se hicieron más ajustadas como las de los hombres y en el siglo XV más complicadas y forradas. En este siglo se desarrollaron telares nuevos y más perfeccionados que dieron lugar a toda una nueva gama de tejidos, base de la rica y compleja indumentaria del Renacimiento.

- Renacimiento

Las prendas típicas del Renacimiento se desarrollaron en Italia donde a raíz de Carlos VIII de Francia en 1494 se extendieron al resto de Europa. La túnica de cuello bajo así como la camisa en el hombre y las capas igual de sencillas, de cuello bajo en la mujer; ejercieron un efecto breve pero intenso.

En 1620 había desaparecido la sencillez y la línea vertical de las prendas medievales, fue sustituida por la línea horizontal del traje del Renacimiento; además de surgir el "acuchillado", tendencia que surge en el sur de Alemania, perdurando hasta el siglo XVII la cual consiste en unas aberturas semejantes a cuchilladas en el tejido exterior que dejaban ver una tela distinta por debajo.

El desarrollo más importante de esta época fue la utilización de las camisas donde una vez que la camisa quedaba a la vista tenía que ser adornada; los ribetes de encajes y volantes en cuello y mangas se convirtieron en menos de 50 años en gorgueras almidonadas.

Las prendas masculinas aparte de una mayor ornamentación tuvieron un alargamiento en los calzones y como era normal eran muy adornados por quedar a la vista.

Por otra parte la mujer fue luciendo cada vez prendas más restrictivas; a principios del Renacimiento apareció un corsé largo y rígido en forma de cono más largo por la parte delantera que oprimía la anatomía de la mujer y el pecho era obligado a sobresalir por encima del corsé. A partir de la Revolución Francesa la vestimenta varió, pero la práctica de distorsionar la figura de la mujer persistió. Aunque la rigidez del corsé se vio algo aliviada al sustituirse las guías metálicas por huesos de ballena, las prendas se hicieron más incómodas por la costumbre de dar volumen a las faldas con la adición de armazones que podían ser desde bolsas de salvado hasta complicadas armaduras metálicas.



Renacimiento, Juan Pantoja de la Cruz, retrato de Alejandro Farnesio, monasterio de El Escorial



s. XVII Rubens con su esposa, Alte Pinakothek, Munich

Aunque en el Renacimiento las prendas básicas siguieron siendo las mismas que en la Edad Media, el estilo relativamente natural fue sustituido por formas complicadas, encajes y forros que proporcionaban un aspecto de rigidez.

- Siglo XVII

Se siguió llevando el corsé en forma de cono, a finales de siglo aparece el traje suelto o mantúa (derivado del nombre de la ciudad del norte de Italia).

A principios de siglo los hombres seguían llevando las prendas de finales de la Edad Media (casaca, calzones, calzas y capa) y una capa circular. La casaca seguía siendo una capa pero constaba de dos piezas delanteras y traseras, se abotonaban para formar el cuerpo y las piezas de los hombros formaban las mangas. Este práctico invento dio lugar más tarde al tradicional traje de montar a caballo.



s. XVIII, retrato de Luis XIV Museo, Louvre Francia

La peluca, excentricidad introducida por Luis XIII para ocultar su calvicie, figuró durante más de un siglo como prenda indispensable en el guardarropa de los caballeros. La peluca empolvada en blanco o gris, grande y aparatosa, o bien pequeña y sencilla; sustituyó al pelo natural de los caballeros.

- Siglo XVIII

Se caracteriza por la utilización de tejidos ligeros y claros en oposición a lo oscuro y lúgubre de los siglos anteriores. Aunque las mujeres seguían llevando largos corsés en forma de cono, con la llegada de las sedas de colores claros y la capa suelta o mantúa desapareció el aspecto rígido del pasado, un suave encaje sustituía a las gorgueras almidonadas y serias del siglo anterior. En Francia debido a su revolución, la ropa se hizo más rígida, más sofisticada y formalista. En Inglaterra que se dirigía hacia un cambio social más ordenado y un mejor

desarrollo industrial cambiaron por un atuendo más práctico de las clases obreras. Mientras los franceses lucían rígidos brocados, los ingleses adoptaron los tejidos de lana.



s. XIX, retrato de Doña Dolores Tosta de Juan Cordero

A raíz de la Revolución Francesa hubo dos cambios radicales: el hombre volvió a utilizar pantalones y la mujer regresa a lo que fue el estilo clásico griego. Desaparecieron durante algún tiempo los corsés siendo sustituidos por tejidos ligeros de aspecto natural, cinturas altas, brazos desnudos y corpiños cortos.

- Siglo XIX

A principios de siglo durante el imperio napoleónico, se produjo una vuelta al formalismo y a lo recargado. La restauración de la monarquía francesa en 1814

produjo una reacción en el aspecto femenino de la vestimenta, regresando de nuevo a los corsés y las crinolinas; a diferencia de la Revolución Industrial que produjo una serie de rápidos cambios y facilitó la fabricación de vestidos femeninos. La única prenda que permaneció, a pesar de los cambios de silueta, cuello, mangas y colores fue el corsé.

- Siglo XX

Las guerras y las revueltas sociales trajeron los últimos cambios radicales de la historia del vestido.

La lucha de la mujer contra las limitaciones sociales y política fue acompañada de la desaparición del corsé. A partir de la 1ª Guerra Mundial reapareció la silueta natural de la mujer con la posibilidad de dejar ver las piernas. Durante la contienda, la incomodidad de trabajar con traje largo trajo un gran cambio, a mediados de 1920 las faldas subieron hasta las rodillas y en 1930 la modista francesa Coco Channel revolucionó la forma de vestir de la mujer al incorporar a su guardarropa una prenda masculina, los pantalones.



s. XX, colección Anita Monrós ab.d.
Celina Degregory, 1929

1.1.3 El vestido en Oriente

Fuera de la **INFLUENCIA** de Europa Occidental la forma de vestir tiende a ser tradicional y las pequeñas variaciones locales se deben a la influencia de conquistas o migraciones.

- África

La ropa tradicional africana sigue por lo general la tradición del drapeado más que la del traje ajustado como se esperaría debido al clima.

- Oriente próximo

La indumentaria de oriente, muestra una mezcla de influencias de épocas antiguas; contiene una rica combinación de tradiciones en el vestir, adaptadas al clima y a las actividades locales. Esta indumentaria casi no ha variado y se seguía utilizando el traje tradicional de los antiguos tiempos en tejidos de seda; hasta las últimas décadas en las que la producción industrial de ropa occidental ha sustituido rápidamente a la producción manual del traje tradicional; sin embargo han regresado algunas formas básicas del traje tradicional, lo que refleja el apogeo del nacionalismo y la vuelta a los valores fundamentales del Islam.



China, Tejedores de seda

- India

A partir del siglo XII los conquistadores musulmanes cambiaron de forma drástica el vestido de la India; cubrieron el cuerpo al máximo e introdujeron en el atuendo masculino el traje de manga larga; la seda es prohibida por la religión por lo que se sustituye por algodón y lana. La mujer se vestía en un principio con pantalones, blusas largas y chaquetas cortas, pero después se dio paso a las faldas y a las blusas cortas, estilo que permanece hasta hoy.

- China

La forma de vestir china sigue siendo la tradicional clásica de complejos vestidos y trajes sueltos de talle alto, faldas plisadas y chaquetas largas.

El vestido puede tener una función múltiple ya sea utilitaria-protectora o estético ornamental, en este sentido encontramos numerosos objetos como las joyas, cadenas pulseras, anillos, entre otros; que pasan a desempeñar una función acentuadamente ornamental además de convertirse en signos de diferenciación, personalización o estatus; este es el caso del la corbata.

CAPÍTULO 2



G-DAITIECORBATA**CRAVATA**FOCALE**LING-DAITIE**CORBATA**CRAVATA**FOCALE**LING-DAITIE**C

La corbata en distintas épocas

La **CORBATA** es una prenda de vestir clásica para el hombre. A lo largo del siglo XX, la corbata se ha ido convirtiendo en una prenda decorativa de la moda masculina en el mundo occidental. Hoy la corbata presenta infinidad de variaciones en cuanto a color, forma, estampado y tela; incluso ha llegado a portar en sí misma una gran carga simbólica y puede cambiar la manera en que somos interpretados por los demás. Su uso tiene como primeros antecedentes a Egipto; los egipcios, utilizaban un tejido triangular anudado al pecho, que bien podría ser considerado un antepasado de la corbata tal como la conocemos hoy.

Otro de sus antecedentes directos se encuentra en China, durante el imperio de Shing Huang Ti (260-209 A.C.); este emperador contaba con un ejército en el que cada soldado llevaba un pañuelo anudado al cuello.

De aquí nos trasladamos a los antiguos romanos donde sus oradores solían llevar igualmente alrededor del cuello una tira de tejido fino para calentar y proteger su garganta, así como sus cuerdas vocales de los rigores del tiempo, a esta prenda se le llamó focale y es probable que provenga de la expresión fauces que significa garganta o cuello.

Su origen más claro lo encontramos en 1660, en la contienda entre el regimiento Croata y los Turcos. Este regimiento (parte del imperio Austro-Húngaro), en una de sus visitas a París en el que se presentaban como héroes ante su Majestad Luis XIV, los oficiales llevaban al cuello unos pañuelos de colores. Tanto gustaron a Luis XIV que diseñó para el regimiento real un pañuelo con la insignia Real, y al que denominó Cravette, proveniente del vocablo Crabete, que significa Croata. A este regimiento se le conoció como el Royal Cravette y bastó su llegada para que dicha prenda se propagara primero a Francia y después a toda Europa. En un principio la corbata consistía en una simple tira de lino a la que se hacía un nudo de pajarita o una lazada bajo el mentón; había todo tipo de tejidos y estampados, no existían patrones determinados para tal prenda, así que se podían ver, incluso, con borlas y cordones y de múltiples tamaños; con el paso del tiempo los tejidos fueron haciéndose más finos.

Durante la Revolución Francesa la corbata expresaba pensamientos políticos, es decir, los revolucionarios hacían uso de corbatas de color negro y los anti-



Soldado chino, Imperio Shing Huang Ti, (260-209 A.C.)



Relieve croata

Corbatas de cinco dobleces

Estas corbatas son las que podemos considerar como las cotidianas que vemos alrededor del cuello de los hombres en cualquier ocasión y pueden tener ciertos terminados que las caracterizan aún más, podemos encontrar las hechas completamente a mano que cuentan con un lujo excepcional, las hechas a máquina pero con acabado a mano y las hechas completamente a máquina; de esto dependerá su calidad y precio en el mercado.

Además estas corbatas pueden ser de dos tipos:

Corbatas Tejidas también conocidas como Corbatas Jacquard que son las más prestigiosas del mercado, sus diseños son tejidos directamente en la fábrica, con diferentes colores de hilos.

Corbatas Impresas que son más usuales y permiten una variedad infinita en el diseño ya que los patrones de colores están impresos en la seda al natural.

2.2 Diseños

Desde que **COMENZARON** a prosperar las corbatas, sus diseños han sido inventados, analizados y agrupados en familias; pues esto determinará su tejido y en ciertos casos su impresión. Por último, un factor más de agrupación son los procesos de fabricación a utilizar.

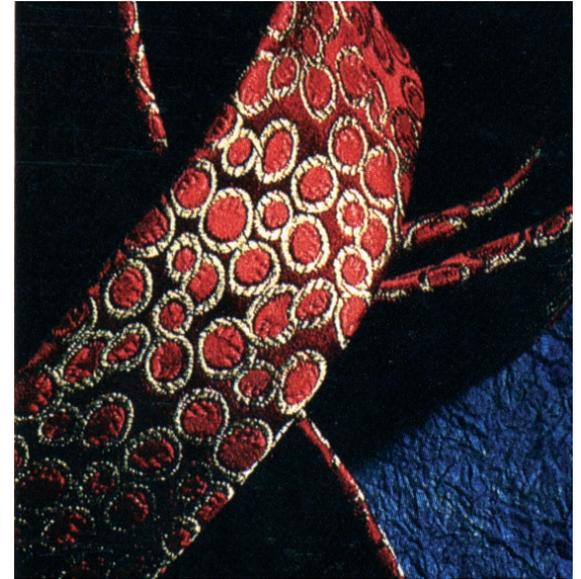
Corbatas all-over

A través del mundo, el término all-over se utiliza para señalar una de las más amplias configuraciones de diseño: cubrir toda la superficie de la corbata con simples o múltiples motivos, pudiéndose asociar o encontrarse individualmente.

El éxito de este diseño se debe a la repetición de motivos y a la variación de un modelo a otro. Además, el prestigio histórico asociado a tales diseños ya que en su uso encontramos insignias reales, túnicas de coronación, objetos litúrgicos e imágenes que representan aspectos divinos. El ejemplo más famoso de esta categoría es la "Flor de Lys", emblema de la monarquía francesa que todavía podemos encontrar en las corbatas de hoy. El all-over puede otorgar cierta dignidad, incluso a las más excéntricas formas.

