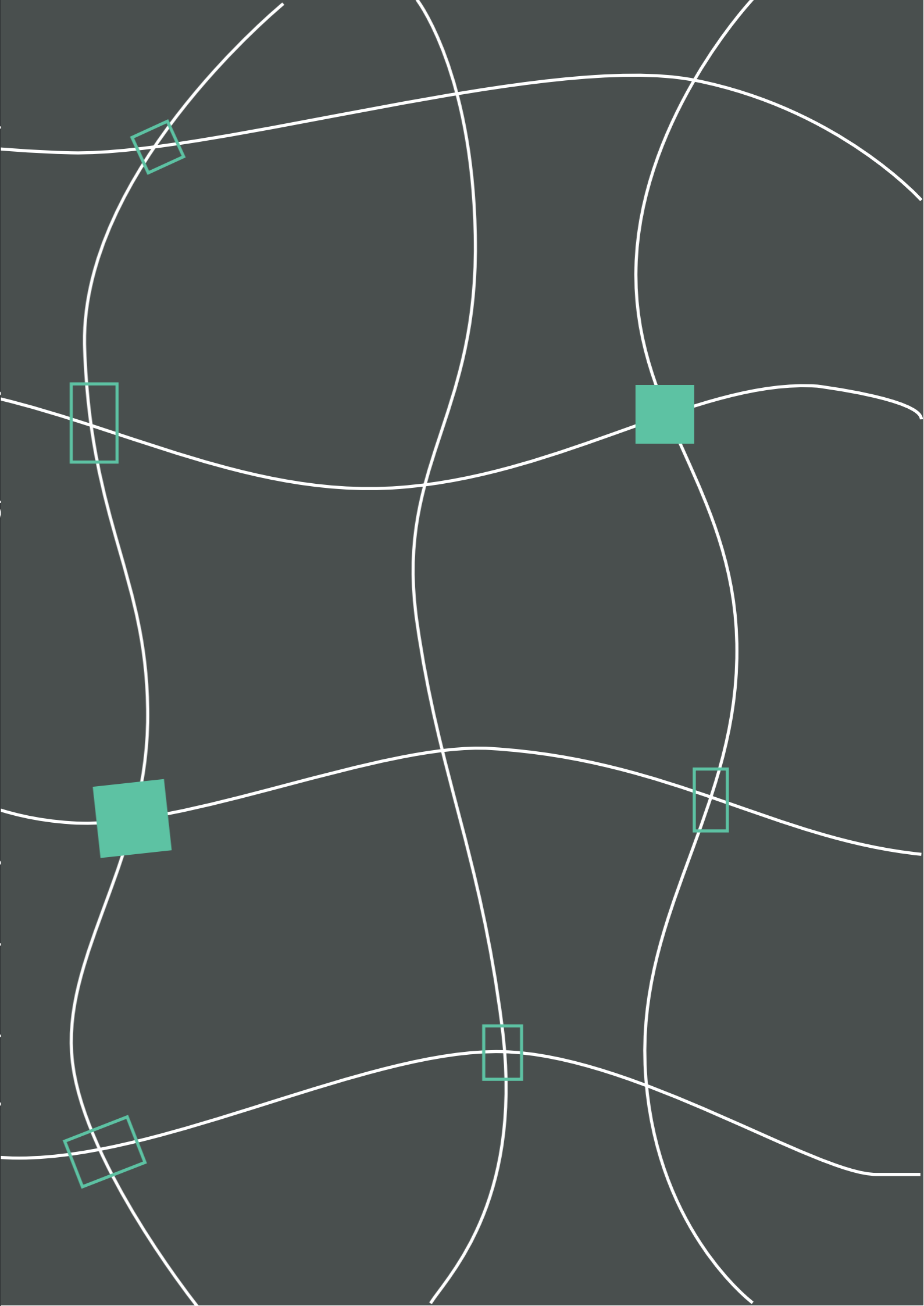
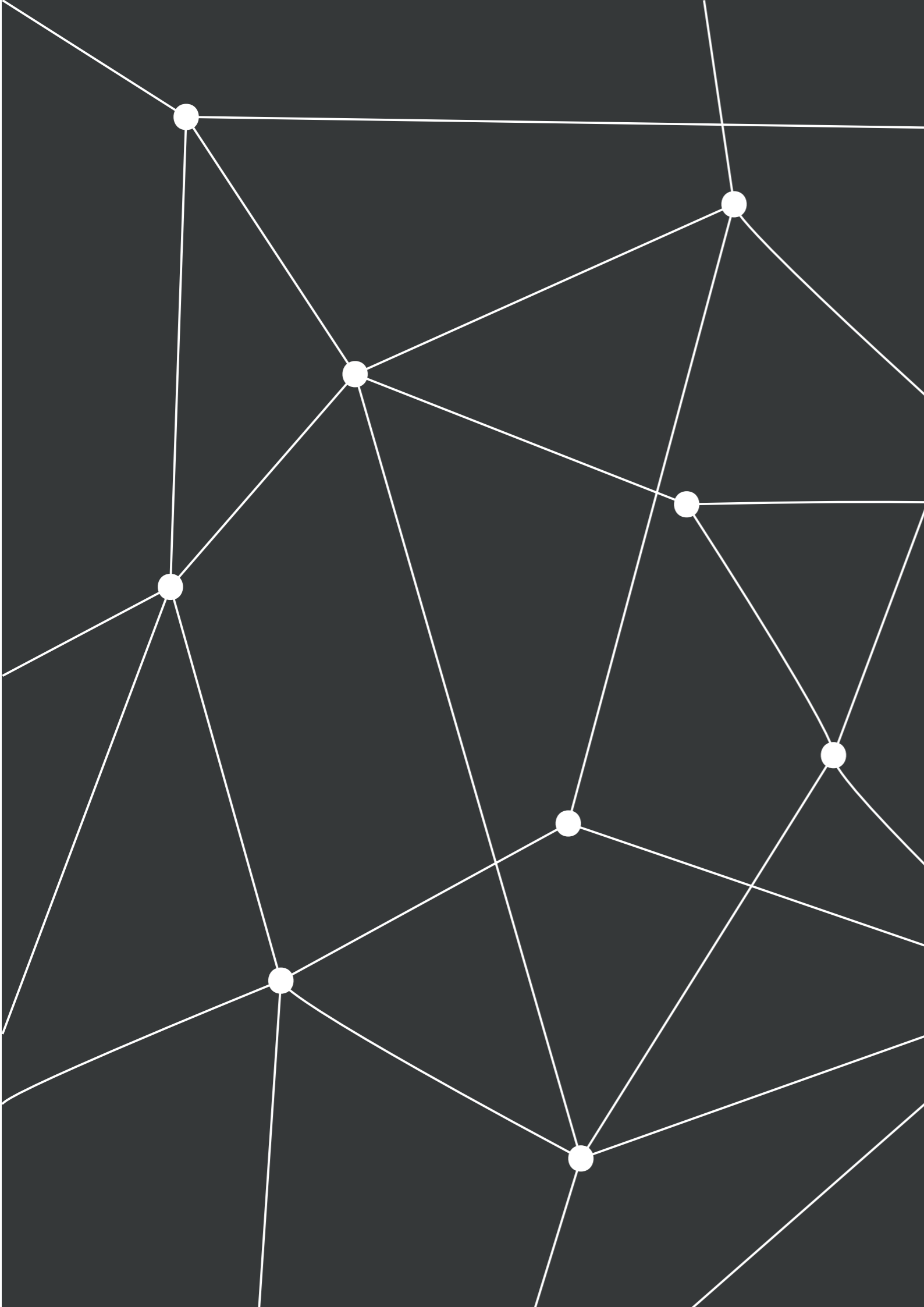




APROPIACIÓN
CULTURAL
Y CÓDIGOS
SIMBÓLICOS
EN LA MODA
HIPERCULTURAL

Daniela Ferrucho



Núñez, Sandino (2012) El miedo es el mensaje. Casa Editorial HUM, Montevideo, Uruguay.

