

10.0 CONCLUSION

A continuación se puntualizarán los aspectos más importantes encontrados a lo largo del desarrollo de esta tesis teórica. Dichos puntos se mencionan en el orden de aparición conforme a los capítulos, de forma que podamos sacar deducciones históricas hasta llegar a los puntos de interés, respecto a las representaciones en el vestir, así como su cronología, su comportamiento y la influencia que ejerce sobre el sector juvenil hoy.

Históricamente podemos concluir que, la moda ofrece la posibilidad (como función primera cronológicamente hablando) de diferenciación laboral o de clase a partir del diseño de ropa en función de cada contexto social. Sin embargo más tarde, surgiría la democratización de la ropa, donde ya no existía el sentido inherente (en cuanto a sentido de diferenciación social) y surgirían los sentidos contruidos, donde la referencia de la moda ahora recaería en un sentido comercial y simbólico. Es aquí donde se puede afirmar, que la identidad actual es el resultado de una multi-ideología en las sociedades modernas, que traería como consecuencia la diversidad de posibilidades de identidad, misma que se construye y reconstruye de una manera efímera a cada momento.

Entonces en el contexto de la moda podemos afirmar que su estructura se encuentra determinada por las significaciones a partir de la representación, las que

corresponden a una necesidad de consumo dominada por medios tecnológicos masivos de comunicación. Mismos que condicionan gustos y elecciones identitarias en la colectividad juvenil. Este mecanismo de función, refuerza la aseveración inicial de este proyecto de análisis, que toca el punto de cultura visual mediada por el consumo simbólico, la cual es una dominante actual que parte de la seducción del individuo, con mercancías creadas desde el ángulo ya mencionado del "consumo-simbólico". Éste, incrementa y diversifica, de una manera aparente, las posibilidades de elección. Elección que se ve reflejada dentro de los grupos juveniles en su manera de vestir, la cual comprueba una búsqueda de integración social, condicionada por la producción ideológica de mercancías, hacia la ya mencionada persuasión massmediática, como lo es para éste caso, la moda.

Es así como se ha llegado al punto que, las representaciones gráficas en la moda son producto directo de una pseudocultura difundida a través de los medios masivos de comunicación, las cuales reproducen las pautas normativas de un carácter dominante dentro de la sociedad. Éstas, después de estudiar su comportamiento se puede decir que funcionan como medio de identificación dentro de este mundo de apariencias (*look*), las que dirigen el comportamiento de los individuos hacia estos símbolos representacionales adquiridos mediáticamente. Representaciones subjetivas mediadas hacia al colectivo-social, las que persuaden y causan adhesión inconsciente de

imágenes. Éstas, y ahora lo sabemos, se encuentran vacías de significado e intencionalidad, ya que dominan y falsifican la mente dentro del contexto social actual. Imágenes de la cuales los jóvenes toman materiales que traducen en estilos, etiquetados desde un principio, por los medios masivos.

Otro punto muy importante, y con el cual se finaliza es, que existe una convivencia mediada de productos (hablando de sociedad en general) dentro del contexto de consumo global simbólico, el que supone procesos constantes de hibridación respecto a objetos unificadores de masas. Y es aquí donde las tendencias visuales en el vestir, no deben de ser entendidas desde puntos de vista particulares (específicamente hablando de las diferencias de estilos entre cada una de las prendas), sino como productos simbólicos globales (en todo su conjunto representacional), traducidos en el concepto de moda, fenómeno massmediático de conformidades y unidad de identidad juvenil.

APORTES PERSONALES

Los aportes que puedo mencionar como diseñador gráfico, a partir de la experiencia adquirida a lo largo de la licenciatura son:

- Tener una metodología de trabajo que integra de manera tangible la teoría y la práctica en un proyecto. Pues muchas veces solemos hacer procesos mentales de

información, siendo que olvidamos la importancia de concientizar este proceso, para que funcione de una manera mucho más efectiva.

- Tocar el fondo de algún tema. Pues esto te permite, además de conocer acerca de él, involucrarte, perderte, ser parte de esa incertidumbre... para posteriormente conocer su verdadera esencia.
- Conocer una parte de ti mismo, pues a pesar de tratarse de una exploración de campo, es una prueba personal, donde la estrategia es dictada por nuestra propia experiencia como diseñadores y como personas, el acercamiento humano a partir de sí.
- Superar las pruebas de un proyecto real, de vida... pues esto de cierta forma prepara... pone a prueba los sentidos... el conocer de un profesionalista... el cual ahora es capaz de resolver los problemas y adversidades como tal, con las bases suficientes que la misma vida académica y futura antepongan en el transcurso.