Corbatas de grandes motivos

El uso de grandes motivos, ocupando casi toda la cara a lo ancho, es otro de los principales diseños. Estos motivos sobrecrecidos primero aparecieron





en 1930 cuando los fabricantes de corbatas de seda empezaron a usar diseños desarrollados inicialmente por productores de tapicería; en el curso de la siguiente década esta práctica se tomó y se transformó por los americanos y europeos. Estos motivos estuvieron fuera de moda por algún tiempo y ahora están regresando en algunos diseñadores audaces como Kenzo, Versace y Leonard.

En una corriente más clásica las corbatas de Hermès inspiradas por sus bien conocidas grecas cuadradas también pertenecen a esta categoría.

Corbatas underknots (bajo el nudo)



La decoración en el diseño de una underknot está situada exactamente abajo del nudo o un poquito más abajo donde las solapas del saco se cruzan. Este diseño puede tomar muchas formas incluyendo figuras geométricas, escudos y medallones. Los tejedores de seda al producir la materia prima con los diseños de la underknot pueden adoptar la más grande posibilidad de motivo repetido; desde que el motivo apareció en la corbata una sola vez, es usualmente tejido dentro del material en un intervalo de 27 pulgadas. Con el regreso de las modas no debe sorprendernos si diseños como estos vuelven a la escena.



Corbatas de diseños clásicos

Ciertos adornos que se pudieron llamar obra clásica siguen siendo más o menos constantes o vuelven a la moda en ciclos. Algunos de estos diseños fueron ideados hace un siglo y son preservados en forma de muestras de tela en los archivos de tejedores e impresores. Solo necesitan del ojo de un diseñador de corbatas para volver a la vanguardia. Muchas de las más grandes corbatas son rediseñadas o vueltas a hacer con versiones levemente revisadas de estos viejos diseños.



Corbatas de diseños geométricos

En los años veinte la firma Macclesfields comenzó a ser extensamente usada en Europa y los Estados Unidos; sus diamantes, círculos, cuadros, óvalos y rectángulos se pueden ver hoy todavía, solos o en combinaciones en una gran cantidad de corbatas.

Entre adornos geométricos, el diamante o las formas romboides han gozado siempre de un estatus privilegiado sin duda alguna por que armonizan bien con las extremidades acentuadas de la corbata actual. Debido a su sencillez, a sus hermosas líneas y a los maravillosos resultados de sus combinaciones, los motivos geométricos clásicos superan lo efímero de la moda.

Corbatas rayadas

En un principio, la historia de la ropa rayada había sido vista como la marca de algo infame o merecedor de burlas. Hasta hace poco tiempo las rayas habían sido además asociadas a los uniformes de los convictos en prisión, esta tradición data de la Edad Media, donde según el medievalista Michael Pastoureau, explica como individuos reales o imaginarios (desde judíos y herejes hasta juglares o bufones) vestían ropa rayada debido a una cierta convención social, literaria o iconográfica y así eran de una forma u otra excluidos.

Después de muchos años el éxito de las rayas se debe al hecho de: no son un Diseño, técnicamente hablando. Tejerlas requiere nada más que cambiar el color del hilo en el telar, esto significa que son rentables dada la simpleza de su realización.

Los militares han vestido corbatas rayadas tan a menudo, desempeñado así un papel más decisivo en su éxito. Los estándares de color en las capas de brazos y uniformes militares han servido siempre como identificadores en el campo de batalla. Inglaterra nos provee de un color particular que es utilizado para distinguir un regimiento de otro; diversos regimientos usaron corbatas rayadas en su color regimental, la corbata adornada con rayas dispuestas diagonalmente, llegaría a ser una característica inseparable del uniforme inglés. Esto inició el gusto universal por las corbatas de regimiento, después corbatas de club y de escuelas usando colores de colegios y universidades como Oxford y Cambridge.

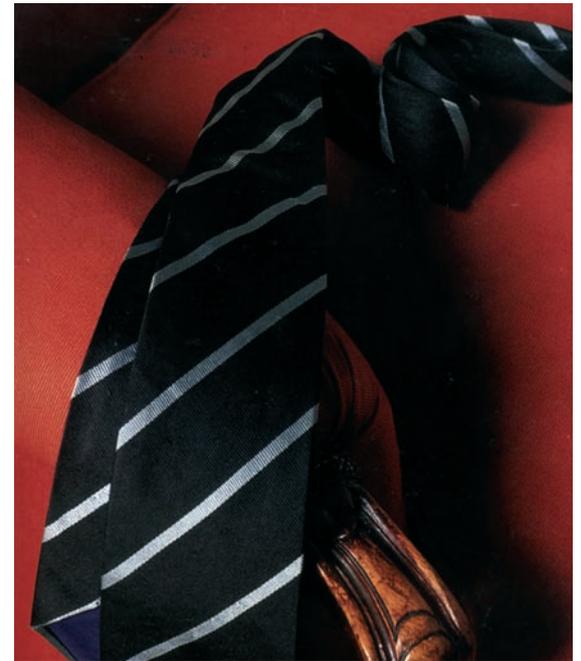
Corbatas de puntos

Junto a las pequeñas formas geométricas, los puntos están entre los primeros diseños utilizados en las corbatas. La metamorfosis del punto en un adorno masculino aceptable y clásico se debe a Sir Thomas Lipton, quien usó siempre una corbata de lazo azul con puntos blancos de diseño propio, accesorio que pronto sería nombrado el "Lipton".

El punto ha pasado hoy a ser un clásico, los puntos en corbatas Lipton eran y permanecen del tamaño de un confeti; los puntos en esta escala son los más antiguos y clásicos.

Charvet ha establecido un tamaño más grande que es nombrado en francés pastille (pelotilla) debido a que los puntos se asemejan a pequeñas velas redondas del mismo nombre, son generalmente de muchos colores y hechos de tejidos que contrastan.

El punto del Polka es el tercer tamaño, en un principio se puso en orden en un quincunx, arreglo compuesto por cuatro puntos que rodean un quinto en





Corbatas Paisley

Las corbatas Paisley son decoradas con patrones que toman la forma de gotas o lágrimas.

Los orígenes de Paisley que gozan de un estatus ultra-clásico en el mundo de las corbatas, datan de la civilización babilónica antigua. El diseño Paisley es una estilizada variación del símbolo de la fertilidad que proporcionó todo lo esencial para la supervivencia: alimento y bebida, materia prima para hacer objetos útiles y madera para la construcción. Apareciendo en textiles, relieves y trabajos en metal, este emblema de la vida se extendió a través del mundo indoeuropeo dejando rastros en el arte céltico. Aunque pronto desaparecieron de los mundos griego y romano continuó prosperando en la región de la India, especialmente en la región de Kashmir donde en el siglo XVII sus tejedores comenzaron a producir los suntuosos mantones adornados con el motivo Paisley combinados con toda clase de formas vegetales. Pero fue en Paisley, Escocia, una ciudad pequeña de tejedores cerca de Glasgow que produjeron un gran número de bufandas con este diseño, llegando así a ser conocido con el nombre de este lugar.

El diseño Paisley en forma impresa o tejida se ha utilizado como motivo decorativo no solo en bufandas, también en corbatas de seda y lana pura o en combinaciones de seda, lana y algodón.

En respuesta al cambio de la moda, este adorno sigue siendo constantemente actualizado. Centenares de nuevos motivos Paisley hacen su aparición en corbatas cada año. El adorno proporciona ricas oportunidades para el matiz colorístico y la invención formal, además de ser utilizado en complicadas técnicas de tejido.

Los adornos Paisley ahora logran su complejidad en corbatas impresas y tienen como representantes a los impresores admirados universalmente David Evans de Inglaterra, especializado en versiones clásicas y a la firma italiana Ratti que utiliza formas y esquemas de color más sofisticados.

Corbatas de cuadros escoceses

Frecuentemente usados en corbatas, los cuadros escoceses fueron utilizados originalmente solo por representantes del clan escocés o irlandés. La mayoría



de los cuadros escoceses convertidos por los diseñadores de hoy, no son afines a ningún clan y así pueden ser utilizados sin temor a ofenderlos.

Estas corbatas han sobrevivido todos los cambios de la moda, son regularmente hechas de lana, asociadas directamente con las faldas escocesas y por alguna razón utilizadas frecuentemente por hombres jóvenes.

Corbatas con diseños figurativos

La audacia y la invención en el diseño de la corbata se pueden ver más claramente en las corbatas de esta categoría. Generalmente los miembros de tres diferentes profesiones colaboran en la producción de estos nuevos diseños: el grupo que marca su aparición en la corbata (un fabricante de camisas, un modisto, una línea lista para venderse o una cadena de almacén); el diseñador de corbatas (quien diseña los modelos para sus clientes y supervisa a menudo el proceso de producción actual) y el fabricante de la tela. Las relaciones entre los tres pueden variar considerablemente, el impulso inicial para un nuevo diseño puede venir de cualquiera de estos grupos; este impulso conduce entonces a los intercambios creativos entre ellos.

Corbatas con diseños deportivos y de caza

Son otra categoría de diseños con acento inglés, donde originalmente significa estatus. Son la caza y los diseños deportivos los más clásicos de todos los adornos figurativos; incorporaron su uso en corbatas a principios del siglo XX, generalmente en pequeñas ediciones. La caza, la pesca y ciertos deportes británicos como el golf y el polo proporcionan una excusa para el uso de figuras que representan temas relacionados: estribos, sillas de montar, caballos, patos, faisanes, pescados, golf y clubes. Esta familia de adornos no se habría separado de la Gran Bretaña y llegado a la aceptación mundial si no fuera por la gran influencia de los ingleses en la moda masculina. Así como las estructuras de rayas identificadas con regimientos, escuelas y universidades británicas, estos adornos perdieron mucho de su significado original cuando cruzaron el Atlántico; en Chicago o Los Ángeles no se necesita ser cazador para lucir algunas de esas figuras en su corbata.

En Francia, Henri d'Origny, un amante apasionado de los caballos y diseñador para Hermès, lanzó sus diseños ecuestres como adornos en las corbatas de los años cincuenta; intensificándose en los ochenta por el americano Ralph Lauren y sus numerosos imitadores que inundaron al mundo con sus jugadores de polo (emblema de Ralph Lauren), pequeños patos y raquetas de tenis.



Corbatas con diseños de animales



No todos los animales están asociados con los deportes y la caza, son considerados como una “novedad” en diseño; este término en el léxico de las corbatas se refiere a cualquier cosa que no es clásica, sino algo audaz y de moda. Fabricantes de tela, fabricantes de corbatas y modistos pretenden crear nuevos diseños. Una de las leyes de hierro del diseño es crear corbatas que sean alegres en épocas de crisis y serias en época de prosperidad, esto es por que los diseños novedosos están de moda, especialmente éstos que ofrecen animales inusuales, algunos de los cuales están en proceso de convertirse en clásicos. Desde principios de los noventa se repiten los motivos que ofrecen pequeños animales, proliferando hasta tal punto que cada especie debe haber tenido su momento, incluyendo especies extintas.

Esta manía se debe quizá al ascenso de la conciencia ecológica y al cariño de las mujeres por estos pequeños animales (aman ver a sus parejas utilizándolas).

Corbatas con diseños de plantas



Los diseños de flor son clásicos cuando son estilizados y en pequeña escala y transmiten que no hay duda de la virilidad del que las usa. Las flores aparecieron en los cuellos masculinos a finales del siglo XIX, al mismo tiempo que los motivos o diseños de hojas. Las flores más exuberantes y brillantemente coloreadas, gozaron de un primer momento de gloria en Estados Unidos en la década de los cuarenta y un segundo con los hippies en los años sesenta; los “niños de la flor” tomaron como lema “paz y amor” y abrazaron un feminizado modo de vestir masculino, haciendo de las flores su emblema. Los verdaderos hippies no utilizaron la corbata, pero muchos jóvenes de clase media se ataviaron con extravagantes corbatas floreadas representadas con distinción en tal vestido.

Una vez que las flores salieron de moda, los adornos de flores entraron en un largo receso. Hoy las flores han vuelto a escena, Hermès ahora vende corbatas diseñadas con verdaderos jardines de flores y frutas. Muchos otros fabricantes de corbatas están agregando estos diseños barrocos.

Corbatas con diseños humorísticos

Los adornos humorísticos son diseñados para elevar una sonrisa, parodiando generalmente los motivos clásicos; en América estas corbatas a menudo son llamadas los “iniciadores de conversación” porque los inusuales diseños pueden comenzar un pronto diálogo y facilitan la interacción social.

En el centenario de Dunhill en 1993 se crearon corbatas especiales más comprometidas con difundir su sentido del humor que sus pretensiones sociales;

entre estos diseños podemos encontrar billetes de banco, árboles de navidad, cráneos, osos polares y hasta paraguas; incluso hasta los diseñadores más serios ocasionalmente dan rienda suelta a su ingenio. El primer premio para el humor debe ser para el diseñador francés Claude Montana quien creó los diseños del trompe-l'oeil que son motivos que dan la impresión de quemaduras de planchas o rasgaduras de seda en la corbata.