Ong, Walter (1996) Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra. Fondo de cultura económico, Buenos Aires, Argentina.

Parra, Reguina (2020) Moda étnica: códigos ancestrales y propuestas contemporáneas. FELS Federación Latinoamericana de Semiótica, deSignis, Bogotá, Colombia.

Ramirez Cotal, Jaime (2021). Moda y apropiación cultural: reflexiones críticas desde la identidad y el Diseño. Revista de matemáticas, Universidad Diego Portales, Santiago, Chile.

Sibila, Paula (2006) El hombre postorgánico: Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales. Artes Gráficas del sur, Buenos Aires, Argentina.

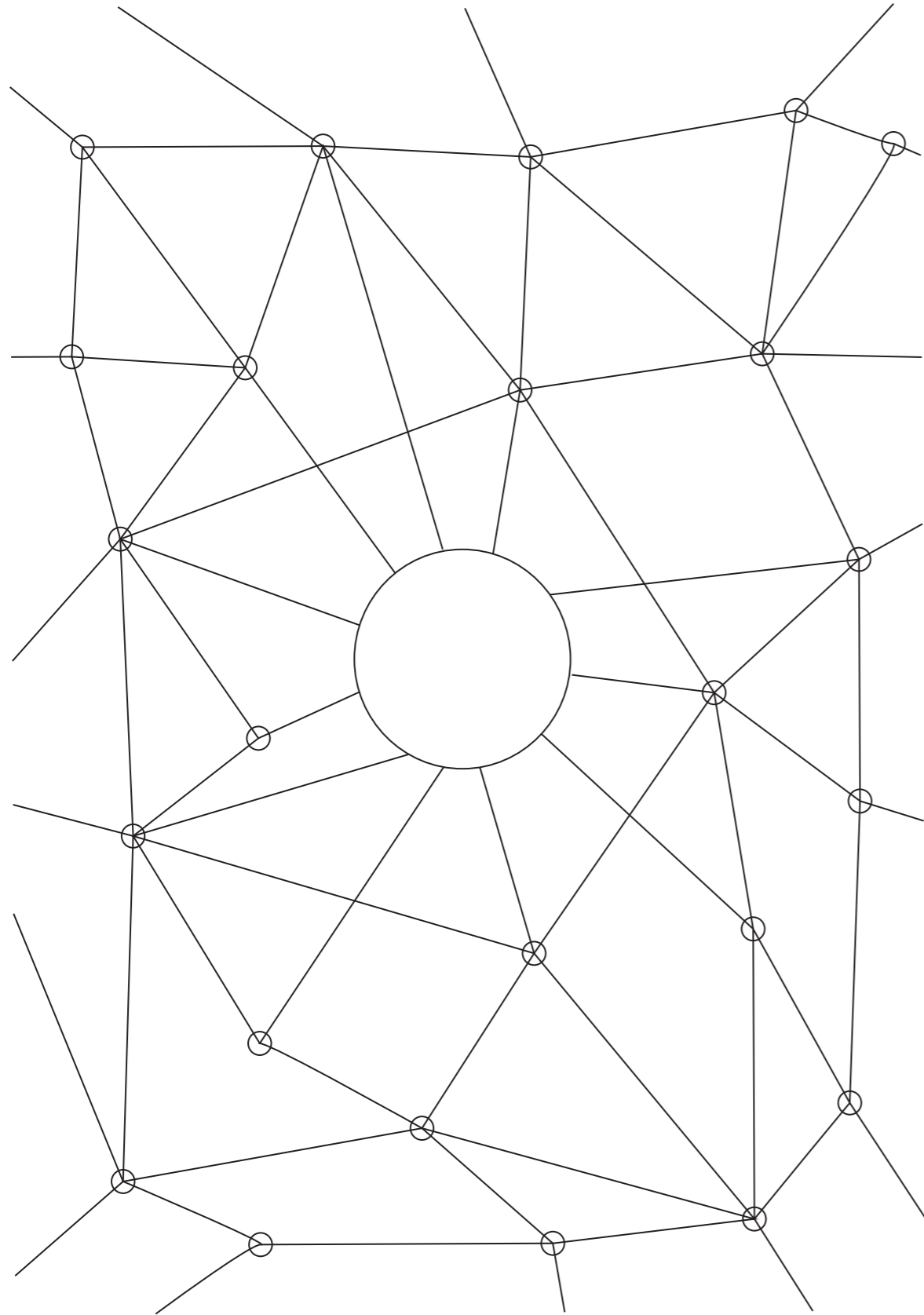
Virilo, Paul (1997) El ciber mundo: la política de lo peor. Ediciones Cátedra S.A. Madrid, España.

APROPIACIÓN CULTURAL Y CÓDIGOS SIMBÓLICOS EN LA MODA HIPERCULTURAL



Autora: Daniela Ferrucho
@venuzinfurs.666

Opción de Grado II
Programa de Diseño de Modas
Tutor: Francisco Javier Buendía
Mayo del 2022
CUN



BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

- Bauman, Zygmunt (2002) Modernidad líquida. Editorial Fondo Económico, Buenos Aires, Argentina.
- Han, Byun-Chul (2018) La hiperculturalidad: cultura y globalización. Segunda edición. Editorial Herder. Barcelona.
- Haraway, Donna (1985) Manifiesto Ciborg El sueño irónico de un lenguaje común para las mujeres en el circuito integrado. Puente Aéreo Ediciones.
- Ihde, Don (2004) Los cuerpos en la tecnología. Nuevas tecnologías: nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo. Editorial UOC, Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad. Barcelona, España.
- Lévi-Strauss, Claude (1981) Las estructuras elementales del parentesco. Paidós, Barcelona.
- Lipovetsky, Gilles. (2002). El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas. Editorial Anagrama.
- McLuhan, Marshall (1995) La aldea global. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Martinez-Collado, Ana (2006) Tecnología y construcción de la subjetividad. La feminización de la representación cyborg. Artículo de Internet.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco enormemente a mis amigos y colegas que sin su ayuda no hubiera sido posible este trabajo:

Francisco Javier Buendía

Alejandro Medina

Ana Bravo

Pablo Ibarra

La escuela abierta

Binario

Agradezco especialmente a mis padres que siempre están dispuestos a ayudarme.

