

gueses, proletários, patricinhas, mauricinhos, gangs, tribos, artistas... Enfim, qualquer sujeito social em suas várias identidades tem o vestuário como uma mediação e relação entre o corpo físico e o corpo social, que o inscreve como sujeito na cultura. O vestir envolve gestos, comportamentos, escolhas, fantasia, desejos, fabricação sobre o corpo (e de um corpo), para a construção de personagens sociais coletivos ou individuais, exercendo assim comunicação, exprimindo noções, qualidades, posições, significados. Podemos dizer: Vista-se e me diga quem és.

Experimentamos um movimento disciplinar centrípeto, que se dirige da sociedade ao centio do sujeito para moldá-lo, mas, que não impede a ocorrência de um outro movimento, centrífugo, do núcleo do sujeito ao exterior, em busca de uma autonomia e de um reconhecimento individual. Talvez por isso encontremos abordagens aparentemente antagônicas sobre a relação individuo - sociedade, algumas que enfatizam a força alienante da sociedade de massas padronizando e subordinando os indivíduos, e outras que enfocam o extremo narcisismo e individualismo que corroem os vínculos sociais.

A roupa ajuda a compor as diversas identidades que a realidade nos faz viver e querer. Não apenas por força da mídia e dos mecanismos da industria cultural, mas porque os contextos e relações sociais mudam rapidamente colocando o desafio de acompanhar o tempo alterando atitudes, crenças, valores, desejos... muitas vezes a instantaneidade dessas mudanças não permite que as antigas se desfaçam e é possível a convivência de alguns "eus", no mesmo individuo. Por esse ângulo, a roupa permite a expressão desse conflito e até ajuda a solucioná-lo, expressando-o até diluir a angustia de ser ou não ser. Construir diversas identidades funda-se na busca de estar mais próximo do que a pessoa acredita ser ou parece ser, ou do que crê estar escolhendo ser.

Assim as identidades apresentam-se como próximas do desejado, projetado e fantasiado - configurando-se como *vontade de ser*. Na realização dessa vontade a roupa se torna elemento indispensável para a expressão do que cada um se faz ser para acomodar sua própria complexidade e se lançar na aventura de se construir e se revelar exatamente do modo que deseja ser. Portanto, vivemos mais uma forma histórica de construção de sujeitos, indivíduos produzidos por processos massificadores da sociedade de consumo, domínio da moda, que lhes fornece os materiais para se sonhar construir possibilidades de liberdade do ser.

A moda, antes construída sobre o desejo de *um* criador que estabelecia as tendências do vestir a partir de seu gosto pessoal, se curva para buscar os *comportamentos* diversos e os *desejos* submersos dos consumidores para tornar possível o quase impossível encontro do sujeito consigo mesmo.

* Socióloga. Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Gênero, Idade e Família - Negif, Universidade Federal do Ceará, Brasil.

Moda y tradición en la construcción de la identidad cultural (r042)

María Alliaud*

¿Qué relación existe entre estética y cultura, o más específicamente, entre arte y tradición? En diferentes escritos y entrevistas Borges intenta responder este interrogante desde el punto de vista de una determinada manifestación estética, la literatura. Lo que le interesa a Borges es indagar hasta qué punto un escritor, por el hecho de ser argentino, debe otorgar una determinada forma a su obra y limitar sus contenidos, remitiéndose a una tradición común llamada nacional o latinoamericana. En este trabajo me propongo realizar una operación análoga a la de Borges refiriéndome a la relación existente entre el diseño y la tradición, entre el acto estético de diseñar indumentaria y la pertenencia a una cultura específica (por ejemplo, latinoamericana, nacional, porteña). ¿Debe necesariamente un diseñador argentino plasmar en su obra determinadas técnicas, formas, colores, temáticas, para inscribir su arte dentro del conjunto de obras relacionadas con una identidad específica (latinoamericana/nacional)? ¿Cuáles son las relaciones que pueden establecerse entre la moda y la construcción de una determinada identidad cultural? ¿Es la moda quien forma (o reforma) las identidades culturales o, a la inversa, son éstas quienes condicionan el diseño de una moda?

* Diseñadora de indumentaria. Universidad de Buenos Aires.

Nuevas tendencias para la práctica profesional en el diseño editorial (r045)

Grisel El Jaber* y Alina Montanaro**

En los últimos años se ha producido una gran transformación en el campo editorial a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. Las mismas han marcado una nueva relación entre la tecnología y el trabajo, instituyendo nuevas formas de organización, nuevos métodos de distribución del tiempo, del espacio y nuevas formas de saber y poder que subyacen.

Los nuevos fenómenos relativos a la comunicación visual no están ajenos a este panorama y surgen de nuevas necesidades socioculturales.

Hoy se viven otras concepciones acerca del espacio, el tiempo; de los sujetos y de los objetos, donde la producción de la información y la comunicación es atravesada por la tecnología.

En este contexto, aparecen nuevos roles de los diseñadores, ilustradores, infógrafos, fotógrafos, entre muchos otros trabajadores, cuyo procesos productivos nos permiten dar cuenta de estas transformaciones.

Se postulan también nuevos lectores, desde una instancia de producción que no niega el sentido: Las nuevas