

Introducción. Interrogantes y respuestas de la Moda en la Hipermodernidad. Parte VIII

Patricia M. Doria ⁽¹⁾

Resumen: Este volumen de La Moda en su Laberinto VIII, continúa explorando la idea del laberinto como cosa artificiosa y no tomada del natural; la moda: ¿es una construcción social?, ¿o de expresión y grito social?, ¿tal vez artificial?, ¿o como cosa laberíntica? Los modelos teóricos y las aplicaciones concretas que reformulan el rol y los atributos de la moda en estas diferentes narrativas, dan cuenta de que, a través de las distintas maneras, cadencias y sentidos en la que se manifiesta la travesía de los autores que participan en esta publicación, hacen que nos perdamos en el laberinto y esto es así porque nos adentramos a un lugar complejo, según Eco en *El Nombre de la Rosa* (1982), “como la posibilidad de organizar una composición poética, de forma palindrómica o de otra cualquiera manera y que predica por ello, múltiples lecturas sin pérdida de sentido” (...) “El misterio del laberinto nos ha resultado más fácil de aclarar desde fuera que desde dentro” (p. 390).

Es imposible desenmarañar una red laberíntica, a diferencia de los laberintos unilineales y multilineales, que tienen tanto un interior como un exterior, este tipo de laberinto no tiene nada de eso. Pero como individuos no es fácil renunciar a nuestras convicciones. Y aun si quisiéramos, no podríamos revertir nuestro curso a través del laberinto. La red laberíntica es refractaria al paso del tiempo, pero nosotros no.

Y así, el laberinto en forma de red nos revela nuestros grandes miedos, nuestras contradicciones internas, nuestra necesidad imperiosa de conocimiento, nuestra curiosidad y nuestra ilimitada capacidad de error. Siguiendo a Eco (2015) “Al fin de cuentas, nosotros somos nuestro propio minotauro”. (p.1)

Palabras claves: Laberinto - moda - conocimiento - red - sociedad - teoría - expresión - narrativa - atributos - sistemas.

El presente número (247) de la publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación: “La moda en su laberinto VIII”, se inscribe en la Línea de Investigación (17) Imagen, moda y tendencias, dirigida por Patricia Doria, coordinadora del Instituto de Investigación en Diseño de la Universidad de Palermo y contiene los resultados del Proyecto de Investigación 17.11

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 16]

⁽¹⁾ Doctora en Educación Superior (Universidad de Palermo-UNESCO), Diploma de Honor: Cum Laude. Tesis Doctoral Completa, en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=314606>. Fundación Dialnet. Universidad De La Rioja. España. Magister en Diseño (Universidad de Palermo). Diseñadora de Indumentaria (Universidad de Buenos Aires). Directora del Área Moda y Tendencias de la Universidad de Palermo. Autora del libro: Vestido de Novia: ritual, símbolo y consumo.

“Laberinto lugar formado artificiosamente por calles y encrucijadas, para confundir al que se adentra en él, de modo que no pueda acertar con la salida”; como “la composición poética hecha de manera que los versos puedan ser leídos al derecho y al revés y de otras formas, sin que dejen de formar cadencia y sentido” Real Academia Española, 2014, p.1

Introducción

En esta oportunidad, las investigaciones presentadas, evidencian una búsqueda de coherencia, conocimiento, sentido e interpretación de los fenómenos de la moda; podemos intuir que esta se encuentra atravesada por la razón, la locura, la pasión y la seducción, los cuales enfrentan un escenario complejo, heterogéneo y diverso. Es allí donde las visiones sobre los temas relacionados con la disciplina de la moda, se encuentran atravesados por cruces teóricos e interdisciplinarios, dominios compartidos, metodologías híbridas y teorías convergentes que vuelven necesaria una perspectiva global y organizativa que, sin prescindir del carácter múltiple de estas teorizaciones, son inherentes al desarrollo del conocimiento y plantean cómo crear nuevos procesos de pensamiento, que permitan encontrar soluciones a problemas cada vez más complejos.

Se trata de estructurar una relación coherente entre la percepción y los procesos metodológicos: transformar los datos de la realidad en información.