A todos ¡gracias infinitas!

ÍNDICE

1	Resumen
2	Palabras claves
3	Introducción
6	Culturas orales y códigos simbólicos
11	Hipercultura
18	Apropiación cultural en la moda de la era virtual
21	Códigos simbólicos de la hipercultura
30	Un diálogo inquietante
33	Conclusiones
35	Agradecimientos
36	Bibliografía y referentes

RESUMEN

En la era virtual la dimensión corporal ya no es la que define la identidad cultural de las personas, compartir un territorio en común no genera ya comunidad, la idea misma de cultura se ha transformado debido a las implicaciones que ha tenido la Internet en nuestras vidas cotidianas, facilitando de este modo el intercambio de imágenes del mundo entero teniendo la ilusión de recorrerlo y habitarlo prescindiendo del cuerpo, sin que ello implique necesariamente un sentimiento de pertenencia. En ese contexto la apropiación cultural se ha vuelto un problema especialmente en la industria de la moda.

Los pueblos orales antiguos tenían la necesidad de preservar su cultura y cosmogonía por medio de códigos de carácter simbólico, nosotros como nativos digitales desarrollamos también nuestros propios códigos que se encuentran mediados por las tecnologías de la comunicación y describen una cultura hipervinculada y de carácter global. El código QR aparece como recurso importante en nuestras prácticas cotidianas desde la pandemia, todas las posibilidades que nos brinda permite hacer un paralelo entre la forma en que codificaban la cultura los antiguos y como lo hacemos nosotros.

fin de crear parentesco, se trata más de compartir conocimientos que nos permitan conectarnos en lugar de aislarnos con la ilusión de mantener pura una cultura que no lo es, la creación conjunta es una posibilidad ideal a estas problemáticas. Todo el tiempo estamos adoptando expresiones culturales, ya que la cultura no es fija e invariable, somos herederos de muchos patrimonios, y la virtualidad potencia enormemente esa recepción. Por ello no debemos recurrir a la apropiación cultural sino que al ser conscientes de la hipercultura y que como nativos de la Red hemos desarrollado también nuestros propios códigos con los que podemos crear piezas artísticas o de moda.

Al parecer tenemos más en común con los primitivos de lo que pensamos, todas las posibilidades que nos brinda. Al hacer un paralelo entre la forma en que codificaban la cultura los antiguos y como lo hacemos nosotros, llegamos a la conclusión de que seguimos siendo los mismos humanos con las mismas necesidades simbólicas y en general de comunicación. Las necesidades estéticas al acudir a lo simbólico, no es una necesidad de segundo orden sino que al contrario es lo que permite generar cultura y por ende ser humanos, puramente humanos.

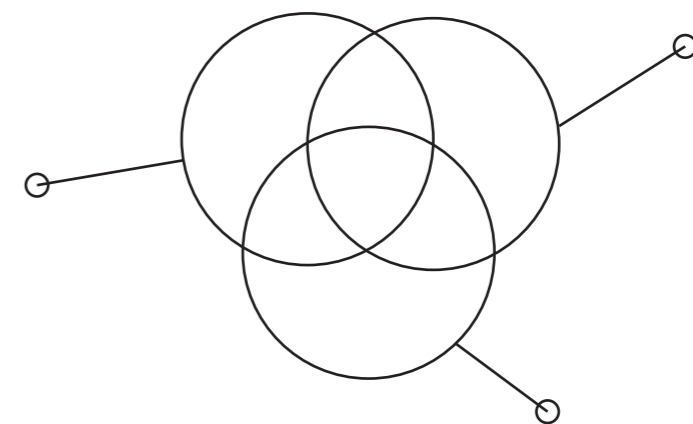
CONCLUSIONES

La forma de leer la cultura que propone Byun-Chul Han en el contexto de la globalización y la velocidad que permite la Internet, es una lectura que en realidad describe la cultura en sí misma y cuestiona el hecho de imaginarla -y por ello la identidad- como algo estático en el tiempo que no cambia, cuando en realidad está en constante construcción y muta todo el tiempo. Lo que cambia con la Internet es que estos procesos se aceleran y trascienden la dimensión física lo que probablemente genere cambios en la construcción de la identidad. La idea de la comunidad se transforma también al punto de quizás llegar a prescindir de ella en el sentido de verla como algo que nos determine y límite y que por el contrario nos permita más posibilidades. La cultura en la era digital se trata más de una red que de una linealidad porque la Internet permite ese pensamiento en red que lo que la hace tan rica pero a la vez tan incorpórea y por ende a nosotros igual porque nosotros la creamos pero ella nos crea constantemente a nosotros también.

Es necesario resaltar que el intercambio cultural, para llamarlo de otra forma, es un espectro de expansión de la cultura que abarca prácticas que pueden involucrar también a grandes productores como a individuos, adoptando prácticas y experiencias, a

PALABRAS CLAVE

Apropiación cultural
moda,
hipercultura,
virtualidad,
nativos digitales,
códigos culturales,
símbolos,
cultura global,
código QR,
cuerpo físico/cuerpo virtual.



INTRODUCCIÓN

Con este trabajo se busca revisar el vínculo que existe entre el diseño y la construcción de la identidad enmarcada en la hipercultura, la cual ha permitido el intercambio masivo de imágenes de todas partes y culturas del mundo, el territorio ha perdido su corporalidad y la globalización ha permitido esta expansión. Con el atuendo sucede lo mismo, más frecuentemente encontramos motivos nativos o estéticas foráneas en nuestra vestimenta o la de los cercanos, incluso en el exterior lo que ha llevado en algunos casos a la apropiación cultural, es decir al robo desmedido y directo de diseños de culturas -que precisamente a algunos les beneficia congelar en el tiempo- es un tema que se ha vuelto terreno espinoso para los diseñadores de moda, por lo tanto, me cuestiono ¿Cómo tratar el problema de la apropiación cultural en una era en la que la cultura nos pertenece a todos pero a la vez a nadie?

En este texto se indaga la construcción de la identidad, la idea concebida del cuerpo en la era digital y las problemáticas estéticas de la apariencia física y virtual. De manera que se proponen también alternativas creativas en busca de una identidad más propia sin tener que recurrir a la copia directa de elementos con los que posiblemente no nos identifiquemos del todo, en ese sentido, como nativos de internet ¿de qué manera estamos codificando una cultura globalizada e





hipervinculada en paralelo a la forma que lo hacían las comunidades orales? ¿Somos también nosotros algún tipo de etnia yuxtapuesta e hipervinculada sin corporalidad, más que la que tiene la Internet que son todas y ninguna a la vez?

Vale la pena aclarar que en este texto se opta por una visión un tanto ideal del uso de la red de Internet para la construcción de la identidad y la posible liberación de la humanidad a través de ella pues esta, a pesar de las opiniones de sus detractores, permite opciones que antes no eran posibles en las que se pueden compartir experiencias muy distintas y generar un campo democrático.