Corbatas chuscas

No hace falta mucho para transformar una sonrisa en una explosión de risa, pero se requiere de cierta destreza. Algunos diseñadores, especialmente los americanos, juegan con este desafío. El estado de Milkwaukee basó las ventas de su diseñador Ralph Marlin en corbatas de peces tan realistas y desconcertantes que representan truchas e incluso pirañas; no se puede dejar de mencionar los diseños equipados con compartimientos ocultos para rociar de agua al compañero de al lado.

Corbatas artísticas

La larga colaboración entre corbatas y arte asume dos formas. La más rara se presenta cuando el pintor usa una corbata o una pieza fabricada como soporte de su arte, usualmente con fines comerciales; en los años cuarenta Salvador Dalí creó una línea completa de corbatas que ofrecían sueños como formas en un idioma surrealista y las firmó como si estuvieran pintadas.

La segunda clase de colaboración, la más frecuente desde su aceptación en las corbatas se presenta cuando las ideas apropiadas por los diseñadores de la pintura o las artes decorativas crean sus propios modelos.

El fenómeno empieza a ser usado en ciertas corbatas en la década de los cuarenta, algunos motivos geométricos inspirados por la ornamentación del Art Decó o la expresión del arte abstracto; mientras otros ofrecían formas y símbolos derivados de formas aztecas, indias, egipcias o japonesas. En los años siguientes los diseñadores han buscado la inspiración en el arte gótico, las alfombras orientales, el renacimiento italiano y la pintura impresionista francesa entre otras.

En 1995 Givenchy ofrece en su colección primavera-verano motivos de los mosaicos etruscos, de las cuevas de Lascaux y de las pinturas nabis. Como regla general, los diseñadores prefieren centrarse en detalles pequeños de un trabajo extenso y así utilizar la repetición de motivos. Algunos diseñadores más audaces reproducen segmentos grandes o incluso trabajos enteros como la imagen de la Monalisa.



Corbatas americanas de los años cuarenta

Estas corbatas mezclan toda clase de temas y de imágenes, las locas corbatas de los cuarenta constituyen una clase aparte. Aunque datan de una sola década y se originan en un solo continente, han gozado de considerables éxitos; en 1947 la revista Esquire propuso la frase “corbatas audaces” para caracterizarlas.

La II Guerra Mundial fue en parte responsable de esta fantasía, dado el momento en tiempo de depresión económica, la gente buscaba corbatas alegres; era natural que las corbatas se emplearan para ayudar a aliviar la angustia de los soldados americanos y de sus familias. En segundo lugar una vez que Europa se convulsionó por la guerra, los fabricantes de las corbatas americanas fueron dueños de los clásicos modelos ingleses y de sus proveedores.

El rayón y el dacrón reemplazaron a la seda; los regimientos se declararon a favor de las corbatas con motivos diversos, casi cualquier cosa era aceptada con tal que tuviera la alegría indispensable y un brillante colorido.

Los grandes patrones geométricos dominaron inicialmente el mercado, después vino la inundación de imágenes exóticas como playas hawaianas con palmeras, las pirámides aztecas y las nieves del Kilimanjaro; los elementos de la iconografía nacional americana también fueron utilizadas extensamente en rodeos, buscadores de oro, pozos de petróleo, rascacielos y convertibles de color rosa. Las “corbatas audaces” eran el deleite de coleccionistas, donde se incluían figuras como la de Frank Sinatra. ⁶

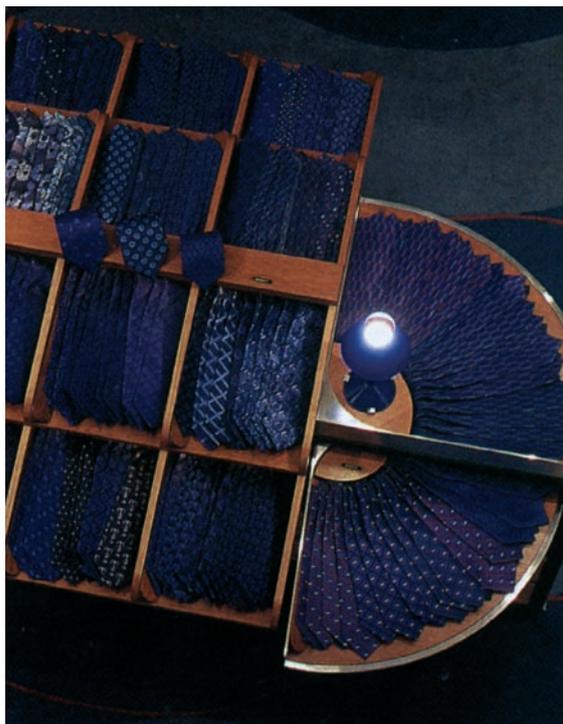
2.3 Diseñadores

Se tenía como **PREMISA** tratar de abarcar y/o mencionar todas las firmas y las casas de moda de todo el mundo relacionadas con la corbata. Sin embargo lejos de ayudar o soportar con más firmeza este documento, distraería el foco esencial de la misma.

El grupo aquí reunido constituye la serie más importante y representativa de fabricantes profesionales de corbatas, desde las estrictamente tradicionales a las poco convencionales; demostrando así la riqueza del mundo actual de las corbatas.

Joseph Abboud

Diseñador cuyas corbatas provocan un sentimiento de perfecta armonía. Joseph Abboud nació en Boston y ahora reside en Nueva York. Estableció su propia firma de ropa de hombres en 1986 después de haber trabajado durante años como



6. Francois, Chaille, *The Book of ties, Paris*, Ed. Canale, 69-90 p.

asistente de Ralph Lauren. Sus diseños toman matices sutiles con contornos suaves y colores sugestivos de Italia, para después ser producidos por fabricantes de seda en la región de Como en Italia. Sus producciones representan alrededor de 250 diseños completamente originales cada uno interpretado en cinco diferentes colores. Quizá sus estudios en París lo llevaron a una gran fascinación por el estilo europeo clásico ya que trabaja con frecuencia variaciones de diseños clásicos con pequeñas formas geométricas o diseños Paisleys representados en exquisitos colores. Las corbatas de Abboud se distinguen por tonos neutrales al sugerir matices de tierra y madera; en algunas ocasiones mezcla materiales como seda con lana, algodón egipcio o lino.

Ascot

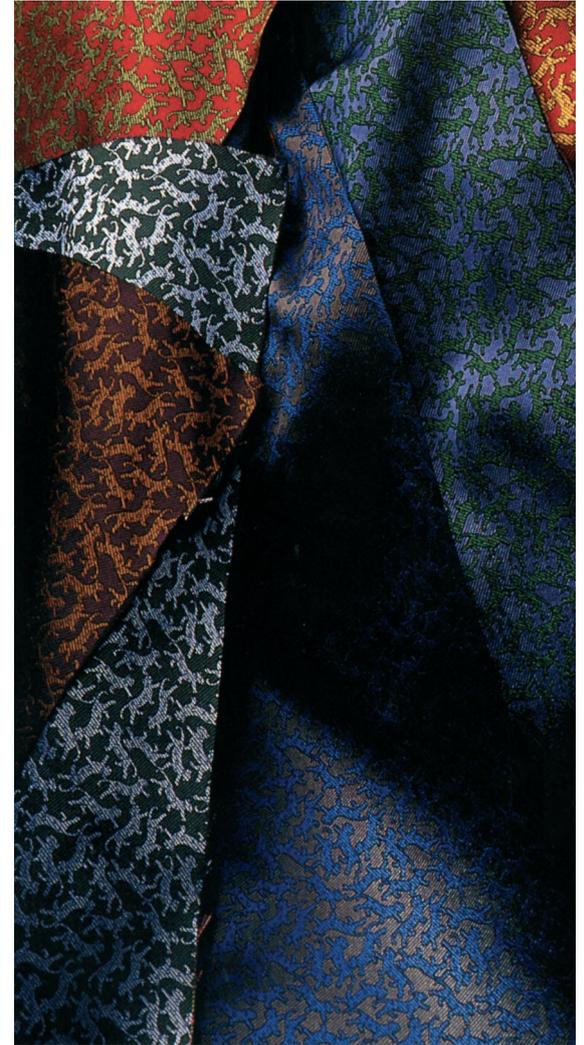
Es una firma alemana establecida en 1908 por Karl Moese en la ciudad de Krefeld, la cual ha sido el principal centro de fabricación de seda en Alemania por tres siglos. El nieto de Kart, Wolfgang Moese dirige hoy la firma y logra satisfacer las demandas cambiantes de la moda, gracias a su compromiso con la perfección en los métodos de producción y la selección de sus sedas. Todas las corbatas con etiqueta Ascot, varios cientos de miles por año, son cosidas completamente a mano. La composición del interforro es uno de los triunfos de Ascot ya que esta firma utiliza una mezcla americana hecha de lana y poliéster la cual ayuda a asegurar que la corbata mantenga su forma. Otro de sus triunfos es la seda tejida, disponible en sólidos colores con diseños de rayas y puntos.

Charvet

Es el templo de las corbatas de seda Jacquard, se funda en París en 1878 y logra una gran reputación como fabricante de finas corbatas. Su historia se escribe gracias a una gran lista de usuarios como Edouard Manet, Jean Cocteau, Coco Chanel y John F. Kennedy. En 1965 los herederos de Charvet vendieron la firma a Denis Colban y bajo su guía la línea de corbatas de la firma logró una gran importancia gracias a su experiencia en el arte del color. Produce una línea de corbatas Jacquard en casi cien diferentes colores sólidos, así como diseños multicolores de gran originalidad. Denis Colban se caracteriza por no caer en el desuso; diseños de regimiento y golfistas, están prohibidos pues se reserva exclusivamente para diseños sencillos y hermosos, en una palabra eternos. La mayoría de corbatas Charvet son concebidas por Denis Colban en colaboración con sus asistentes logrando audaces combinaciones de colores y tejidos sutiles; hechas enteramente a mano.

Ferragamo

El amor a la perfección en corbatas impresas se puede encontrar en Ferragamo. El napolitano Salvatore Ferragamo era una de los más grandes diseñados-



Hermès, pues muchos clientes vuelven a llevar a la tienda algunas corbatas compradas hace quince o veinte años atrás que necesitan reparación; es como si estas corbatas hubieran llegado a ser parte de ellos mismos. Las corbatas Hermès llegaron a tener un renombre internacional en los sesenta bajo la guía de Patrick Guerrand (uno de los nietos de Emile Hermès). En 1958 tuvo la idea de emplear a uno de sus compañeros quien resultó también ser un magnífico diseñador, Henry d'Origny. La corbata clásica Hermès, nace en la mesa de dibujo de d'Origny -un jinete apasionado- así los estribos y las espuelas, como los eslabones de cadenas fueron ingeniosamente dispersos sobre las corbatas de tela cruzada. En los últimos diez años otros diseñadores han estado haciendo a mano una versión diferente de las corbatas Hermès, utilizando diseños más caprichosos para representar una variedad de pequeños animales en colores llamativos, flores ingenuas y nubes multicolores. Casi un millón de corbatas Hermès se venden cada año en dos colecciones representadas por treinta y cinco modelos, disponibles en una docena de combinaciones de colores diferentes. El presidente de Hermès, desde 1978 Jean-Louis Dumas, tiene la intención de expandir la línea de corbatas tejidas, pues esta demanda es cada vez más grande.

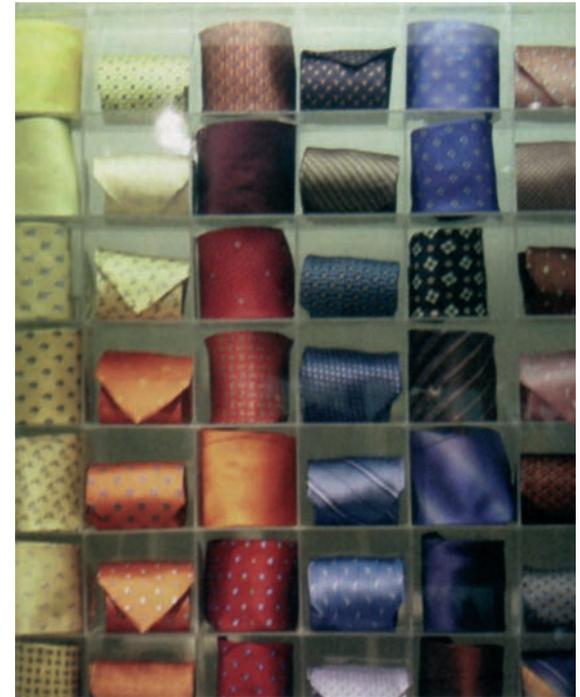
Richel

Las corbatas Richel no son chistosas ni tristes, simplemente son hermosas, uno quiere admirarlas y acariciarlas. En Barcelona Richel es el fabricante más fino de corbatas en España fundado por Michel Catris en 1948, un año más tarde las corbatas Richel eran las más famosas de España. Después de cuarenta años de progreso ininterrumpido, Richel produce un millón de corbatas por año y es el diseñador oficial de corbatas del Rey Juan Carlos. A primera vista la receta de Michel Catris parece sencilla, toma las sedas más hermosas impresas y tejidas; ve cómo y las transforma con todo el cuidado necesario en corbatas, sin embargo este proceso no es nada fácil. La fábrica de Richel reúne cinco mil corbatas cada día, cosidas casi enteramente a mano con detalles meticulosos como el interforro perfectamente ajustado de lana. Estilos de toda clase son bienvenidos en Richel ya sean tradicionales o innovadores, impresos o tejidos, sobrios o sofisticados; su trabajo los hará lucir de lo mejor.