En el caso de la moda, puede decirse que ha logrado establecer un campo disciplinar, el cual fusiona tanto, el artesanato, el diseño, las tecnologías, la IA (Inteligencia Artificial), la sociedad, la historia, como un afluir de áreas muy diferentes entre sí. El área de la moda se comporta, entonces, como una disciplina conciliadora que aporta a distintas áreas, y configura un ambiente idóneo para la interdisciplinariedad. Depende de las temáticas, intereses sociales, conflictos; para abrir los caminos necesarios que den lugar a tal magnitud de interrogantes y posibles respuestas. Para König (1992) cuando se habla de fenómenos de moda se tocan varios tipos de problemas, la moda es una disciplina donde la colaboración de diversas ciencias es notoria y prolífica. En ella “concurren métodos económicos, psicológicos, sociológicos, de psicología social, etnológicos, de psicología profunda y psicoanalíticos, de estética general y de antropología cultural”. (p.13)

En cierto sentido, el propósito en este estudio es genealógico, siguiendo a Michel Foucault:

No creo que el problema pueda solucionarse historizando el sujeto tal como lo proponen los fenomenólogos, inventando un sujeto que evoluciona en el curso de la historia. Hay que prescindir del sujeto constituyente, librarse del sujeto mismo, por así decirlo, para llegar a un análisis que pueda dar cuenta de la constitución del sujeto dentro de un marco histórico. Y esto es lo que yo llamaría genealogía, es decir, una forma de historia que permite explicar la constitución de saberes, discursos, dominios de objetos, etc, sin tener que hacer referencia a un sujeto que o bien es trascendental en relación a un campo de acontecimientos, o bien se queda preso en su vacía mismidad a lo largo del curso de la historia. (Foucault, 1979, p. 117)

La moda, actúa sólo sobre las exterioridades, sobre las facetas de la vida orientadas hacia la sociedad. Esto hace de ella una forma social de una grandilocuente utilidad. “Ofrece al hombre un esquema en que puede inequívocamente demostrar su sumisión al común, su docilidad a las normas que su época, su clase, su círculo próximo le imponen”. (Simmel, 2015, p. 67).

Sin embargo, es el propio Benjamin (2016), quien asevera que “Las modas son un medicamento, tomado a escala colectiva, dirigido a compensar los efectos nocivos del olvido. Cuanto más breve es una época, tanto más se encuentra remitida a la moda”. (p. 107).

Pensar el fenómeno de la moda implica analizarlo desde su estructura temporal como “la moda actual” (p. 102) es decir, la que siempre se encuentra en un *tempo* presente, aunque el individuo no la observa a través de sus motivaciones ya que se presenta como una imposición traslúcida y, aparentemente, no violenta.

Otros autores hacen referencia a la moda como una forma especial de adornar y significar el cuerpo. La cual incide directamente en la identidad individual y colectiva. Se podría decir que es una manifestación de nuestro ser, identidad o estilo, influenciado por una tendencia actual en el mercado. Estas pautas de identidad están íntimamente asociadas a la vestimenta que decidimos llevar, según el contexto, la cultura, y la sociedad a la cual pertenecemos. Son transmisoras de información social y personal, por las cuales logramos hacer juicios de valor a través del vestuario que utilizan. La moda no es simplemente una manifestación de fatuidad sino que se convierte en un sistema permanente, en una realidad social e histórica. Podemos definirla, como una búsqueda frenética de la novedad, y una forma de venerar el presente (Lipovetsky, 1990). Estos conceptos se encuentran relacionados entre sí y acordes a una sociedad abierta, en una cultura en la cual los valores primordiales son el placer, la búsqueda permanente de pertenecer a un grupo y al mismo tiempo ser diferente, único, exclusivo. (Doria, 2012).

A partir de esta indagación concebimos esta publicación, aceptando, compartiendo y debatiendo múltiples miradas y propuestas, sin caer rendidos a ninguna de ellas, imaginando muchos escenarios, donde la moda como protagonista es mutante, multifocal, seductora, fascinante, inquietante, desafiante, rebelde y por su naturaleza siempre deja respuestas por contestar.

El laberinto simboliza el universo, simboliza también la vida la cual equivale a transitar buscando algunas respuestas con nuestra compañera de recorrido, La Moda.