El problema quizás sea la forma en que funciona el algoritmo que al final nos deja con la sensación, quizás contradictoria a lo que dice este texto, de una visión posiblemente sesgada de la realidad si no se tiene el cuidado de nutrir el feed no sólo con aquello con lo que estamos de acuerdo sino también con opiniones contrarias a la nuestra y de esta forma enriquecer precisamente nuestra forma de pensar.

El texto no busca defender ni tampoco atacar lo que ocurre en la red, busca por lo contrario describir lo más objetivamente posible -insisto, en un ideal- la forma en que la cultura y la construcción de la identidad se modifica en la Red y también las posibilidades que permite.

UN DIÁLOGO INQUIETANTE

Esta pieza refiere precisamente al vínculo entre nuestro pasado más primitivo y el presente tecnológico que habitamos hoy, y los dispone en un diálogo inquietante. La pieza en sí no da solución a la inquietud sino más bien la inquietud misma es la que se materializa.

La decisión tanto de la forma como del material tiene una implicación histórico-simbólica. La cerámica, que trabaja a partir del vacío, en su lectura más tradicional, produce contenedores. En este caso, al querer plasmar mi inquietud sobre los códigos simbólicos de una hipercultura que nos describe como nativos de Internet a través de un objeto, decido buscar una forma que responda a esas implicaciones de contenedor hipercultural: una caja de comida china. La implicación de hacer un contenedor contemporáneo -que su material suele ser el cartón- en la materialidad de la cerámica, el barro, que responde a usos más bien tradicionales, teniendo en cuenta la tradición alfarera en el contexto colombiano, genera una relación entre forma y material. Se ha tomado la decisión de utilizar las formas que el código QR permite para hacer una relación entre la manera en que los antiguos codificaban su cultura en estéticas que describían de cierta manera su contexto y la forma en que nosotros, como nativos de Internet, tenemos nuestras propias estéticas, entre ellas el QR, que describen de la misma manera nuestro contexto hipervinculado y global.



Collage realizado por Ana Bravo

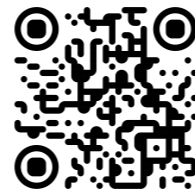


CULTURAS ORALES Y CÓDIGOS SIMBÓLICOS

Las comunidades humanas a lo largo del tiempo se han caracterizado por tener cultura. El concepto de cultura surgió en parte como una manera de explicar la rareza del ser humano en el mundo y su relación con la naturaleza. Al hablar de cultura estamos hablando precisamente del origen de lo puramente humano, ese ser extraño y contradictorio que es biológico y social a la vez, una dicotomía yuxtapuesta entre el instinto y la ley, en últimas una apreciación meramente antropocéntrica.

El humano como ser cultural está atravesado irremediablemente por el lenguaje: todo aquello que pueda nombrar hará parte de la cultura sin escapatoria (Levi-Strauss, 1981). El lenguaje es ley, ley que nace de poner límites al instinto en un intento de controlar el azar y poner orden donde nunca ha habido. El lenguaje estructura nuestro pensamiento, pues al hablar se debe hacer entender a un otro, de manera que está ligado a la existencia de la otredad. El lenguaje es comunicación y siempre que exista comunicación habrá cultura.

Los estudiosos consideran que la cultura se dió en el momento en que las agrupaciones humanas nómadas decidieron establecerse en un sólo lugar y quedarse allí. El desarrollo de la cultura suele vincularse al desarrollo de la agricultura, que sólo pudo darse en un contexto sedentario. Así se gestaron las

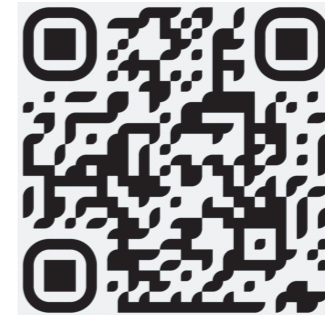


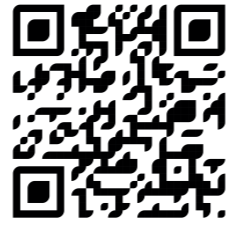
primeras sociedades humanas establecidas con todo lo que ellas implican: lenguaje, herramientas, instituciones sociales y sistemas de valores estéticos, morales, religiosos y rituales. La oralidad era el único medio de comunicación del que disponía el humano de ese tiempo, mucho antes de que la palabra fuera escrita.

Sin la escritura la palabra no tiene presencia visual, es puramente sonido, lo que tuvo implicaciones profundas en la percepción de la realidad de estas sociedades primitivas, ya que parte de la memoria de la comunidad estaba depositada en la palabra hablada. El habla para estos pueblos orales tenía un valor genuino, se consideraba un modo de acción y no sólo una contraseña del pensamiento, la palabra poseía gran poder. (Ong, 1996).

De manera que, como estas sociedades orales no contaban con registros escritos, como textos o libros sagrados que preservasen sus relatos (la identidad son los relatos que nos contamos repetidamente entre todos) y conocimientos ancestrales, ponían por medio de códigos de carácter simbólico, su cosmogonía en los objetos que utilizaban para las labores diarias o rituales. Por ejemplo, los diseños de las mochilas tejidas en grupos étnicos colombianos -que aún hoy muchos de ellos siguen siendo pueblos orales- contienen códigos simbólicos que un occidental ignora precisamente por el hecho de estar codificados. *“Los tejidos fueron el principal medio de comunicación en el contexto cultural prehispánico, utilizados para*

muestrasólo lo que queremos ver, pues se alimenta con nuestros gustos e intereses dándonos siempre la razón. De manera que deja de existir la objetividad -como si hubiera existido antes de Internet- parece que ya no habitamos la misma realidad sino que comienzan a configurarse un mosaico de realidades en torno a la información que se nos es mostrada.





transmitir ideas, formalizar relaciones sociales o fijar posiciones políticas y religiosas en el seno de los grupos étnicos americanos” (Parra, 2020).

Codificar viene del latín *codex* (libro o registro) y el verbo *facere* (hacer) -literalmente “el registro del hacer”- y se refiere a “formular de manera esquemática el cuerpo de un mensaje y compilar estructuralmente un cuerpo de leyes”. Según la teoría de la comunicación, el código es un sistema de signos y/o símbolos que permite transmitir ideas, se da por convención social, es decir, por acuerdos mutuos en un grupo de humanos y que por ende requieren de un conocimiento previo tanto por parte del receptor para poder descifrarlo, como del emisor para transmitirlo correctamente.

Así, la codificación se da como producto del convencionalismo que se facilita por el hecho de que la comunidad comparte un territorio y sus prácticas son, por lo tanto, conjuntas. El código se convierte pues en una forma no-escrita de carácter más bien simbólico para registrar la cultura de una determinada comunidad en un objeto como parte de una comunidad humana.