Scappino

Sus orígenes se remontan a 1938, esta firma nació como importadora de corbatas italianas; poco tiempo después se creó en México una producción de éstas, bajo los mismos procedimientos artesanales, al mantener hasta la fecha el inalterable tejido proveniente de las mundialmente reconocidas casas textiles italianas.

Hoy en día, esta marca ha extendido su colección de prendas y accesorios de vestir a camisas, cinturones, mascadas, suéteres, sacos y demás. En todos sus



lidades naturales de los materiales son enteramente típicas de esta notable firma, nacida en las montañas, cuyos directores actuales respetan todavía las prioridades ecológicas de su abuelo Ermenegildo Zegna.

Orsini, un afiliado al grupo Zegna, toma parte en el diseño y la producción de corbatas no solo para la firma Zegna sino también para Leonard Givenchy, Paco Rabanne, Dunhill y otros. Luciano Donatelli, director de Orsini es uno de los más finos conocedores del valor industrial y los aspectos de la producción contemporánea de corbatas. Sería difícil encontrar casimires más elegantes, así como sedas tan variadas decoradas con diseños en colores tibios o con rayas, patrones geométricos que combinan cada sombra concebible de ocre. La innovación más reciente de Zegna es una combinación de seda y lana que se llamó super mogadore; además la remarcada creatividad de Orsini es también aplicada en brillantes sedas donde se logran una multitud de efectos especiales.⁷

2.4 Materiales

La **EXPRESIÓN** al evocar el placer asociado a las corbatas se conoce como hand, término usado para asignar el efecto del tacto en las corbatas. El tejido, la caída, el peso y la textura; aunado a la variedad de formas, colores y diseños de materiales hacen que las corbatas puedan ser gruesas o delgadas, lisas o rugosas y más o menos capaces de conservar su forma entre otras cosas; estos son factores que influyen en la sensación dactilar sobre una corbata.

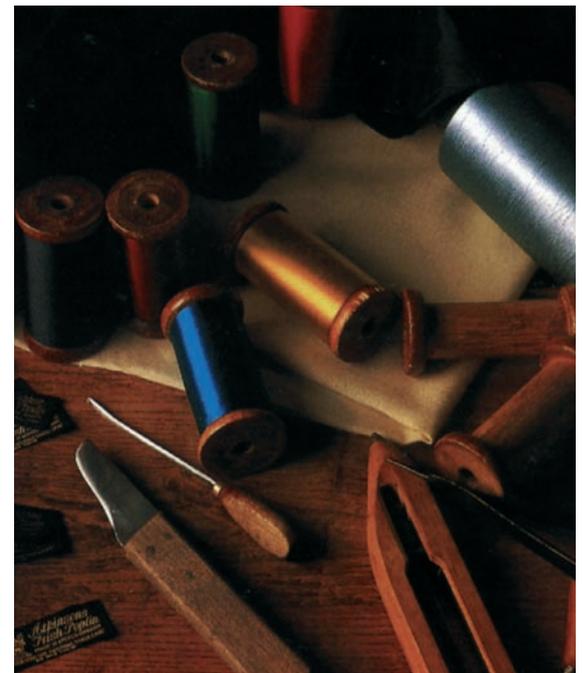
Seda

Es indiscutiblemente el material preferido para la fabricación de corbatas. Tersura, suavidad, brillo, tensión, elasticidad y facilidad para teñirse son sus principales cualidades. La variedad de este material es considerable pues la podemos encontrar desde satinadas de colores sólidos a sedas de múltiples colores al combinar sus tejidos.

Seda tejida

Este material permite disfrutar una incomparable riqueza de texturas y acabados, la seda tejida se considera como lo mejor en la fabricación de corbatas y además es lo más elegante en prendas masculinas para el cuello. Una vez determinada la textura y el diseño de la corbata, los especialistas en tejidos trabajan en los procesos de diseño como la precisión del trenzado y la configuración de la trama necesaria para producir el requisito de textura y diseño.

El tejido simple (sin adornos, liso) es el más comúnmente usado y se puede variar para producir el "rep" (con las nervaduras de tejido longitudinal), el



7. Ibid, 115-130 p.



“otomano” (con las nervaduras de tejido cruzadas o diagonales), el “crepe” (tejido áspero creado con tejidos de varias tensiones) y el “faille” (con una textura más llamativa y nervaduras diagonales o cruzadas).

El tejido cruzado usado en corbatas impresas tiene nervaduras diagonales y una apariencia satinada que produce el más liso, suave y la más brillante de todas las sedas tejidas. El proceso de tejido elimina asperezas en el satín cubriendo cada trama de hilo con por lo menos cuatro hilos trenzados o viceversa, a esta posición de hilos se llama “float” (destaca o sobresale) y es frecuentemente una característica de diseño de las corbatas ricas por su tejido.

Las más bellas corbatas a menudo están hechas de tejidos derivados cuyos nombres dan la idea del resultado: “basket weaves” (tejido de canasta), “flecked crepe” (tejido áspero vereteado) o incluso el “rep” (de muy finas nervaduras). Las corbatas de tejidos muy refinados tienden a combinar características como éstas o variaciones de ellas.

Algunas corbatas están hechas con gasa de seda delgada o granadina. Esta seda pura, imitación de la gasa, es como una prenda tejida con tela holgada o floja; detalle particular de tacto y de superficie excepcionalmente lisa, resultado de su trama enhebrada en forma curva.

Las corbatas de seda tejida se caracterizan por una textura simple, pero a través de la manipulación y yuxtaposición de diferentes tejidos se acentúa la trama para hacer aparecer o desaparecer un color al alternar adornos y multiplicando efectos sutiles, creados por los tejedores de ingenio audaz para otorgarles su grado de nobleza.

Seda impresa

Es menos costosa, más simple en aspecto, permite el acomodo de adornos decorativos de todas las variedades concebibles y de precios muy razonables. Es utilizada por diseñadores como Versace, Valentino, Armani, Gucci, Ferragamo, Givenchy, Ratti y Robert Talbot por nombrar algunos. Ratti utiliza seda china, pero la mayor parte del suministro del mundo viene de Brasil y Tailandia.

Se pueden encontrar corbatas de seda impresa las cuales ofrecen diseños sutiles y esquemas de color refinados en los que la habilidad y maestría para producirlos se vuelve costosa. Dos aspectos de su fabricación son especialmente cruciales: el proceso de impresión y la dosificación de los ingredientes del tinte.

Los diseños complejos y ricamente coloreados son obtenidos por un proceso aditivo que implica aplicar cada color en etapas sucesivas a la seda al natu-

ral; otro procedimiento es la "impresión removida", funciona por medio de sustracción, esto implica teñir la tela de un color sólido y después quitar la selección o remover la primera pantalla por filtrado utilizando una sustancia corrosiva que actúa como decolorante; creando en consecuencia "negativos" del diseño. Ya sea teñida como al natural, la pieza de tela mide aproximadamente cuarenta por doscientos metros, es colocada en una mesa para recibir sus colores y cada modelo se imprime en un metro cuadrado de material por medio de una pantalla de monofilamento de poliéster.

Figuras de seda impresa

Numerosas casas de moda, incluyendo Armani y Hugo Boss, ahora ofrecen corbatas que no solo tienen diseños impresos, también tienen diseños que son tejidos dentro de la seda tejida. El principio de toda figura en seda es ser creada manipulando el trenzado y la trama del hilo; esta figura es entonces teñida en un color sólido. Por último, el hermoso y complejo tejido entrelazado es impreso con los más diversos diseños.

Efectos especiales

La sutileza conciente y ecológica, así como el buen gusto creó las corbatas de Shantung (seda china), las cuales están hechas de tejido de seda silvestre, así es, seda producida por una oruga de forma silvestre, la cual es dura y gruesa en comparación con la variedad doméstica.

En ocasiones formales también podemos encontrar las corbatas de seda "moiré" o "watered", las cuales tienen reflexiones onduladas. El proceso de "moiré" envuelve una variación y triturado del tejido granular para modificar la superficie de tal manera que se logre el efecto de reflexión de la luz, lo que produce el motivo deseado. El diseñador Sulka posee una línea especial de "moiré".

En el mismo grado de elegancia pero con un aire más contemporáneo se encuentran las corbatas con pliegues, aparecen en los años cincuenta y en nuestros días han sido llevadas hacia arriba por Armani y Claude Montana. Los pliegues en la seda son obtenidos con presiones a altas temperaturas y dan a estas corbatas un aire sofisticado, una atractiva elegancia.

Casas como la firma italiana Ermenegildo Zegna han vendido recientemente corbatas hechas de seda lavada que imitan el tejido de lana. Dicho efecto es logrado desgastando la seda natural que cuenta con un brillo especial, colocándola en lavadoras extra-grandes junto con arena o piedras pequeñas.

Hay una preparación que produce la tela más suave de todas, seda de goma, en este proceso la corbata de seda es bañada en una preparación hecha a



La lana tejida era bastante popular en los sesentas y setentas, pero corbatas actuales de lana tienen una apariencia mucho más rústica; a menudo son tejidas con los materiales más nobles como la lana escocesa o el casimir y no son tan limitadas en motivos tradicionales como los cuadros escoceses y los escudos heráldicos. En París Hermés y Sulka venden corbatas de casimir que han sido tratadas especialmente para la resistencia y mínima aspereza. Otros diseñadores como Ermenegildo Zegna en Milán vende una línea variada de corbatas de lana, especialmente apropiadas para el uso en invierno.

Las mezclas de lana, especialmente casimir, y seda tienen un hand magnífico el cual solo puede ser explicado en términos de una paradoja: suavidad combinada con aspereza y flexibilidad con firmeza. Aunque sean vendidas por diseñadores en todo el mundo este material híbrido fue creado por la compañía irlandesa Richard Atkinson.

Las corbatas hechas de popelina (mezcla de tejido de seda y trama de lana) son utilizadas por la firma Belfast; en esta mezcla la seda yace en la superficie, dando como resultado la suavidad al tacto; la lana permanece debajo incrementando resistencia y firmeza.

Algunos fabricantes de tela venden corbatas de lino en el que han introducido un poco de poliéster para aminorar el arrugado.

2.5 Fabricación

Aún **SUPERANDO** el material, una corbata vale muy poco si no es propiamente realizada, pues es gran parte dependiente de la calidad con que se cose la tela intermedia, llamada entretela o interforro.

Las corbatas clásicas se componen de elementos principales como la cubierta o tela visible, que se cose de dos a tres pedazos de material (el extremo ancho, el extremo estrecho y la mayoría de las veces una tira entre ellos); un forro en dos pedazos generalmente hecho de acetato o seda y tejido con el nombre o iniciales de la compañía que se cose a las orillas de la cubierta; y finalmente la entretela o interforro que es una pieza de material grueso, casi siempre lana australiana pues le da un buen cuerpo a la corbata y garantiza que la calidad del nudo se mantenga por siempre. Se puede entender fácilmente la importancia de la entretela para una corbata, cuando se acaricia una de ellas y la suavidad y el espesor de la cubierta son complementados por la firmeza del soporte invisible oculto en ella. La entretela o interforro influyen en la manera en que el nudo de la corbata se sostiene, así como la calidad de la "caída", la cual debe ser libre de arrugas y torceduras; además de facilitar el regreso a su forma original después de que el nudo ha sido aflojado.





A estos tres elementos principales se debe agregar la etiqueta que soporta la marca y la tira bordada, por medio del cual el extremo delgado es deslizado para permanecer en su posición; la tira bordada se hace casi siempre de la misma tela que la cubierta, una pequeña solapa especifica el material utilizado y el lugar de fabricación, cosiéndose en el extremo delgado.

Desde que Jesse Langsdorf creó la solución para el diseño de las corbatas, estas se han cortado en diagonal (45° de ángulo); cada parte de la cubierta se corta con un patrón o molde de cartón. Antes del corte un gran número de materiales impresos son preparados, el patrón se posiciona y los cortes se quitan de la tela; en promedio un metro cuadrado de material rinde cuatro o cinco corbatas. Las piezas exteriores se cosen juntas, después la cubierta es suavizada con una plancha caliente, la operación siguiente es la costura del forro en las dos puntas por medio de un dispositivo eficiente y muy sofisticado llamado "carrusel" con una gran precisión.



Mas adelante se reitera el planchado dando paso al momento crucial de la colocación del interforro y el cierre de la cobertura, esto con la ayuda de un hilo largo cosido longitudinalmente a la orilla y otro hilo cuyas puntadas penetran en el interforro. La cubierta es echada al aire con ayuda de una vara y las orillas del interforro se cierran en sus puntas (cavidades creadas por dos forros).