Mirada 1. Moda, Investigación, Cultura y Sociedad

Esta Mirada, está atravesada por tres escritos focalizados en analizar y teorizar sobre la educación, la cultura, el arte y la moda, donde estos espacios se complementan entre sí; la moda permite mostrar y percibir la cultura. El arte identifica y hace propia la cultura; y tanto la moda, como el arte, inspiran y le dan nuevos significados a la moda en la sociedad. En este sentido, estos temas tan amplios enmarcados dentro del tejido social, abarcan las distintas formas y expresiones de una sociedad en un tiempo cultural cargado de significados y cambios. El Mg. **Castillo Arcas Fermín**, en su escrito *El traje tradicional de Ansó: patrimonio reinterpretado*, nos relata la historia e importancia del traje de Ansó, de la Comunidad Autónoma de Aragón, como uno de los trajes tradicionales más antiguos de Europa, la indumentaria denominada *ansotana* que representa el patrimonio textil, artístico e histórico de Aragón. Por su parte, la Lic. **Urcelay Lorena**, se sumerge en la importancia del concepto de autonomía y en su escrito *La autonomía de la moda a partir de Worth*, manifiesta la importancia de los cambios de la industria a mediados del siglo XIX, y la comercialización del producto moda al gran público. El aporte de la Mg. **Quiñones Urióstegui Zinnia**, en el escrito *Estética de la sensualidad en la moda femenina*, se enfoca en detallar, la liberación sexual gestada en los años '60, y como la sensualidad se convirtió en uno de los discursos más recurrentes para la conformación de los estereotipos femeninos y la aparición de la mujer *sexy* o sensual, junto con su representación estereotípica en la moda.

Mirada 2. Moda e Innovación

Este eje está compuesto por dos escritos y se continúa como curso rector reflexionando acerca de la moda, no obstante, el vínculo de análisis se centra en el puente entre moda e innovación, nuevas búsquedas y desafíos. Estos objetos producidos por la moda, abarcan una amplitud que va en sintonía con la disciplina, que busca ser teorizada, se enfatiza la variabilidad de los enfoques desde una reconfiguración multidisciplinaria. Los Doctores, **Mead Arthur C. y Welters Linda**, en su artículo: *The Future of Chinese Fashion: An Update*, exploran tres aspectos de la moda en China: producción, consumo e innovación a través de la lente de las políticas económicas. Los autores preguntaron: ahora que China está a punto de convertirse en la economía más grande del mundo, ¿cuál será su efecto en la moda? Por su parte el equipo de investigación conformado por la Dra. **Sanches Regina A.**; el Lic. **Cordeiro Faustino R.**; Lic. **Yumi Sato Duarte Adriana**. ponen de manifiesto en su escrito: *Processos produtivos dos tênis esportivos de malha sem costura e proposta de*

desenvolvimento de um modelo com cabedal tricotado em máquina retilínea, como al evolucionar la sociedad, los calzados ya no sólo tienen la función de proteger los pies, sino que son considerados artículos de moda, con características que definen el comportamiento y estilo de sus usuarios. Al mismo tiempo, la sociedad ha evolucionado, demostrando un cambio en el comportamiento del consumidor que busca productos diferenciados, con mayor valor añadido, especialmente en lo que respecta a la sostenibilidad.

Mirada 3. Moda y Sustentabilidad

Esta Mirada está compuesta por dos escritos cuyo curso rector continúa reflexionando sobre la moda, la sostenibilidad y el medio ambiente, enmarcando estos temas tan amplios en el entramado social e industrial. En el escrito, *Inteligencia colectiva, teoría de la U y moda circular*, del sociólogo **Jorge Castro Falero** en esta oportunidad, el autor nos invita a analizar, tres conceptos que contribuirán en forma asertiva, para la construcción de una inteligencia colectiva que permita aunar conocimientos de los diversos actores sociales, en la transformación de la realidad, y cuidado del medio ambiente para dejar de lado un sistema de depredación, explotación y contaminación altamente perjudicial para la humanidad y el planeta. En este sentido el equipo de investigación de la Dra. **Elizabeth Retamozo** y Mg. **Carola Ruppel** ahondan en su escrito: *Desarrollo colaborativo Ciencia-Empresa para el fortalecimiento de la industria de indumentaria sostenible*, acerca de una experiencia de trabajo colaborativo entre ciencia e industria en pro de obtener beneficios sustentables, como respuesta a una problemática social.

Mirada 4. Fashion, Brand Communication

Esta Mirada está compuesta por dos escritos centrados en analizar y teorizar sobre las comunicaciones aplicadas a moda y marca, y a la relación que es tomada como signo y como elemento constructivo fundamental en el proceso de comunicación. La Dra. **Corrêa Soares Cara Milene** en su investigación, *Reflexões sobre a Prada Marfa: Integração de Arte, Design e Moda*, examinan a *Prada Marfa* como una instalación artística que trasciende las fronteras entre arte, diseño y moda. El equipo de investigación conformado por Dr. **Martin-Guart Ramon**; Dr. **Fondevila-Gascón Joan-Francesc**; Lic. **Lladós, Josep** y la Lic. **Boumaaza Khaoula**, analizan en su escrito: *Moda modesta y ruptura de estereotipos: un enfoque teórico-práctico para el branding y posicionamiento de la marca Modesta*, hasta qué punto el público femenino es consciente de la influencia masiva de los medios de comunicación en su forma de vestir, y si existe la posibilidad de construir marcas dedicadas al sector femenino con el fin de romper estereotipos y contribuir a una representación más diversa en la publicidad del mundo de la moda.