En la comunicación verbal, el idioma mismo se considera el código, pero en otros tipos de comunicación, el código adquiere otras formas, como por ejemplo el atuendo mismo. La forma de vestirse de una determinada comunidad puede considerarse como una expresión cultural que permite dar testimonio de las necesidades particulares de un grupo de personas que usualmente tienen ideas en común y comparten un territorio.



familiar, compartir territorios o pasear a través de ellos. Los territorios se expanden virtualmente y las identidades se desterritorializan dando paso a múltiples superficies e historias no lineales. La hipercultura *"no matiza la diversidad de culturas [...] vive, por el contrario, de las diferencias y crea nuevas formas. La globalización y la diversidad no se excluyen entre sí"*. (HAN, 2018).

Se trata de una cultura mixta que se sirve de un caudal hipercultural de ornamentos, materiales y formas de preparación. De esta forma se crea una variedad que no sería posible con la pureza local. Sin embargo, estas dinámicas significan mucho más que la coexistencia de elementos culturales diferentes, *deconstruye la pieza misma, la abre a lo nuevo*.

Nosotros como nativos de Internet también generamos un tipo de comunidad, claramente de un tipo que ya no puede entenderse de una manera homogénea y estática sino que de hecho permite leerse con la estructura de red que tiene la Internet, una red que permite hiper vincularse con distintas comunidades, pues al tener un espacio incorpóreo permite la multiplicidad y en encuentro de cuestiones aparentemente muy distintas.

Sin embargo no está de más tener en cuenta que en medio de la imposibilidad de imaginar nuestras vidas sin estar conectados a la Red, casi que lo que se encuentre fuera de ella podría estar dejar de existiendo, nuestra realidad comienza a configurarse en función a un algoritmo nos

descontinúa el uso de la palabra escrita.

Marshal McLuhan, reconocido como uno de los fundadores de los estudios sobre los medios y de los mayores visionarios de las sociedades de la información mucho antes de la era de Internet y autor de la frase *El medio es el mensaje*, propone el concepto de Aldea global para describir precisamente la interconexión humana a escala global generada por los medios de comunicación. McLuhan plantea una visión histórica de la comunicación en tres momentos: estado de **tribalización** en la cual se habla precisamente de los pueblos orales de hace más de 30.000 años en la que la palabra aún no había sido escrita. El estado de **destribalización** en la que la alfabetización facilitó la creación de las civilizaciones más importantes de la historia y por último un estado de **retribalización** que describe una vuelta a la etapa tribal pero marcada por los medios tecnológicos de la información los cuales recuerdan la comunicación oral propio de la vida primitiva y y por otro lado, precisamente por la globalización, en esta etapa se derriban las barreras físicas que responden más a un mundo dominado por la palabra escrita y dan paso a la mundialización de la cultura.

Byung-chul Han se refiere a esto en su texto como *comida fusión* un espacio en el que las culturas pueden confluir sin que una cultura se sobreponga sobre otra. Hay multiplicidad de identidades regionales, hay mestizaje y pluralismo. La globalización permite el diálogo y el intercambio de forma más frecuente, permite ser turista o ser

