

Resumen de la tesis

Introducción

La ideo-estética de la indumentaria de Rafael Correa. La camisa del Presidente Ecuatoriano y su intencionalidad comunicativa

- Iraida Teresa Ubilluz Albán.
- Cohorte 1 (Ingresados en Febrero 2015)
- Ecuatoriana
- Ingeniera en Procesos y Diseño de Modas por la Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
- Cargo actual: Técnico Docente de la Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)

En la consolidación de la comunicación pública la vestimenta ha generado que los políticos cada vez más hagan uso de ésta para posicionarse; algunos en una mediación entre barbarie y civilización. La formalidad de la estética occidental del vestir separa civilización de barbarie. Majfud (2010) manifiesta que interpretar un modo de vestir como civilizado o bárbaro implica una definición ideológica de un pensamiento fundador de prácticas colonizadoras. Ser o no ser civilizado se expresaba en llevar cuello y corbata, por un lado, o poncho, por el otro. El primero símbolo del sujeto occidental civilizado y el segundo, de la vida rural, periférica, atrasada y salvaje.

La estética de ruptura de la etiqueta en cuanto a imagen vestimentaria e identificación de la barbarie con pertenencia y exclusión busca un mensaje anti sistemas en un sistema-mundo que contribuyen a cambiar. Las prendas de vestir y los accesorios tienen cierto simbolismo, que hace que quienes los poseen se diferencien de los demás. Es así como en la política la boina con una estrella que utilizó el Che Guevara es considerada símbolo de revolución, o dentro de una estética feminista, el “peinetón”, que con vehemencia utilizaba la mujer argentina en la década de 1820

como símbolo de status y de liberación de costumbres españolas, comunicaba una diferencia y marcaron la ruptura de las normas sartoriales (Taletavicius (1995) citado por Root (2014).

Desde el inicio de su mandato Rafael Correa (expresidente ecuatoriano que gobernó el país durante 10 años: desde el 15 de enero de 2007 hasta el 24 de mayo de 2017) se presentó con una vestimenta diferente a la de gobernantes que le antecedieron en la historia ecuatoriana. Parece ser que su intención de uso estaba relacionada al hecho de vestir prendas que identifiquen a su país. Según Vélez (2013) el exmandatario solicitó que se le diseñara su ropa inspirada en la cultura nacional, y en respuesta a su pedido realizó una selección de vestimenta y accesorios que combinaban la historia y el patrimonio intangible ecuatoriano.

Otros pudieran pensar que esta decisión está relacionada con un estilo en Latinoamérica, iniciado por Evo Morales, presidente boliviano que trascendió en la historia de exclusión social de su pueblo al ser elegido en diciembre de 2005 como el primer presidente indígena de la República de Bolivia. Rafael Correa se habría apropiado de una estética que de cierto modo lo acercaba al pueblo, lo emparejaba con el indígena desde la ruptura con los códigos vestimentarios hegemónicos occidentales que establecen, por ejemplo, el uso de corbata en la vestimenta formal. Correa fragmenta la etiqueta dominante al rehusar la corbata en los actos de investidura presidencial y escoger camisas bordadas con símbolos que muestra tanto la cultura ecuatoriana como culturas ancestrales andinas.

Lo que pretende la investigación es identificar la manera en que se involucra el diseño de las camisas del exmandatario Rafael Correa con la intencionalidad comunicativa de su gobierno. El proyecto se inscribe en el campo temático medios y estrategias de comunicación, puesto que aborda el tema de la vestimenta como parte de la estrategia comunicativa.

Conclusiones

En la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

- 1) La estética presentada por el expresidente ecuatoriano Rafael Correa, se sumó a un intento latinoamericano de comunicar al ciudadano que observa una propuesta de cambio, como él mismo lo expreso “creo que tuvimos el mensaje correcto en el momento adecuado, la

gente estaba cansada de los mismos de siempre, nosotros tuvimos ese mensaje de cambio” (Correa 2009).