Al final la etiqueta, la tira bordada y la solapa son cosidos a máquina por la parte trasera. La línea más sobresaliente de las corbatas debe ser terminada a mano, éste es el fin del hilo longitudinal de la costura, la izquierda libera varias pulgadas para permitir algún tipo de costura, imprescindible si la tela debe conservar su forma; todas las corbatas finas deben de contar con este grado de calidad porque incrementa su resistencia a los daños causados al anudarla o desatarla.⁸



CAPÍTULO 3



La Semiótica

“Todo **OBJETO** tiene una existencia material y una existencia Semiótica. Y es en este segundo aspecto que los objetos y las cosas significan, es decir, se asocian a ideas, evocan. Somos nosotros quienes proyectamos ideas sobre ellos. O sea que significan en la misma medida que todo significa en el universo humano...”⁹

El concepto de signo y sus implicaciones filosóficas, la naturaleza y clases de signos, el análisis de códigos completos son objetos de estudio de la Semiótica o Semiología.

Saussure fue el primero que habló de la Semiología y la define como: “Una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”; añade inmediatamente: “Ella nos enseñará qué con los signos y cuáles son las leyes que los gobiernan...”¹⁰. El americano Peirce concibe igualmente una teoría general de los signos que llama Semiótica.

De Semiótica han hablado autores como Prieto, Barthes, Umberto Eco, Morris, etc. A estos últimos se debe la aplicación del concepto de signos a todos los hechos significativos de la sociedad humana como la moda, las costumbres, los espectáculos, los ritos y ceremonias, los objetos de uso cotidiano, entre otros.

Como conclusión a nivel conceptual, podemos decir que la Semiótica es la ciencia donde el objeto de estudio son los signos; su funcionamiento y su relación con códigos socio-culturales como la moda, la religión, el arte, el lenguaje, etc.

Gracias a la Semiótica podemos interpretar y comprender los procesos de comunicación del ser humano. En este sentido sus áreas de interés se dividen en tres:

- 1.El signo mismo. Es el estudio de diferentes tipos de signos, de su manera de llevar significados y de relacionarse con quienes los usan; ya que los signos son creaciones humanas y solo pueden ser comprendidos en función del uso que la gente haga de ellos y se conoce con el nombre de **sintaxis**.

- 2.Los códigos o sistemas de organización de los signos. Aquí se estudia como se han desarrollado una variedad de códigos para satisfacer las necesidades de una sociedad o una cultura, o para explotar los canales

9. Fiske, John. *Introducción a la teoría de la comunicación*, Ed. Norma, 1984. 16 p

10. *Ibid.* 40 p.

de comunicación disponibles para su transmisión, esto tiene el nombre de **semántica**.

3. La cultura dentro de la cual operan estos códigos y signos. Esta a su vez depende para su propia existencia y forma, del uso de los códigos y signos. Dicho de otra manera, esta última área de interés de la semiótica se encarga de los aspectos ligados a las prácticas socio-culturales del usuario y a los aspectos prácticos de los códigos y los signos; es conocida como **pragmática**.

Esta división existe gracias a que la actividad humana implica decir algo (semántica) de determinada manera (sintaxis) con algún propósito (pragmática).

3.1 Signo

Existen **ANIMALES** que responden a determinadas cosas y/o estímulos traducidos como signos de algo, pero esos signos no alcanzan la complejidad y elaboración implícitos en el habla, la escritura, el arte y otras actividades propias de los humanos. La civilización humana depende de signos y sistemas de signos.

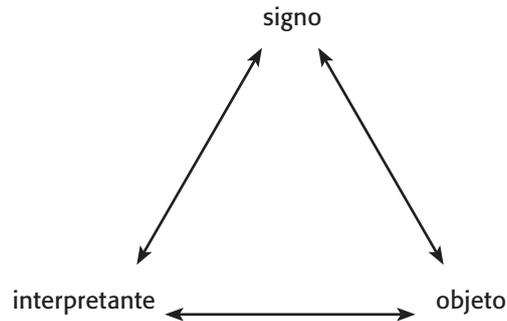
La palabra signo, a través del latín signum proviene del griego *seinom*, raíz del verbo "cortar", "extraer una parte de". Esta raíz parece indicar que signo es algo que debe referirse a una cosa mayor, de la cual ha sido extraído. Los signos y los sistemas de signos constituyen códigos, son evidentemente testigos de la necesidad y de la voluntad de comprensión del mundo y de comunicación entre los seres humanos.

Un signo es algo físico, perceptible por nuestros sentidos; el lingüista Saussure define al signo como una forma física y un concepto mental asociado, resultado de la realidad exterior, ya que el signo tendrá relación con la realidad solamente a través de los conceptos de la gente que los utiliza.

Charles Peirce nos dice que "Un signo es algo que de alguna manera o capacidad representa algo para alguien, es decir, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o tal vez un signo más desarrollado."¹¹

Peirce nos habla de una Semiótica con una relación triangular entre signo, usuario y realidad exterior, mediante el siguiente modelo:

11. *Ibid.* 35 p.



En el modelo las flechas señalan dos direcciones pues cada elemento solo se puede entender en su relación con los otros dos. Su autor al hablarnos en su modelo del signo, se refiere a algo diferente de sí mismo; su objeto, que es comprendido por alguien al crear un concepto en la mente del usuario, el interpretante, que no se refiere a quien lo usa sino al concepto mental creado tanto por el signo como por la experiencia que el usuario tiene del objeto.

Un signo tiene ciertos límites fijados por convenciones sociales como pueden ser el idioma. Las variaciones que existen en los conceptos mentales de cada persona quien los usa, se deberán además a los aspectos psicológicos de cada individuo.

Para comprender mejor el concepto de signo es necesario analizar también la postura de Saussure; él nos refiere al signo como un objeto físico con un significado y un significante. El significante es la imagen del signo como lo percibimos, o sea su existencia física y el significado es el concepto mental al cual se refiere, está hecho por el hombre y es determinado por la cultura a la que pertenece.

Pierce identifica tres categorías de signos: icono, índice y símbolo; elementos que aclaran la función de relación del signo con su objeto.

3.1.1 Icono

En la **CATEGORÍA** de icono, el signo se parece de alguna manera a su objeto, su funcionamiento se basa en una semejanza existente, se ve o se escucha parecido. Aquí el significante, es decir la forma física del signo, se parece visual o auditivamente al significado o concepto mental asociado.

Un icono se parece a su objeto; esta característica es más notoria en los signos visuales como las fotografías, los dibujos realistas, mapas, etcétera. También puede ser verbal, hay recursos literarios como la onomatopeya que busca retratar su objeto por medio de palabras.

les propone una serie de análisis referidos a los objetos; que para él son aquellos elementos de manufactura humana transformados en bienes, en sujetos de deseos y adquieren una función de portadores de significados.¹³

También afirma la existencia de un universo de objetos con dimensiones epistemológicas propias importantes de conocer a partir de clasificaciones integradas que denomina como Método Taxonómico. Establece categorías las cuales se irán revisando poco a poco para lograr comprender a la corbata como signo. Estas categorías son el objeto en sí, el objeto aislado, el objeto situado en contextos y objetos en masa. Clasificar implica la posibilidad de conocer objetos según variables sociales, culturales, religiosas, etc. La taxonomía hace posible el análisis del objeto y sus funciones yendo desde lo general hasta lo particular.

La corbata según algunas afirmaciones de Moles puede ser un objeto portador de significado al tener no solo una función útil, sino también una función estética. Como objeto puede ser considerada polisémica y constituye un lenguaje cuyas posibilidades permiten múltiples interpretaciones de los fenómenos sociales, es por esto que como objeto adquiere independencia e identidad propia dándole un valor social por sí mismo. El valor de signo de un objeto se considera como aquel por el cual el objeto adquiere un excedente de sentido connotador; permite entender el afán de prestigio social inherente a la personalidad. La carga de símbolos contenida en los objetos nos dice quién es qué en la sociedad.

El excedente simbólico del objeto corbata adquiere mayor importancia en las sociedades consumistas donde con frecuencia es más importante el valor de signo que el valor de uso. La corbata deja de ser un simple objeto, se transforma en signo y nos deja identificar en ella tres categorías:

1. Signo como **ícono** en donde la corbata busca en su estructura la semejanza con el miembro masculino. Todos los objetos, ornamentos y vestimentas creadas por el hombre reproducen de una u otra manera el miembro viril pues a lo largo de la historia se le ha asignado un valor mágico y de poderío. Casi en toda la imagen fálica se usa, emplea o se representa, por medio de objetos: alargados, rígidos y erguidos. El psicólogo Flügel afirma que diferentes prendas de vestir como la corbata pretenden representar en sí mismos a los órganos sexuales "Es sencillo observar en su totalidad el órgano sexual masculino. Su nudo triangular y su forma rígida y alargada no nos dejan lugar a dudas".¹⁴

2. Como **índice** la corbata indica formalidad, elegancia, gusto, armonía y desenvoltura; exhibe claramente que la persona portadora se encuentra dentro de funciones laborales o actividades que requieren de cierta etiqueta como algún evento social.

13. Vilchis, Luz del Carmen, "Metodología del Diseño". Ed. Claves Latinoamericanas. 112 p.

14. Brunh, Wolfgang, "Historia del traje en imágenes". Ed Könemann. 46 p.

ellos la corbata es un símbolo antipático y formal que impide el relacionarse con otras personas, además de ser tremendamente incómoda.

Por último y no por eso menos importante la corbata también está estrechamente vinculada al cortejo sexual a través de estímulos estéticos en donde se encuentra el deseo de reforzar la atracción sexual y de atraer la atención del sexo opuesto. Igual que los animales el hombre trata de embellecerse y hacer ostentación de su aspecto externo, siendo agradable estéticamente para estimular el cortejo de los miembros del sexo contrario y comunicar su propia disposición sexual.

La corbata y sus valores como signo también se pueden estudiar desde tres perspectivas diferentes:

Desde la perspectiva del significante (sintaxis) donde el vértice del estudio se basa en las características de los signos sin atender a su significado que en el caso de la corbata lo podríamos traducir a las características de sus estilos, materiales, modelos, texturas y métodos de fabricación.

Desde el significado (semántica) prevalecerá la relación de los signos con el significado dado por las distintas convenciones sociales y culturales. Es decir, en relación con la corbata, en este enfoque estaríamos atendiendo los mensajes de individualidad, poder, estatus y cortejo sexual; simbolizados en nuestro signo debido a la interpretación del hombre mediante códigos y convenciones.

Desde su función (pragmática) la perspectiva corresponderá a los signos en relación con las personas que los usan. En este aspecto hablamos de cómo hacemos uso e interpretación del signo corbata en nuestra sociedad.

El hombre se relaciona con este signo de una manera hedonista pues su posesión le aporta placer y su fin es aumentarlo. Otra manera de relacionarse con este objeto es sintiéndola como una extensión de sí mismo, el hombre considera sus posesiones como parte de él; mientras más cuantiosas sean... se sentirá más grande. En definitiva el hombre a través de la corbata se exhibe, llama la atención, se auto complace y es fuente de un goce erótico.

Así hemos encontrado diferentes personajes o arquetipos de la sociedad como políticos, empresarios, policías, mujeres e incluso personas que han adoptado la manera de vestir occidental, tal es el caso de japoneses, hindúes y árabes que a lo largo de la historia han interpretado este símbolo según el contexto social y cultural del momento en el que se han desarrollado; además de relacionarse con este símbolo de diversas maneras, haciendo uso de la actitud psicológica provocada en quien la porta y quien la observa, con el objetivo de transmitir quiénes son o quiénes quisieran ser.

CAPÍTULO 4



Un caso de estudio

En el **JUEGO** de imaginar quiénes somos y quiénes quisiéramos ser, a través de la posibilidad dada por ciertos signos; particularmente la corbata, encontramos una gran variedad de personajes. Existe uno muy peculiar que ocupa un lugar fundamental en la sociedad y considerado lejano a este tema a través de los años; hoy al igual que muchos, se apodera de este signo para lograr sus objetivos además de mostrar su posición dentro de la sociedad: la mujer.

La mujer es un ser especial, así lo manifiestan poetas, filósofos, enamorados, esposos, padres e hijos. En la mujer se conjugan los sentimientos, los valores y una visión especial del mundo. En ella interactúan los ciclos hormonales, la diferenciación cerebral, el temperamento y las influencias culturales para poder volar hacia su propia realización y hacia el cumplimiento de sus sueños.

Sin embargo, no todos y no siempre se ha pensado de esta manera. La historia de la mujer ha sido muy diferente; desde el libro del Génesis se puede ver como el hombre es creado por Dios para ser la cabeza de la economía, el poder, la defensa y la representación social; contraponiéndose al papel de la mujer, concebida para la familia como elemento subordinado para satisfacer las necesidades del hombre. Desde la religión, la ley y la ciencia; se crearon discursos y prácticas que afirman la inferioridad de la mujer, respecto al hombre. La cultura de la inferioridad y de la sumisión femenina atravesó la historia y las ciencias afectando a la humanidad. La ciencia quiso demostrar la inferioridad de la mujer basándose en las dimensiones del cerebro femenino argumentando ser menores que las del cerebro masculino. Se argumentó la constitución débil, pasiva y tierna de la mujer; haciéndola creer incapacitada para organizarse. Se desarrollaron teorías donde se afirmaba la disyuntiva entre la actividad intelectual con incompatibilidad en la procreación y por tanto las mujeres no debían estudiar; además su mente se degradaba por cada hijo engendrado. Los griegos pensaban que si la mujer estudiaba se le podía secar la matriz. El escritor Benito Pérez Galdós aseguraba que el encanto de la mujer residía en su ignorancia.¹⁶

Todas estas ideas quedaron en el inconsciente popular colectivo; a las mujeres se les quería sufridas, castas, cuidadosas, obedientes y calladas. Se trató de encerrarlas en la casa y en la ignorancia. Se encerraron talentos, personalidades, posibilidades; se les impidió realizar lo que se consideró impropio de su sexo, que era casi todo; se les hizo invisibles, imperceptibles. Entre ellas, muy pocas se quejaron.