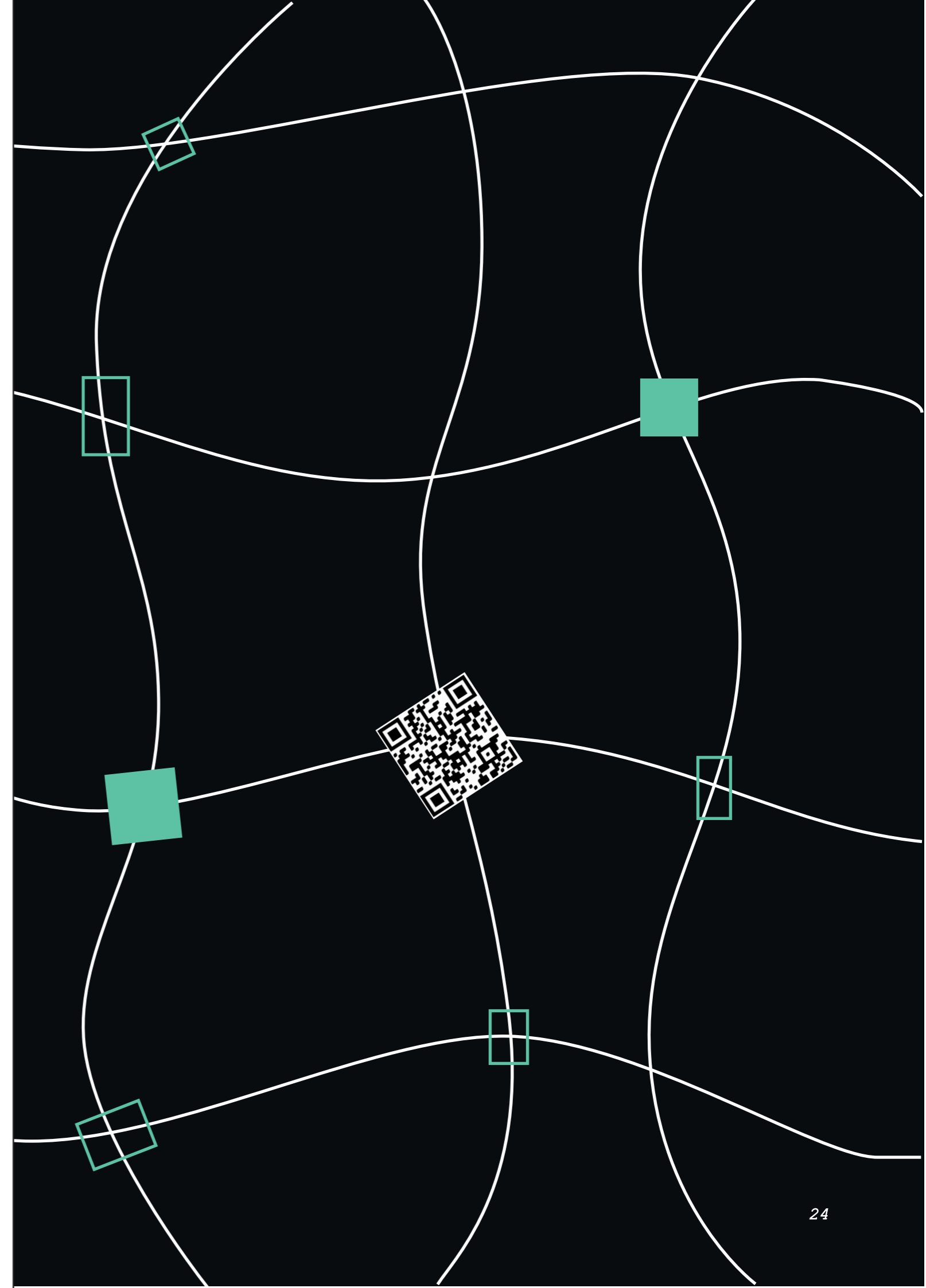


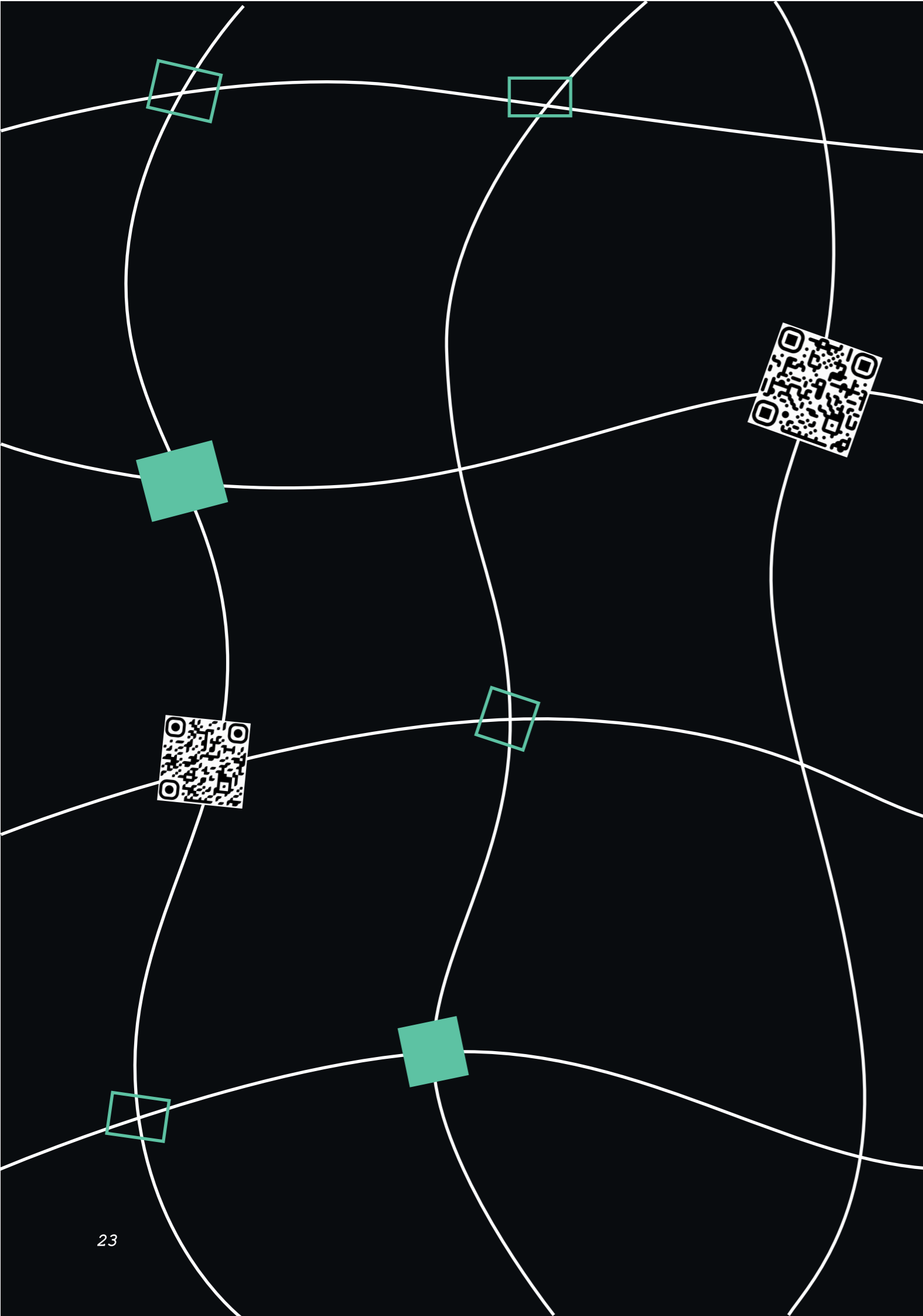
HIPERCULTURA

En una era caracterizada por la virtualidad -como en la que vivimos hoy en día- la velocidad y la actualización se han desarrollado como pilares sobre los que se estructura una nueva sociedad, una sociedad en la que todo aparenta estar hiperconectado, la información viaja a la velocidad de la luz y se renueva a cada instante. El valor que asignamos a las prácticas humanas se han comenzado a medir a través de estos criterios creando la necesidad de estar enterados de lo último, constantemente conectados y en producción como máquinas, lo que genera efectos en el cuerpo humano, o al menos la concepción que se tiene de él.

El cuerpo duele, se cansa, es limitado y empieza a ser obsoleto en comparación con lo que puede ofrecer el ciberespacio. Don Ihde desarrolla en su texto *Los cuerpos en la tecnología* la manera en la que nuestro sentido del cuerpo y nuestra orientación en el mundo se ven afectados por las distintas tecnologías de la información: "*hoy podemos entrar en el ciberespacio a través de primitivas máquinas de realidad virtual, caemos en la tentación de pensar que somos capaces de trascender nuestro cuerpo con tan solo simular que no dependemos de él.*" (Ihde, 2004).

La virtualidad acorta la distancia y el tiempo, permite la ilusión de poder estar en cualquier lugar en unos pocos instantes; extiende nuestros alcances al trascender los límites de lo físico y de esta forma el territorio y la comunidad pierden un poco





su dimensión corporal. Por esto en la era virtual la cultura trasciende también el cuerpo para dejar de ser local y físico; y convertirse en algo más bien global y etéreo, al alcance de la mano de cualquiera que tenga conexión a Internet. Por eso podemos identificarnos con un coreano en Seúl y apropiarnos de su forma de vestir sin nunca haber viajado allí y sin conocer de fondo sus necesidades y preocupaciones.

Byung Chul-Han propone el concepto de hipercultura para describir esta cultura enmarcada en la globalización y la Internet, una cultura globalizada e hipervinculada, que posiblemente es la cultura que mejor describe una generación de nativos digitales como la nuestra.

"El proceso de globalización tiene un efecto acumulativo y genera densidad. Los contenidos culturales heterogéneos se amontonan unos con otros. Los espacios culturales se superponen y se atraviesan. [...] La sensación de lo hiper, y no de lo trans, inter o multi, refleja de modo exacto la espacialidad de la cultura actual. Las culturas implosionan, es decir, se aproximan hacia una hipercultura." (Han, 2018).

Durante y después de la pandemia por COVID19, gran parte de la interacción humana se comenzó a configurar aún más en las redes, de manera que es allí donde se comienzan a generar momentos definitorios para la construcción de la identidad y por lo tanto de la manera en que nos relacionamos y nos vinculamos con el mundo. La hipercultura ha permitido el intercambio masivo de imágenes de todas partes y culturas del planeta, de manera que esta

forma a la matriz, siendo la versión 1 la más pequeña (21x21 módulos) y la versión 10 la más grande (177x177 módulos). A mayor cantidad de módulos mayor cantidad de información que almacenará el código.

El código fue creado mucho antes de la pandemia por Denso Wave, subsidiaria japonesa en el Grupo Toyota en 1994, sin embargo su uso masivo se expandió en esta última década también porque hoy el uso de esta tecnología es libre y está prácticamente al alcance de "cualquiera".