- 2) El diseño de las camisas del ex mandatario Rafael Correa se relacionan con la intencionalidad comunicativa de su gobierno a través de la concepción ideo-estética. Es la respuesta a una idea de ruptura política con anteriores gobiernos de Ecuador.
- 3) La intencionalidad comunicativa y el pedido de diseño fueron categorías de análisis que sirvieron de base para la interpretación (construcción y deconstrucción) de una realidad expuesta en el discurso y en las relaciones interpersonales.
- 4) La opción de una metodología que integre lo objetivo y lo subjetivo como herramienta de perspectiva interpretativa para analizar cómo se involucró el diseño de las camisas del mandatario Rafael Correa con las intenciones comunicativas de su gobierno, se considera una fortaleza dentro de la investigación de enfoque cualitativo.
- 5) La ideo-estética en torno a la intencionalidad comunicativa y al pedido de diseño es coherente con la concepción de la izquierda latinoamericana del siglo XXI. Se integra a una estrategia política de inclusión social, revalorización de lo propio o lo nuestro, y un cambio en la matriz productiva de Ecuador.

Recorte temático

Del tema que concierne a la relación ente imagen y vestimenta de una figura pública se han desarrollado varias indagaciones que han servido como antecedentes investigativos. Con respecto a la imagen del entonces candidato a la presidencia de Bolivia Evo Morales, Ferrufino (2012) expresa que se presenta vestido de manera informal, hablando a las personas en un ángulo normal, lo que genera la sensación de igualdad entre el espectador y el sujeto. Adicionalmente, a partir de la indumentaria, él mismo se presenta como una persona en igualdad de condiciones que el electorado, logrando por tanto empatía entre el candidato y la población. En esa imagen se hacen presente tanto las variables de sentimiento nacionalista como de memoria histórica.

Para Albertini (2014) Eva Perón y Cristina Fernández de Kirchner son mujeres que ocuparon en sus contextos sociales e históricos posiciones excepcionales de poder en el ámbito político argentino. Evita empleó su discurso de superación social y representación política expresándose -sobre todo- a través de su imagen vestimentaria. Cristina logró convertirse en la primera mujer

presidente en la historia de Argentina y también fue reconocida y criticada por su estilo vestimentario (Saulquin, 2014).

La presencia de nuevos códigos vestimentarios pudiera tratarse de la reivindicación, la diferencia y la representación de lo periférico mirado desde el Sur o de una toma de partido con la izquierda latinoamericana del siglo XXI y su vinculación con algunos líderes políticos de la región. Por ello se abordó el tema de la indumentaria social y político latinoamericano y la etiqueta de la izquierda latinoamericana. Se tuvo un apartado de análisis para la ideo-estética de tres representantes del subcontinente: Evo Morales, Piedad Córdoba y Rafael Correa. Por último, se dedicó un capítulo al análisis de la camisa bordada, que se constituyó en el soporte mediático que el exmandatario Rafael Correa utilizó.

Pregunta problema

¿Cómo se involucró el diseño de las camisas del mandatario Rafael Correa con la intencionalidad comunicativa de su gobierno?

La interrogante de rigor y seguimiento fue: ¿qué relación guardan la intencionalidad comunicativa y el pedido de diseño?

Recorrido metodológico

El diseño metodológico ha tomado en consideración que en los modos de construcción del conocimiento incide la forma de interpretar los hechos o fenómenos sociales de manera objetiva y subjetiva. Al referirnos a la manera objetiva y subjetiva, lo consideramos desde la teoría de Pierre Bourdieu, que los concibe como dos momentos analíticos: un primer momento objetivista, en el cual el investigador reconstruye la estructura de las relaciones que son independientes de la conciencia y un segundo momento donde intenta captar representaciones, percepciones y vivencias de los protagonistas de la práctica. Ambos pasos ofrecen mayores posibilidades de explicar y comprender la realidad social (Bourdieu, 1988).

Estos dos momentos se fundan en una ontología: lo social que existe en los cuerpos y en las cosas. Las potencialidades inscritas en los cuerpos de los agentes y en la estructura de las situaciones donde actúan, o más exactamente en su relación (Bourdieu, 1997). Es en el plano de las relaciones entre los agentes que actúan en un campo desde donde se propone analizar cómo se

involucra el diseño de las camisas del mandatario con la intencionalidad comunicativa de su gobierno.