Bibliografía

- Benjamin, W. (2016). *Libro de los pasajes*. Akal-Bs.As.
- Benjamin, W. (2002). *Sobre el concepto de historia*. En: *La dialéctica en suspenso. Fragmentos sobre historia*. Lom Ediciones-Sgo. de Chile.
- Doria, P. 2012. *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. CEDyC. UP-Bs. As.
- Eco, U. 1982. *El Nombre de la Rosa*. Lumen-Barcelona.
- Eco, U. 2015. <https://www.elespectador.com/opinion/columnistas/umberto-eco/los-laberintos-de-la-mente-column-590494/>
- Foucault, M. 1979. *Microfísica del poder*. Ansbergs-Barcelona.
- König R. 1992. *Il potere della moda*. Liguori Editori-Napoli.
- Lipovetsky, G. 1990. *El Imperio de lo Efímero*. Anagrama-Barcelona.
- Simmel, G. (2015). *Filosofía de la moda*. Casimiro-Madrid.

Abstract: This volume of Fashion in its Labyrinth VIII continues exploring the idea of the labyrinth as an artificial thing and not taken from nature; Fashion: is it a social construction? Or a social expression and cry? Perhaps artificial? Or as a labyrinthine thing? The theoretical models and concrete applications that reformulate the role and attributes of fashion in these different narratives show that, through the different ways, cadences and meanings in which the journey of the authors who participate in this publication, make us get lost in the labyrinth and this is because we enter a complex place, according to Eco in *El Nombre de la Rosa* (1982), “such as the possibility of organizing a poetic composition, in a palindromic or other way.” any way and that therefore preaches multiple readings without loss of meaning” (...) “The mystery of the labyrinth has been easier for us to clarify from the outside than from the inside” (p. 390).

It is impossible to unravel a labyrinthine network, unlike unilinear and multilinear labyrinths, which have both an interior and an exterior, this type of labyrinth has none of that. But as individuals it is not easy to give up our convictions. And even if we wanted to, we couldn't reverse our course through the labyrinth. The labyrinthine network is refractory to the passage of time, but not us.

And so, the labyrinth in the form of a network reveals to us our great fears, our internal contradictions, our urgent need for knowledge, our curiosity and our unlimited capacity for error. Following Eco (2015) “At the end of the day, we are our own minotaur.” (p.1)

Keywords: Labyrinth - fashion - knowledge - network - society - theory - expression - narratives - attributes - systems.

Resumo: Este volume da Moda em seu Labirinto VIII continua explorando a ideia do labirinto como algo artificial e não retirado da natureza; Moda: é uma construção social?

Ou uma expressão e um grito social? Talvez seja uma coisa labiríntica? Os modelos teóricos e as aplicações concretas que reformulam o papel e os atributos da moda nestas diferentes narrativas mostram que, através dos diferentes modos, cadências e significados em que o percurso dos autores que participam nesta publicação, nos fazem perder-nos no labirinto e isso porque entramos em um lugar complexo, segundo Eco em *El Nombre de la Rosa* (1982), “como a possibilidade de organizar uma composição poética, de forma palindrômica ou de outra forma e que, portanto, prega múltiplas leituras sem”. perda de sentido” (...) “O mistério do labirinto nos foi mais fácil de esclarecer por fora do que por dentro” (p. 390).

É impossível desvendar uma rede labiríntica, ao contrário dos labirintos unilineares e multilineares, que têm interior e exterior, este tipo de labirinto não tem nada disso. Mas, como indivíduos, não é fácil abandonar as nossas convicções. E mesmo que quiséssemos, não poderíamos reverter o nosso curso através do labirinto. A rede labiríntica é refratária à passagem do tempo, mas nós não.

E assim, o labirinto em forma de rede revela-nos os nossos grandes medos, as nossas contradições internas, a nossa necessidade urgente de conhecimento, a nossa curiosidade e a nossa capacidade ilimitada de erro. Seguindo Eco (2015) “No final das contas, somos nosso próprio minotauro.” (pág.1)

Palavras-chave: Labirinto - moda - conhecimento - rede - sociedade - teoria - expressão - narrativas - atributos - sistemas.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