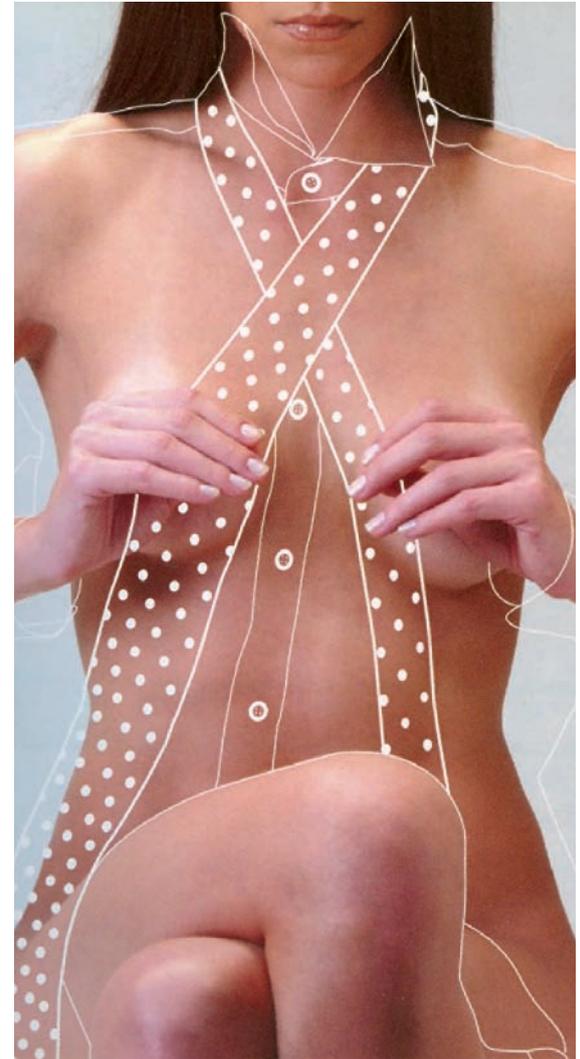


Foto colección Alberto Arango

16. G. Fraisse. *Musa de la razón*, Ed. Cátedra, 1991. 194 p.

Muchas temían, la mayoría se resignaron e incluso consciente o inconscientemente interiorizaron su situación y se paralizaron al pensar en su imposibilidad de volar tan alto, parecían tan compenetradas con estos sentimientos de inferioridad que hubo quienes tuvieron que utilizar vestidos masculinos para protegerse y defenderse o para poder realizar actividades y hazañas destinadas a los hombres, tal es el caso de Juana de Arco en el siglo XV, Mu-Lan quien sustituyó a su padre durante doce años en el ejército chino en el siglo XVI o Sor Juana Inés de la Cruz que en el siglo XVII decidió reivindicar su posición de mujer así como su vocación intelectual, literaria y teológica.

Gracias a mujeres como ellas llegamos hoy a un punto donde las mujeres se enfrentan a retos cada vez mayores. La mujer ha jugado un papel en la historia en el que año tras año ha logrado transformar el orden social tradicional, teniendo que experimentar cambios en su forma física, en su actitud y hasta en su apariencia o su imagen.

La mujer aparece en escenarios, actividades o roles tradicionalmente masculinos a partir del siglo XIX en el que aparecen los primeros movimientos feministas. En América nacen las sufragistas y estalla el "Bloomerismo", movimiento creado por la señora Bloomer quien propone a sus seguidoras el uso de un traje más cómodo de corte masculino llamado "traje racional", formado por una falda hasta la rodilla, sobre unos pantalones anchos que se sujetan al tobillo y en el cuello... una corbata!¹⁷

La irrupción de las mujeres en actividades tradicionalmente masculinas y la adopción de los roles también masculinos no fue lo único, las mujeres adoptaron la corbata como su estandarte, como un símbolo de lo que quieren ser.

Iconicamente la corbata como ya se ha mencionado en capítulos anteriores, se asemeja al miembro masculino y se relaciona con el poder. Ha sido siempre usada por el hombre debido a que en el mismo instante en que esta prenda reposa sobre su cuello, éste adquiere psicológicamente una actitud de poder y dominio ante los demás; así asociamos al hombre con el poder; ahora la mujer busca su desarrollo, se cree con la capacidad de estar al alcance de cualquier cosa y busca adueñarse de este concepto mental mediante la semejanza con aquel que posee el poder. Es decir trata de adquirir una imagen similar a la de su compañero para poder desempeñarse en la sociedad y ser reconocida igualitariamente con él.

Esta actitud psicológica es un índice de equidad, la mujer ya no pretende seguir únicamente con el concepto mujer-compañera-esposa al que siempre se le ha asociado. Ahora pretende desarrollarse como un individuo de la ciencia, el arte, la técnica, el placer y la vida de manera distinta a la del ayer.

17. Nuvoletti, Giovanni. *op. cit.*, nota 15, 45 p.

Causa una verdadera sorpresa el darnos cuenta como un objeto se convierte en signo y puede adquirir toda clase de significados. El uso de la corbata por parte de la mujer es un símbolo de poder, como ya se mencionó, la mujer tiene la capacidad de acceder a cualquier cosa incluso al poder, si se lo propone. La corbata es símbolo también de emancipación pues no están dispuestas a dejar que se sigan manteniendo encerrados sus talentos, sus personalidades o sus posibilidades. La igualdad es otro de sus símbolos, pues cuenta con la inteligencia y la habilidad para buscar ser reconocida en una relación igualitaria con su compañero. También símbolo de independencia, las mujeres usan este signo para hacernos saber su potencial de desarrollo individual en cualquier área.

Las mujeres de hoy han adquirido una mayor conciencia de su situación y sienten la necesidad de liberarse. Ha sido un proceso difícil de superación, en el cual la mujer ha tenido que enfrentarse contra antiguas normas sociales; el modelo anterior de hombre y mujer está ya caduco y obsoleto, ahora se necesitan modelos donde se permita vivir en plenitud. Las mujeres no necesitan competir ni tratar de buscar el lugar de alguien más, tampoco necesitan de estandartes; el verdadero reto es conseguir el equilibrio y un lugar propio donde se reconozca, valore y desarrolle al máximo sus capacidades. El competir por un rol con el hombre puede traer consecuencias desfavorables; la mujer es singular en su existir y en su misión, debe auto valorarse en su verdadera dimensión y dejar de lado posturas machistas o feministas ante su condición. Esta es una nueva era, la de la mujer que prospera. Cada día se han roto más barreras de roles y se han permitido pensar independientemente acerca de quiénes son y qué significa para ellas el éxito.

Prosperidad significa experimentar el equilibrio en la vida, lograr lo deseado a nivel mental, físico, emocional, espiritual y económico. La prosperidad es el resultado natural de abrir la mente y estar dispuestos a actuar con base en nuestras ideas sin hacer divisiones o comparaciones entre géneros.

CAPÍTULO 5



Creación de imágenes

A **PARTIR** de la década de los ochenta hemos entrado a una sociedad de la comunicación. La explosión del audiovisual, la informática, la internacionalización de los mercados, los intercambios de información más complejos y rápidos conducen a profundas transformaciones donde la comunicación y el poder comunicativo de la imagen se convierten en un factor fundamental. En la sociedad mediática en la que vivimos, la información más rápidamente asimilada es la que se transmite en un lenguaje visual, donde la imagen y sus signos se convierten en un pilar de la sociedad contemporánea.

El universo exterior no está estructurado en sí mismo, es el ojo humano el que lo estructura, lo organiza y le impone orden y sentido al percibirlo y pensar sobre él. Los pensamientos influyen en lo que vemos y viceversa, estableciéndose una reciprocidad entre lo que percibimos en nuestro entorno y lo que realizamos sobre él. Existe una disposición interna del observador o del que lo usa en fijar sus convicciones, sus ideas, su fe o sus pretensiones en un objeto, una imagen; es decir en un símbolo¹⁸; esta a veces no definida posibilidad expresiva se denomina contenido simbólico de una imagen; dadas sus posibilidades, la imagen se tomará como base para la conclusión de este proyecto.

5.1 Imagen

Una **IMAGEN** es "una representación visual sobre un soporte físico de cosas que existen en la realidad."¹⁹ Pero también podemos decir que no todas las imágenes son visuales, hay imágenes que pueden ser representaciones sonoras, táctiles, etc. No todas las imágenes visuales son replicas de cosas que existen en la realidad; hay también imágenes de cosas inexistentes, fantásticas, imaginarias y pre-imágenes o modelos de cosas que existirán después. Las imágenes no siempre se encuentran en soportes materiales como papel de impresión, película fotográfica, tela o mármol; hay imágenes mentales, representaciones de la memoria y de la fantasía. Las imágenes tienen dos aspectos: el material que se refiere a su soporte o su objeto y el semiótico, aspecto de mayor interés dado que habrá una gran cantidad de significados implícitos y explícitos provenientes de la necesidad de quién la crea en participar y comunicar un mensaje. Por medio de las imágenes un individuo se integra a su entorno y a su vez integra este entorno a él. Las imágenes pueden ser de tres categorías distintas:

18. Frutiger, Adrián. "Signos, símbolos, marcas, señales"
Ed. Gustavo Gill. 176-177 p.

19. Costa, Joan. "Imagen pública. Una ingeniería social" Ed.
Fundesco. 51 p.

1. Imágenes retinianas, que son funciones del sistema perceptivo, constituyen un trabajo del ojo y del cerebro, donde este transforma los estímulos luminosos en imágenes ópticas.

2. Imágenes mentales que son elaboradas por el cerebro y retenidas por la memoria, pueden ser del orden de lo real o lo imaginario.

3. Imágenes icónicas del entorno, son las que más nos interesan pues serán el medio para transmitir de manera visual las conclusiones a las que pudimos llegar en el desarrollo del presente proyecto. Estas imágenes son mensajes fabricados por medio de los hombres y ubicados dentro de su entorno por medios técnicos como la fotografía, el dibujo, etc. Son representaciones icónicas de cosas empíricas que vemos, podemos ver o podríamos haber visto; pueden llegar a poseer entidad, valor propio y autonomía. Estas imágenes son instrumentos o herramientas de alguna intensidad de transmitir un mensaje, de comunicación y de influencia social.

Pueden ser memorias artificiales y podemos encontrarlas en fotografías, pinturas, ilustraciones de libros o revistas, impresos, en la calle, en el metro, en almacenes, en supermercados, etc.²⁰

5.2 Collage

Entre los **SOPORTES** elegidos para este proyecto se encuentran la imagen digital y el collage. El collage nace como contrapartida a la pintura clásica, preciosista, e incluso para huir de la aridez de la abstracción geométrica. El collage pretende ser una forma de aproximación al objeto mediante elementos integrantes de dicho objeto: imágenes, materiales rudimentarios, funcionales, utilitarios. Todo menos caer en la sola representación pintada. En lugar de proponer una recreación de la realidad, el autor de collage sustituye esa realidad con otra, el collage nos ofrece la actualidad de las cosas cotidianas, de los gestos habituales de la era en que vivimos. El desarrollo del collage se vislumbra como el medio idóneo para regresar a la espontaneidad ya casi olvidada.

El collage se reconcilia con la inteligencia y con la sencillez. Es un sustituto de la realidad que nos envuelve para regresar a esa misma realidad pero más profundamente. El collage se podría calificar como el hijo contestatario de la pintura y como procedimiento lo podemos encontrar de cuatro distintas maneras:

- con imágenes
- en papel
- con materiales sólidos
- realizado con ayuda de relieves

20. *Ibid.*, 59 p.

En fin papel, imágenes, objetos diversos, relieves, materiales moldeables, etc. Pueden ser utilizados en la práctica del collage.

5.3 Imagen Digital

La **IMAGEN** digital es un producto del desarrollo de la informática que tiene como antecesor a la fotografía, (que toma como punto de partida un objeto del mundo real) y a la pintura, (donde la imagen ha sido creada por un artista). Y como el principio básico de los multimedios permite cambiar la tradicional estructura del medio en sí, en la imagen digital podemos ver incluidos los dos hechos, la originalidad de la imagen cuando es tomada por primera vez, y luego el resultado de compresiones, optimizaciones, filtrados y otros procesos que forman parte del arte digital contemporáneo.