Para el trabajo de campo se recurrió a una combinación de métodos tradicionales con métodos alternativos creados por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Entre los métodos tradicionales de recolección de información se empleó la entrevista y el análisis de contenido fotográfico. En el caso de la entrevista, un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, se aprovechó su naturaleza flexible para obtener información relevante sobre el tema de estudio, a través de respuestas verbales dadas por el entrevistado; en este caso, por ejemplo, la artesana que desempeñó la tarea del bordado. Las preguntas se plantean de acuerdo a los objetivos definidos por dicho estudio.

El análisis de contenido fotográfico fue seleccionado como una forma específica de tipología documental que se basa en las imágenes como objeto de estudio. Las representaciones iconográficas constituyen una pieza sustancial de nuestra cultura visual, y parte de la dimensión informativa y documental. Son consideradas fuentes valiosas para recabar información sobre formas de vida, costumbres o hechos suscitados en un contexto particular. Su riqueza comunicativa hace que el mensaje que la imagen transmite resulte de extraordinario valor para el investigador, quien debe decodificar analíticamente su significado de manera que sea posible su comunicación posterior.

Como método de investigación alternativo se optó por el análisis netnográfico. El mismo permite hacer observación no participante y aprovecha la etnografía digital como herramienta de perspectiva interpretativa para documentar las expresiones de los agentes inmersos en el diseño de las camisas del exmandatario Rafael Correa.

Desarrollo de la investigación

La investigación plantea como hipótesis que: la estética presentada por el expresidente ecuatoriano Rafael Correa, se sumaba a un intento latinoamericano de comunicar al ciudadano que observa una propuesta de cambio.

El objetivo general consideró: determinar cómo se involucró el diseño de las camisas del mandatario Rafael Correa con la intencionalidad comunicativa de su gobierno. Del cual se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- 1) Fundamentar el pedido de diseño y la intencionalidad comunicativa como categorías de análisis.
- 2) Plantear una metodología que integre lo objetivo y lo subjetivo como herramienta de perspectiva interpretativa para analizar cómo se involucró el diseño de las camisas del mandatario Rafael Correa con las intenciones comunicativas de su gobierno.
- 3) Fundamentar la ideo estética en torno al pedido de diseño y la intencionalidad comunicativa.
- 4) Establecer la relación entre las categorías de análisis: pedido de diseño e intencionalidad comunicativa.

Marco teórico

Este capítulo de la investigación constituye una de las fases más importantes del trabajo de investigación, ya que desarrolla los conceptos teóricos que van a fundamentar el proyecto con base al planteamiento del problema. La fundamentación teórico conceptual no es –solo- la recopilación de información de diferentes fuentes que ayudan al investigador a diseñar el procedimiento que utilizará en su investigación para formular y desarrollar un argumento; además implica el desarrollo organizado y sistemático del conjunto de ideas, conceptos, antecedentes y teorías que permiten sustentar la investigación y comprender la perspectiva o enfoque desde el cual se parte, y a través del cual se interpretan los resultados.

En virtud de lo anterior se definieron dos categorías de análisis con relación al problema: intencionalidad comunicativa y pedido de diseño. Se revisó parte del cuerpo teórico en busca del enfoque de la investigación y como guía de interpretación de los resultados que se esperaban obtener en el trabajo de campo.

La intencionalidad comunicativa presente en el hecho vestimentario, tiene una respuesta más enfocada a un referente ideo-estético. Se considera la vestimenta como una forma de conciencia social, como una forma específica de comprensión de la realidad, determinada por las relaciones dominantes en la sociedad dada, por su base económica. De allí –posiblemente- el sentir

expresado por Centeno (2013) haciendo referencia a que toda revolución trae un vestido nuevo y todo vestido nuevo anuncia la siguiente revolución. Si bien la historia ha dado cuenta de diferentes herramientas de hegemonía política para legitimar el poder, la indumentaria ha sido una de ellas. El éxito en la imposición de los imaginarios de las élites gobernantes ha sido diferente en cada tiempo. Susana Saulquin en su libro *Política de las apariencias* se refiere a cómo las prendas, los objetos, tradiciones, y demás códigos culturales, han sido utilizados eficazmente como herramientas simbólicas de construcción de conocimiento y poder (Saulquin, 2014). En cada uno de estos casos ha estado presente la intencionalidad comunicativa.