El código QR se ha convertido en un recurso importante en nuestras prácticas cotidianas: la mayoría de los productos que compramos traen un código QR, menús de restaurantes, información en el transporte público, en la calle, hasta para hacer una transferencia, pago o en tarjetas de presentación se utilizan códigos QR. Si nos fijamos el QR está en todos lados, basta con echar un vistazo alrededor para darnos cuenta. Podríamos decir que estamos almacenando nuestras vidas allí y por lo tanto codificamos nuestras prácticas culturales como nativos de la red de la misma manera que lo hacían las sociedades orales. ¿Somos también nosotros algún tipo de etnia yuxtapuesta e hipervinculada sin corporalidad, más que la que tiene la Internet que son todas y ninguna a la vez?

En una era en la que sin la tecnología y la Internet parece no poder hacerse nada, se modifican, en este contexto, la forma de aprender y de comunicarnos, por ejemplo, el uso de emoticones o imágenes

CÓDIGOS SIMBÓLICOS DE LA HIPERCULTURA

A raíz de la pandemia generada por el virus del Covid-19 la importancia del Internet en nuestra vida cotidiana se hizo más evidente, nos volvimos más dependientes y confiamos nuestras vidas a la red. Luego de estar encerrados en casa, la conexión a Internet se convirtió en el único vínculo con el mundo exterior que teníamos. El uso de distintas tecnologías se exponenció por la pandemia, como por ejemplo el código QR.

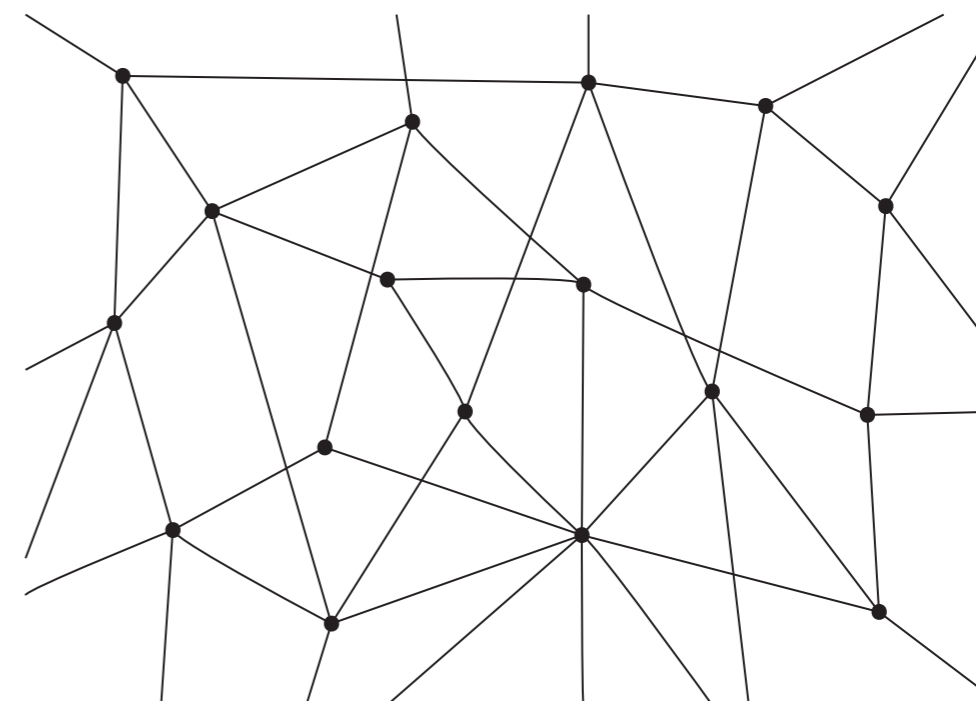
El QR code es una abreviación de *Quick Response Code* lo que traduce: "código de respuesta rápida". Se considera una evolución del código de barras que puede ser leído por casi cualquier dispositivo móvil en cuestión de segundos, puede almacenar distintos tipos de información y ser transmitida a la velocidad de la luz.

La estructura general de un código QR es una matriz bidimensional de módulos de dos colores contrastados que funciona como un sistema binario, el cual es un sistema de codificación de textos para computadores que utiliza un sistema numérico de dos dígitos generalmente simbolizados por 0 y 1 que representan dos estado posibles: prendido (1) y apagado (0). Este sistema suele utilizarse en la codificación de datos en las áreas de informática y telecomunicaciones.

Existen distintas versiones de QR que van de la 1 a la 10 en relación a la cantidad de módulos que dan

permite leerse como una yuxtaposición de elementos pertenecientes a muchas culturas pero por eso mismo a ninguna en particular. De manera que la cultura ya no puede definir la identidad nacional y leerse como algo en estado puro, homogéneo y estático, debe leerse más como una yuxtaposición en la que cada cultura es tanto influyente como influida.

Precisamente por ello Byung Chul-Han propone hacer una lectura de la cultura no de manera lineal, de A a B, sino precisamente como una red, la forma de la Internet, en la que todo está, de algún modo, vinculado.



Los nuevos paradigmas que la tecnología y la nueva era de la virtualidad abre con respecto a la noción de cuerpo y sus representaciones simbólicas un abanico de constructos identitarios tanto colectivos como individuales por ejemplo: la idea de

género, de nación, de etnia, de tendencia política: se difunden los géneros superpuestos, naciones interconectadas o etnias múltiples que coexisten o chocan en un solo individuo o en una colectividad. El hiperhumanismo.

Lo que permite pensar en utopías liberadoras de la sociedad, como también en los efectos adversos del mal uso de tecnologías de la información en una sociedad capitalista y cada vez más globalizada. Para McLuhan cualquier extensión del cuerpo humano es un medio y por ende es ya tecnología. Los smartphones, por ejemplo, se han convertido en parte esencial de nuestras vidas al punto de pensarse como una extensión de nuestro cuerpo. Desde allí tenemos la ilusión de tener acceso a todo en todo momento. Un medio es una extensión del cuerpo, por lo tanto estos medios de comunicación e información han empezado a hacer un vínculo con los humanos siendo una extensión de la palabra misma, del cuerpo y del territorio.

difuso y está en constante construcción, es decir muta todo el tiempo. Intentar congelar una cultura tendría un fin absurdo, puesto que los tiempos pasados se retoman y se abandonan todo el tiempo: por ejemplo el art nouveau, toma elementos egipcios y griegos y los trae al presente. Quienes buscan mantener la cultura en estado puro y congelada en el tiempo son precisamente quienes buscan lucrarse o privar a otras poblaciones del intercambio socio-cultural y de compartir esos elementos de identidad colectiva e individual. Debido a que la cultura no puede ser congelada en el tiempo ni tener placa de propiedad, se entiende la apropiación cultural, como un eufemismo para describir legitimidad al comerciar masiva y salvajemente con piezas artesanales, tradicionales y regionales sin garantías laborales dignas para los trabajadores, artesanos y comunidades, restando, de esta forma, valor a estas piezas para su consumo masivo, a costa de comunidades en riesgo, lo cual es profundamente antiético.