La imagen digital toma vida mediante un archivo de diferentes formatos, pueden ser imágenes en mapa de bits o imágenes vectoriales. Se ha dicho anteriormente que una imagen digital es la representación lógica de una escena y que en general esta representación tiene forma numérica y algunas veces visual. Una imagen digital se puede entender como una cuadrícula de puntos (píxeles). Cada punto o píxel tiene un color. El tamaño de una imagen digital se expresa con el número de cuadros horizontales por el número de cuadros verticales. Cuando hablamos de una pantalla de 800 x 600 o de 1024 x 768 estamos especificando el número de píxeles que puede representar. Un píxel es cada uno de los pequeños cuadraditos que componen una imagen digital. Podemos hacernos una idea comparando una imagen digital con un mural formado por cientos de pequeñas losetas de colores. Cada una de esas losetas sería un píxel. Cuando nos acercamos al mural vemos cada una de estas losetas; al alejarnos lo suficiente vemos una imagen continua, un todo. El píxel es la unidad mínima de información de una imagen digital, pero a diferencia de las losetas puede tener hasta 16,7 millones de colores y pesa bastante menos.

Hay grandes ventajas que ofrece actualmente la tecnología digital para colecciones fotográficas, la imagen digital se presenta ahora como una excelente herramienta para preservar nuestras fotografías y potencia además su difusión de manera insospechada, sin embargo esta tecnología es todavía muy reciente y está sufriendo rápidos y constantes cambios. Por tal razón es importante que los mecanismos o estrategias para realizar algún proyecto de digitalización tenga en cuenta estas innovaciones continuas y la complejidad de la tecnología de la imagen.

5.4 Justificación de imágenes

Diseñar la **COMUNICACIÓN** gráfica consiste en proyectar los mensajes que el hombre requiere en objetos o imágenes para establecer un orden que le signifique. ...“el diseñador gráfico es un productor de significaciones públicas cuyo medio de expresión son las imágenes.”²¹ Así; después de una profunda investigación es importante formular conclusiones y elegir soportes adecuados que ilustren los resultados obtenidos. Con objeto de concluir este proyecto de manera clara y contundente seguiremos el camino que nos ha marcado el método taxonómico durante el presente proyecto.

Demostrar el papel simbólico de la corbata a través de sus múltiples connotaciones es el objetivo que se persigue al proponer las siguientes imágenes:

21. Tapia, Alejandro, “De la retórica a la imagen,” UAM Xochimilco. 10 p.



Imagen 1

Esta imagen se realizó bajo la figura retórica Oximoron; propone ideas opuestas que interactúan entre sí provocando una nueva interpretación. Desde el punto de vista semiótico el poder en un hombre radica en el tamaño de su pene pues es signo de virilidad. El David de Miguel Ángel es admirado por su perfección, que en este caso se logra no a través de el tamaño de sus genitales, pues son muy pequeños; sino por el tamaño perfecto de su corbata.

- Como signo, Iconicamente, la corbata pretende representar en esta imagen el órgano sexual masculino.
- Indica gran virilidad.
- Simboliza la disposición sexual y el gran poder de su hombría.

Sintacticamente podemos observar que esta corbata pertenece al estilo de las que se consideran *all over*, de color negro y con motivos de hojas de parra.

Semánticamente por indicaciones sociales esta corbata le aporta status, desenvoltura, seguridad y elegancia.

Pragmáticamente El David se relaciona con este signo de una manera hedonista, se auto complace, comunica disposición y dominio sexual.



Imagen 5

Imagen producto de la Metáfora; exige un juego de asociaciones semánticas con el receptor para entender que debido a convenciones culturales y religiosas Adán y Eva simbolizan el pecado original; en esta imagen se lleva a cabo por la seducción de la corbata representada el la tentación de la serpiente.

- La categoría icónica de este signo es la imagen fálica.
- Índice de tentación.
- Símbolo de pecado.

Sintacticamente son un tipo de corbata azul con estampado paisley.

Semánticamente simbolizan la idea del pecado original por medio de la tentación.

Pragmáticamente es el medio que utiliza Eva para disuadir a Adán de probar el fruto prohibido.



Imagen 7

Imagen irónica donde se presentan los atributos contrarios que se tienen por hábito cultural de una mujer.

Adueñarse de una imagen similar a la de su compañero para acceder al concepto de dominio, individualidad, poder y prestigio es una actitud psicológica que la mujer adquiere apartir del poder simbólico de la corbata.

-Índica elegancia.

-Símbolo de emancipación, dominio y superioridad ante los demás.

Sintacticamente es una corbata de pajarita en un diseño clásico de puntos.

Semánticamente es un símbolo de elegancia, distinción y etiqueta.

Pragmáticamente esta mujer utiliza este signo para ejercer dominio y conquista social.



Imagen 9

El Doble Sentido que hace convivir dos significaciones distintas y la Metáfora que origina un sentido imposible en la realidad pero no de forma figurada dan pie a una imagen en donde la superioridad y el dominio que se puede ejercer sobre los demás es algo que solo verdaderos gorilas disfrazados de policías pueden ejercer de manera arbitraria y desmedida escudados en un símbolo de poder y autoridad, la corbata.

- Icono de semejanza con el miembro masculino, pretende representar en si misma al organo sexual.
- Índice de actividad profesional.
- Símbolo de poder.

Sintacticamente es una corbata azul marino con motivos de alambre de puas.

Semánticamente el uniforme en general se asume culturalmente como poder, impunidad, extorción e inseguridad.

Pragmáticamente sirve de escudo para el ejercicio del dominio hacia los demás y de un poder mal entendido.



Imagen 11

Imagen irónica que muestra como hasta un pequeño necesita sentirse a un nivel superior para realizarse y busca encontrar en los símbolos que proporciona la corbata un lugar en la sociedad. ¿Quién no decía cuando niño, quiero ser como mi papá?

Ser adulto o ser mayor para un niño representa el poder usar una corbata y esto a su vez representa que puede llegar a ser lo que él quiera a partir de ese momento.

- Icono de semejanza con el miembro masculino, pretende representar en si misma al organo sexual.
- Índice de poder, individualidad y liberación.
- Símbolo de autonomía y realización.

Sintacticamente es una corbata vino en dimensiones mayores a las del usuario.

Semánticamente le representa autonomía, liberación y poder.

Pragmáticamente es la apropiación de las cualidades que posee un modelo ideal.

Imagen 12

Metafóricamente podemos observar como existen distintos personajes en la sociedad que en su relación pragmática con la corbata demuestran que existe una necesidad de manifestar al grupo social al que pertenecen sus características y cualidades para diferenciarse de los demás y para obtener status o categoría.

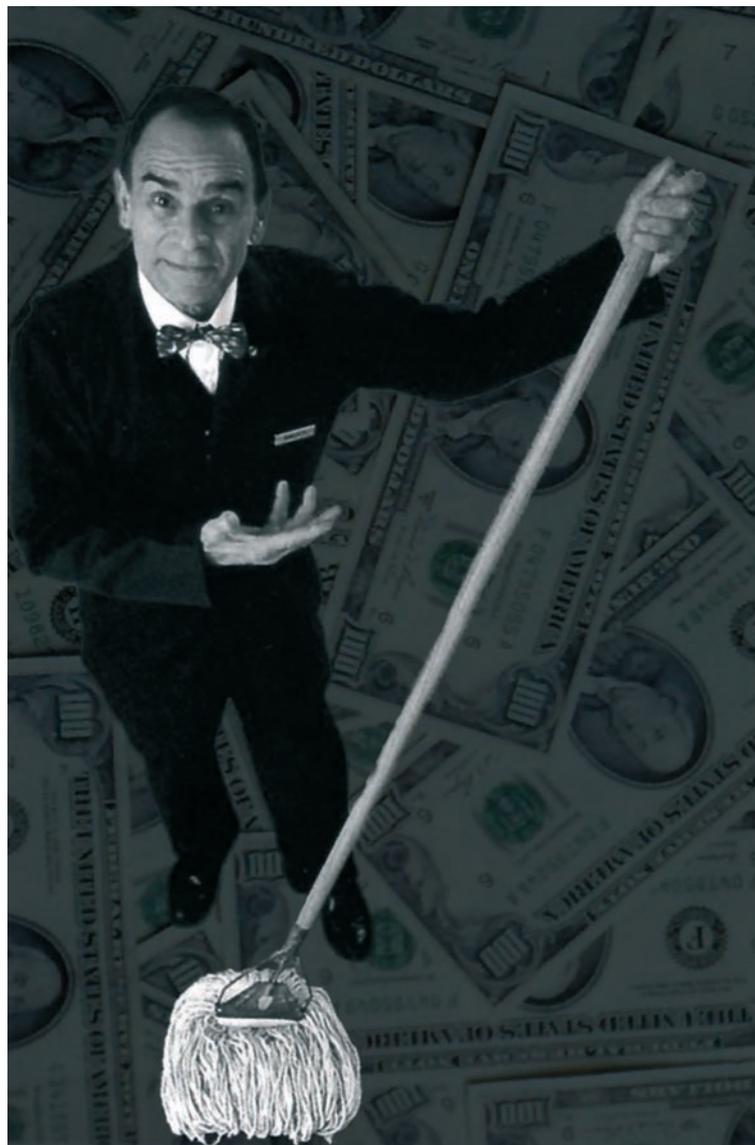
El poder económico sigue persiguiéndose y aquí podemos ver como protegiéndose bajo un símbolo se pueden realizar incluso hasta actividades más negativas para una sociedad.

- Icono de semejanza con el miembro masculino, pretende representar en sí misma al órgano sexual.
- Índice de actividad profesional.
- Símbolo de poder.

Sintacticamente es una corbata de lazo o de pajarita.

Semánticamente simboliza profesión.

Pragmáticamente permite realizar cualquier actividad impropia escudándose en ella.



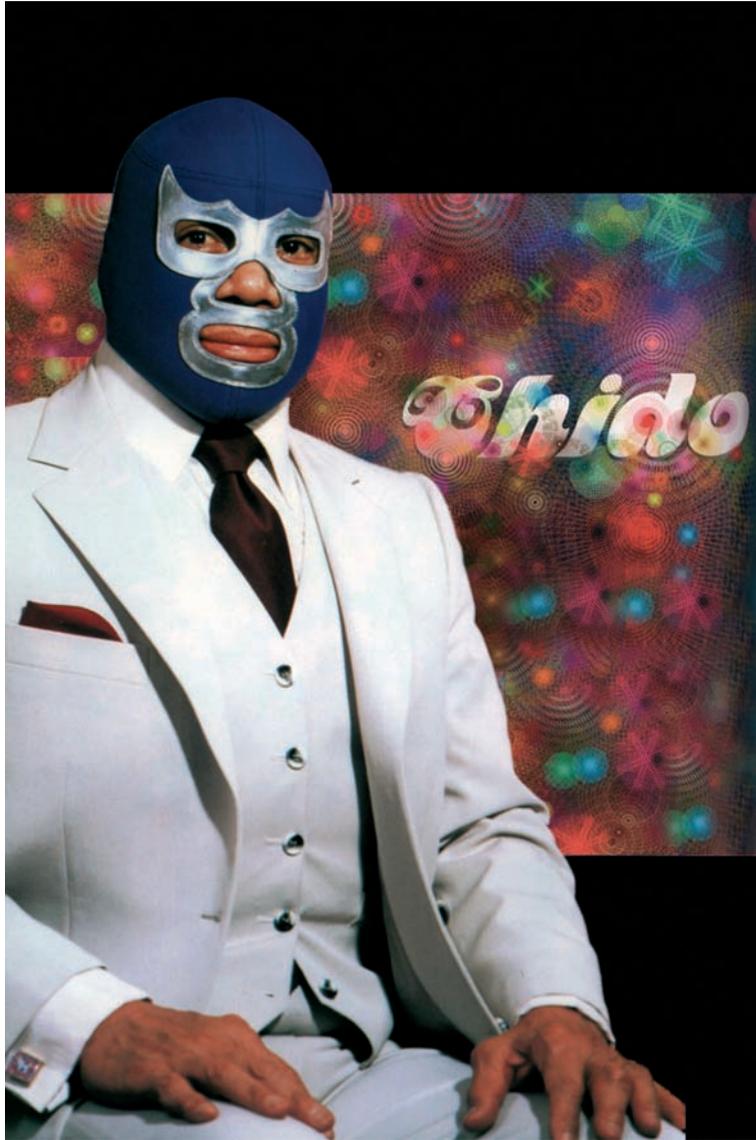


Imagen 13

La Hipérbole recrea la magnificación de cualidades y como en la cultura popular mexicana se idealizan personajes llevándolos a una relación estrecha con la manipulación y el poder que se ejerce sobre las grandes masas. Obviamente un personaje tan grande en la sociedad no puede carecer de un atuendo adecuado donde la corbata ocupa el primer lugar.

- Icono de semejanza con el miembro masculino, pretende representar en sí misma al órgano sexual.
- Índice de status.
- Símbolo de poder e influencia social.

Sintacticamente encontramos una corbata lisa de color vino.

Semánticamente simboliza fuerza, poder, elegancia y disposición sexual.

Pragmáticamente este personaje la utiliza para la manipular a las grandes masas; para obtener prestigio y admiración.



Imagen 15

Esta imagen se construyó mediante la Hipérbole.