En este capítulo se llegaron a las siguientes conclusiones:

- La intencionalidad comunicativa: (1) le manifiesta al destinatario un determinado contenido que en ocasiones implica una toma de conciencia y (2) está orientado a una meta.
- Los indicadores observacionales de la intencionalidad comunicativa a considerar en el caso de la vestimenta son: la coherencia conductual, la coherencia ideo-estética, la orientación de la conducta hacia el destinatario y la direccionalidad hacia la meta.
- El pedido de diseño permite establecer un vínculo directo entre diseñador y cliente. Esta comunicación verbal o escrita, contiene la información relativa al problema de diseño, necesidades, requerimientos, y características particulares de la respuesta esperada. Permite al diseñador seleccionar los datos en función de la toma de decisiones. En el caso del diseño de vestimenta, el pedido de diseño incorpora –en ocasiones- la personalidad del cliente.
- El pedido de diseño de vestimenta intentar dar solución a los requerimientos del cliente, tomando en cuenta elementos fundamentales para la comunicación interpersonal como son: presentación del entorno, ocasión de uso, beneficio a comunicar y condicionantes o limitaciones.

Aportes al campo del conocimiento

El aporte de esta investigación está vinculado a los estudios sobre significado y simbolismo de la vestimenta; tomando categorías de análisis que se conectan con la comunicación y la antropología cultural. La contribución se considera de orden metodológico a partir del uso de la netnografía como propuesta que enriquece las vertientes del enfoque de innovación y

mejoramiento social que promueven los métodos participativos dentro de la metodología y práctica social de enfoque cualitativo, integrándose a las transformaciones que Internet ha provocado en la cotidianeidad. Actuó desde la perspectiva del procedimiento interpretativo, para analizar las producciones, realizaciones o creaciones en forma de discursos, y obtener conclusiones. Es una herramienta que posibilitó abordar el objeto de estudio desde la dimensión cultural que brinda el ciberespacio; y que se manifestó a través de la información disponible públicamente en la red.

Referencias

- Albertini, D. (2014). *La construcción de la imagen de poder político de la mujer en Argentina: la indumentaria de Eva Perón y Cristina Kirchner*. [tesis maestría]. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.
- Anscombe, G. E. (1957). *Intention*. Oxford: B. Blackwell.
- Centeno, P. (2012). *Política y Moda*. Madrid: Península.
- Centeno, P. (2 de diciembre de 2013). ¿La izquierda no puede vestir bien? *ABC Gente y Estilo*. Disponible en: <http://www.abc.es/estilo/gente/20131201/abci-moda-politicos-izquierda-201311292006.html>
- Del Vecchio, F. (2014). *Diálogo con diseñadores*. Disponible en: http://fernandodelvecchio.com/varios/Del_Vecchio_DCD.pdf.
- Entwistle, J. (2002). *El Cuerpo y la Moda. Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A.
- Godart, F. (2012). *Sociología de la Moda*. Buenos Aires: Adhasa.
- Lurie, A. (2011). *El lenguaje de la moda*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Majfud, J. (03 de abril de 2010). *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/downloadPdf/la-narracion-de-lo-invisible-los-significados-ideologicos-de-america-latina--0/>
- Martínez Barreiro, A. (1998). *La Moda en la Sociedades Modernas*. Madrid: Tecnos S.A.
- Polo, E. (9 de septiembre de 2016). *Producción por pedido*. Disponible en: <https://es.slideshare.net/EduardoPolo5/produccion-por-pedido>
- Rodríguez, B. M. (2014). *Diseño centrado en el usuario*. México: Designio S.A. de C.V.
- Root, R. (2014). *Vestir la nación, Moda y política en la Argentina poscolonial*. Buenos Aires: Edhasa.
- Saltzman, A. (2005). *El Cuerpo Diseñado. Sobre la forma y el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.

Saulquin, S. (2014). *Política de la apariencias*. Buenos Aires: Paidós.

Squicciarino, N. (2012). *El vestido habla*. Madrid: Cátedra.

Súarez, M. (2016 de Junio de 2016). Turbante, el tocado de moda. *El Diario*. Disponible en:
<http://www.eldiario.com.co/seccion/MODA-IN/turbante-el-tocado-de-moda1606.html>