"La hipercultura no es una enorme monocultura. Por el contrario, pone a disposición, por medio de una conexión globalizada y de la desfactifización, un caudal de formas y prácticas de vida diferentes, que se transforma, se expande y renueva, y en el que también son incluidas formas de vida de tiempos pasados en modo hipercultural, es decir, deshistorizadas. En esta disolución de los límites, no solo espaciales sino también temporales, la hipercultura acaba con la «historia» en sentido enfático." (Han, 2018).

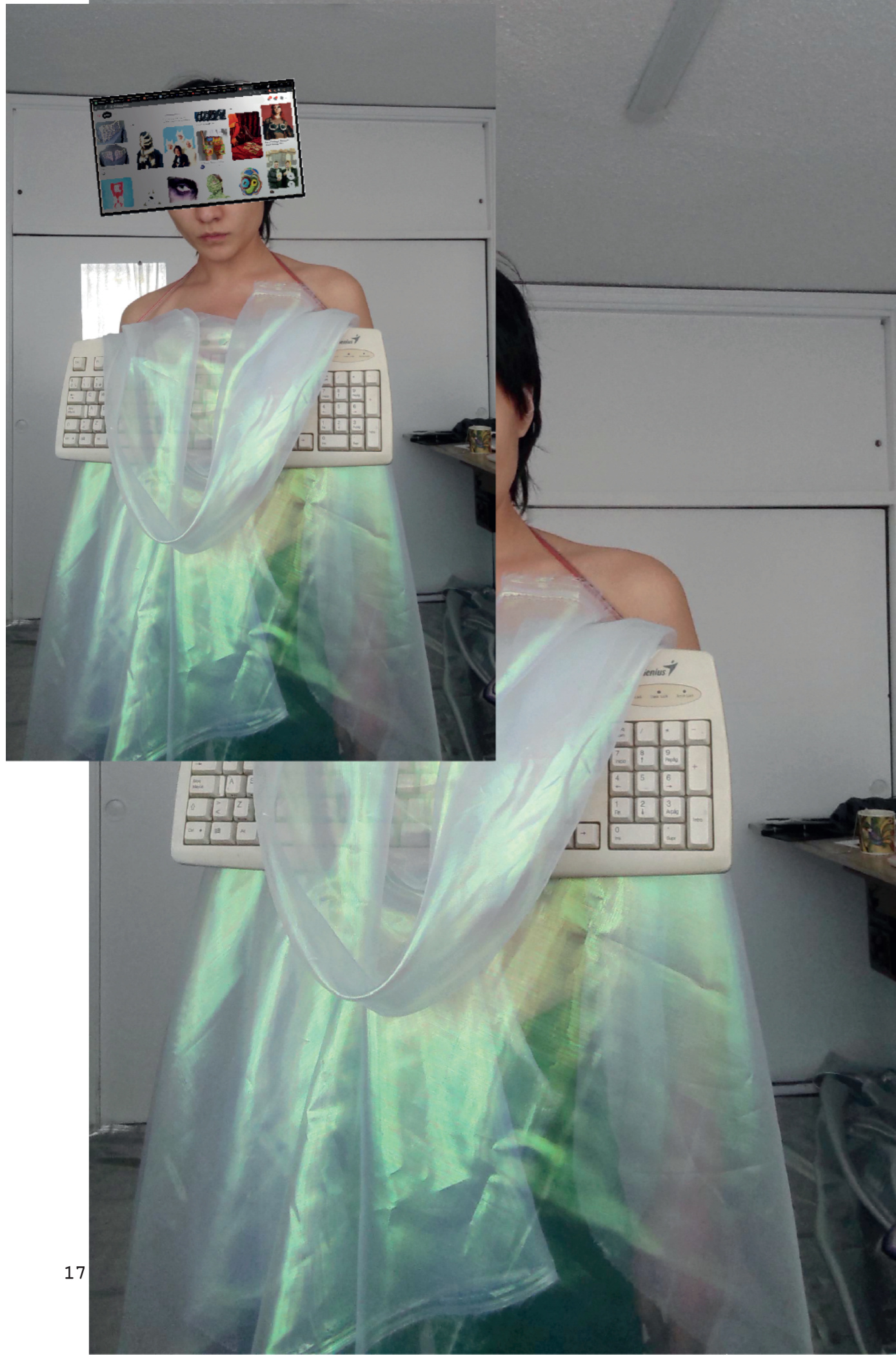
globalización, la publicidad y el acceso masivo a imágenes de todas partes del mundo.

De cierta manera el intercambio cultural es *"el resultado de permanentes e inagotables procesos de interacción e intercambio con otros, se diferencian por alteridad; adscriben a determinados elementos identitarios y rechazan otros en el proceso"* (Ramírez, 2021). Este tipo de procesos se dan todo el tiempo en la construcción de la identidad cultural de una comunidad, pasa y ha pasado por mucho tiempo, el problema está en casos en los que ciertos actores trabajan conforme a las dinámicas del libre mercado en lugar de las dinámicas propias de la cultura misma, se lucran del trabajo de comunidades poco favorecidas.

En la industria se han denunciado casos de apropiación cultural en marcas de moda en la que la falta de creatividad de sus diseñadores los lleva a la copia directa de diseños ancestrales que han sido y son significativos para dichas comunidades, elementos que hicieron o hacen parte de su proceso de identidad cultural lo que genera relaciones de poder sumamente desiguales pues al lucrarse salvajemente de estas comunidades están especulando económicamente con piezas artesanales y de esta forma aumentan la brecha económica entre los que más tienen y los que no tienen nada.

Bajo este marco no se puede defender ese tipo de prácticas. La identidad es compleja, es una narrativa que nos contamos repetidamente entre nosotros, un imaginario colectivo, por lo que es





APROPIACIÓN CULTURAL EN LA MODA DE LA ERA VIRTUAL

La moda se extiende rápidamente por el mundo debido a la velocidad que permiten las nuevas tecnologías de la información. La sensación de inmediatez que genera la conexión a la Red empieza a incrustarse en lo más profundo de nuestro ser, modificando la manera en que nos relacionamos con el mundo y con los demás, y por tanto la manera como construimos nuestra identidad, el proceso se acelera y los cambios son más drásticos.

En este entorno hiperconectado, cualquier expresión cultural o artística es accesible, aparentemente sin dueño o autor y al mismo tiempo "libre" de ser copiada, editada o compartida. A través de estas formas de comunicación, la aprehensión de motivos de culturas lejanas, se da cada día a toda hora y en la gran mayoría de los casos es inofensiva y obedece a la admiración de un grupo de individuos por ciertas expresiones culturales, comparten la información y divulgan estas estéticas y culturas sin un lucro 100% directo.

Sin embargo, la apropiación cultural es un problema de nuestros días y se ha convertido en un tema polémico en la industria de la moda. El término *Apropiación cultural* es de por sí peyorativo y se entiende como un "robo de elementos culturales" que muy probablemente es facilitado por la