Hay personajes dentro de la sociedad que la única grandeza a la que pueden aspirar es a la que pueden tener acceso mediante la corbata; aunque el paquete les quede demasiado grande!!

- Icono de semejanza con el miembro masculino, pretende representar en sí misma al órgano sexual.
- Índice de poder, individualidad y liberación.
- Símbolo de autonomía y realización.

Sintácticamente este personaje cuenta con una corbata a rayas en tonos café, rojos y blancos; diseñada además con alguno puntos.

Semánticamente le representa autonomía, capacidad y poder.

Pragmáticamente es una forma de adoptar todas aquellas características de las que se carecen.

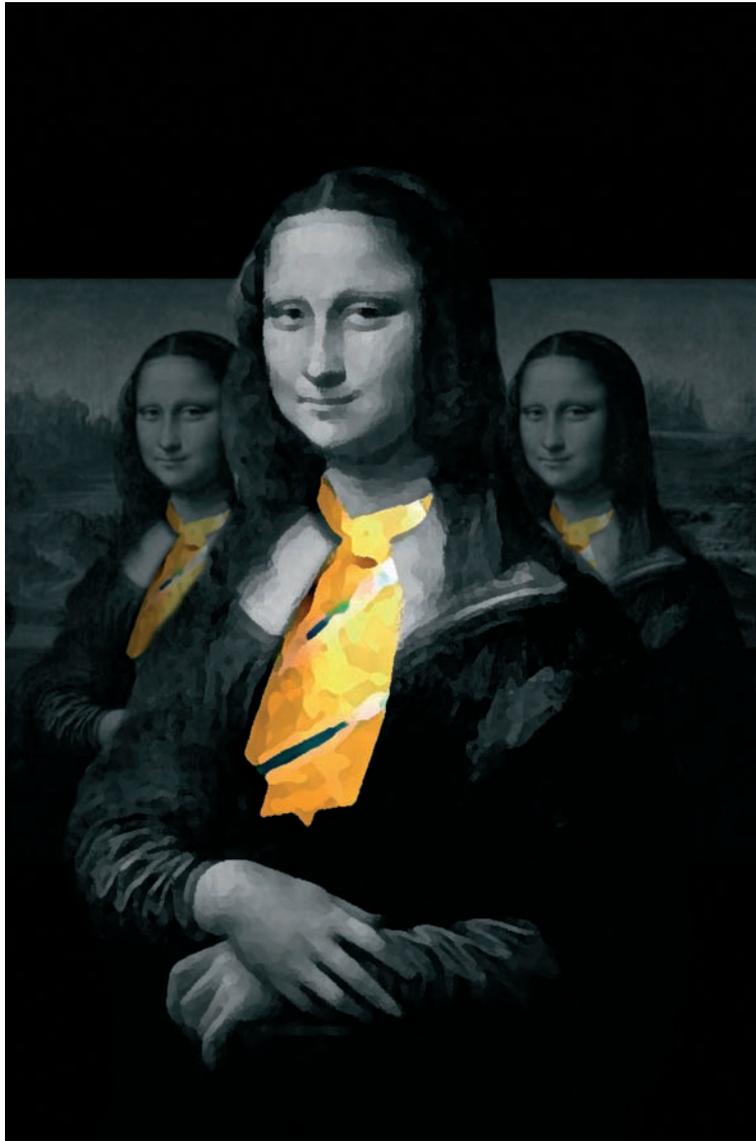


Imagen 17

La Monalisa es dentro del arte un personaje que al igual que el David de Miguel Ángel se ha asociado a la perfección. En este caso la Concesión permite resaltar que nadie es perfecto y que incluso hasta en el arte necesitamos de la utilización de símbolos para alcanzar el estado de perfección.

- Iconicamente, la corbata pretende representar el órgano sexual masculino.
- Índice elegancia y armonía.
- Símbolo de belleza y perfección.

Sintacticamente nuestro personaje porta una corbata amarilla con algunas rayas.

Semánticamente este signo significa perfección.

Pragmáticamente nadie puede ser perfecto si la posesión de ciertos símbolos.

CONCLUSIÓN

Causa **VERDADERA** sorprende darse cuenta como la corbata se convierte en un signo y denota situaciones que mueven o activan sentimientos o reacciones que van más allá de lo citado en sus primeros niveles de lectura.

La hipótesis que presentamos en este proyecto se enriqueció y confirmó como los objetos como la corbata son portadores de significado al expresar no tan solo una función útil; también expresan hábitos, niveles de ingresos, cultura, educación, costumbres, etc. El excedente simbólico de la corbata adquiere mayor importancia en las sociedades consumistas donde es más importante el valor de signo que el valor de uso; en este sentido, la corbata formalmente modificó su relación utilitaria a una relación hedonista, lúdica, de seducción y de poder con sus usuarios o con sus intérpretes. Sus bases son el humor, la fantasía, la seducción y el juego para dar constantemente como resultado relaciones pragmáticas de poder, que son representadas en muchas de sus categorías.

Desde su misma configuración formal, la corbata representa el poder ya que el hombre la materializa como un icono de aquel objeto al que a través de la historia le atribuyó un valor mágico que asoció con el poder, representándolo en casi todo; el órgano sexual masculino. Esta idea fue asimilada culturalmente y al cabo del tiempo, objetos como la corbata pueden simbolizar el poder desde una categoría de status, debido a la búsqueda de diferenciación del hombre con los demás a través de la ostentación de sus cualidades y características propias, adquiriendo una sensación de superioridad. El prestigio es otra categoría de poder transmitida por la corbata; está muy relacionado con el status y el nivel económico ya que muchos hombres buscan su realización en función de los bienes materiales que pueden obtener. El poder también significa superioridad intelectual, social, de capacidades y de dominio hacia los demás; es la corbata quien nos brinda esta oportunidad. Otra categoría de poder simbolizada en la corbata, es el poder sexual, el hombre siente el deseo de reforzar la atracción sexual y la atención del sexo opuesto y lo realiza por medio del embellecimiento de su aspecto externo aportado por la corbata; cuantas veces no hemos visto hombres guapísimos y súper varoniles portando en el cuello una bella corbata como símbolo de virilidad. El poder, se puede ejercer en otra de sus categorías porque posibilita la emancipación, en la búsqueda de relaciones igualitarias de oportunidades entre géneros, razas e individuos. Sin importar la condición de cada persona, portar una corbata nos puede aportar la actitud psicológica necesaria para ser quienes quisiéramos ser y para poder transmitírselo a los demás miembros de la sociedad.

Desde luego son importantes las características de la corbata como prenda de vestir, sin embargo, lo que resulta realmente interesante son los mecanismos, las manipulaciones y el status implícitos en ella. En el transcurso de este proyecto comprendimos que la sociedad crea la cultura para establecer un orden que le signifique y lo ayude en su continuo proceso de adaptación; así, surgen distintos signos que asumirán diferentes roles simbolizando todo aquello que el hombre requiere para entender y llevar a cabo su existencia en este planeta. En este sentido creemos firmemente que la educación nos conduce a la libertad y a la plenitud como seres humanos, pero también creemos que al adquirir como profesión el diseño de la comunicación visual y tener acceso a la formulación de mensajes y de sus contenidos; adquirimos una responsabilidad social; estamos concientes que hay muchas cosas que no están a nuestro alcance y que no podemos cambiar, sin embargo sabemos que seguramente habrá otras en las que desde nuestra posición de mujer y de profesional de la comunicación visual si podré contribuir.

Hoy nuestro mensaje, a través de esta tesis, es que sin importar los recursos que creamos necesitar para poder pertenecer a una sociedad y sin importar la raza, rostro, color, origen, posición, sexo, opinión, postura o credo; todos, somos iguales en derechos y oportunidades.

GLOSARIO

- *acuchillado*, aberturas semejantes a cuchilladas en el tejido exterior de las prendas que dejaban ver una tela distinta por debajo.
- *all-over*, se utiliza para denominar un tipo de diseño que cubre toda la superficie de la corbata.
- “basketweaves”, tejido en la seda en forma de canasta.
- brial, sobretúnica que proviene de oriente.
- cinco dobleces, término utilizado para las corbatas cotidianas que podemos ver en el mercado.
- clámide, capa corta doblada o sujeta en un hombro.
- collage, pretende ser una forma de aproximación al objeto mediante elementos integrantes de dicho objeto.
- Como, región de Italia reconocida por la excelente fabricación de seda.
- cravette, proviene del vocablo crabete que significa croata.
- drapeada, se refiere a los pliegues en una tela.
- “flecked crepe”, tejido áspero de las corbatas.
- “hand”, término utilizado para designar el tejido, peso, caída y textura de las corbatas.
- icono, es un signo que se parece de alguna manera a su objeto; su funcionamiento se basa en la semejanza.
- índice, indicador del objeto, que el intérprete termina por construir el resto.
- “moiré”, efecto de reflexión de luz.
- imagen, representación visual sobre un soporte físico de cosas que existen en la realidad.
- imagen digital, es producto de desarrollo de la informática y puede ser vectorial o en mapa de bits.
- imágenes icónicas, mensajes fabricados por los hombres y ubicados dentro de su entorno por medios técnicos como la fotografía.
- imágenes mentales, son elaboradas por el cerebro y retenidas por la memoria.
- imágenes retinianas, funciones del sistema perceptivo, constituyen un trabajo del ojo y del cerebro.
- necesidad, es el resultado de la conciencia de alguna deficiencia que cuando es satisfecha produce sensaciones gratificantes.
- *paisleys*, diseño con patrones que toman la forma de gotas.
- peplo, versión masculina de la clámide.
- quitón, prenda base del atuendo masculino, generalmente corta usada por los griegos y romanos.
- “rep”, tejido que se realiza en la seda de las corbatas, de muy finas nervaduras.
- saya, variedad de túnica.
- Semiótica, ciencia que tiene como objeto de estudio a los signos, su funcionamiento y su relación con otros signos.
- shantung, seda china.

- siete dobleces, es el término utilizado para las corbatas sin interforros, que se hace del mismo pedazo de tela y cuenta con siete dobleces (tres en un lado y cuatro en el otro).

- signo, es una forma física y un concepto mental asociado.

- símbolo, es una clase de signo cuya conexión con su objeto es el resultado de una convención.

- toga, prenda característica de Roma similar a la clámide.

- “trompe-l' oeil”, diseños que dan la impresión de quemaduras o rasgaduras de seda en la corbata.

- “underknot”, diseño situado justo debajo del nudo de la corbata.

- vestido, es un conjunto de prendas o atuendos personales que el hombre utiliza para cubrir su desnudez.

BIBLIOGRAFÍA

Alberoni, Francesco
Psicología del vestir, Barcelona, Ed. Lumen, 1976.

Bayley, Stephen
Guía Conran del Diseño, Madrid, Alianza Editorial, 1992.

Boucher, Pierre
Historia del Traje en Occidente desde la Antigüedad hasta nuestros días, Barcelona, Ed. Muntaner y Simón, edición, 1967.

Brunh, Wolfgang
Historia del traje en imágenes, Alemania, Ed. Könemann, 2000.

Costa, Joan
Imagen pública. Una ingeniería social, Barcelona, Ed. Funesco, 1991.

Chaille, Francois
The book of ties, París, Ed. Canale, 1994.

Eco, Umberto
Psicología del vestir, Barcelona, Ed. Lumen, 1976.

Fiske, John
Introducción a la teoría de la comunicación, Barcelona, Ed. Norma, 1984.

Flügel, J.C.
Psicología del vestido, Milán, Ed. Paidós, 1994.

Fraise, G.
Musa de la razón, Ed. Cátedra, 1991.

Frutiger, Adrián
Signos, símbolos, marcas, señales, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1999.

Gross, Richard
Psicología: la ciencia de la mente y la conducta, México, Ed. Manual Moderno, 2004.

Hensen, Henry H.
Historia Gráfica de la moda, Barcelona, Ed. Juventud, 1959.

Laver, James
Breve historia del traje y moda, Madrid, Ediciones Cátedra, 1988.

Lurie, Alison
El lenguaje de la moda: una interpretación de las formas de vestir, Barcelona, Ed. Paidós, 1994.

López Rodríguez, Juan Manuel
Semiótica de la Comunicación Gráfica, México, Ed. Escuela Nacional de Bellas Artes, Escuela de Diseño, 1993.

Nuvoletti, Giovanni
Elogio de la corbata, España, Ed. Mondivérica, 1986.

Paley, Maggie
El libro del pene, Ed. Planeta, Barcelona, 2000.

Racinet, Albert
Historia del vestido, Ed. Libsa S.A, 1999.

Riviere, Margarita
Diccionario de la moda. Los estilos del siglo XX, Barcelona, Ed. Grijalvo Mondadori, 1996.

Squicciarino, Nicola
El vestido habla, Madrid, Ediciones Cátedra, 1990.

Tapia, Alejandro
De la retórica a la imagen, México, UAM Xochimilco, 1991.

Vilchis, Luz del Carmen
Diseño. Universo de conocimiento, Ed. Claves Latinoamericanas, 1999.

Vilchis, Luz del Carmen
Metodología del Diseño, Ed. Claves Latinoamericanas, 1998.