

Fecha de recepción: octubre 2021
Fecha de aprobación: noviembre 2021
Fecha publicación: diciembre 2021

Introducción. Interrogantes y respuestas de la Moda en la hipermodernidad. Parte III

Patricia M. Doria ⁽¹⁾

Resumen: En el presente número de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño se analiza la moda, en un contexto de cambio desde sus múltiples aristas desde un complejo y exhaustivo recorrido multidisciplinario.

El análisis de cada una de las miradas que componen este Cuaderno son intrínsecamente dinámicas y hablan desde el cuestionamiento y la transformación; las contribuciones que conforman este volumen se orientan en cuatro ejes denominados Miradas, las cuales abarcan diferentes líneas a investigar entre otras: las asociaciones entre atributo, marca e identidad, visiones y reflexiones teóricas acerca de la ética en el diseño y las disquisiciones en torno a la responsabilidad social, la influencia entre arte y moda como signo y símbolo del tiempo, en la conformación de los nuevos relatos de los cambios sociales, las manifestaciones, carencias y preocupaciones de la realidad del mundo.

Palabras clave: moda - marca - semiótica - sociedad - innovación - cultura - diseño - investigación - arte - historia.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 17]

El presente número (150) de la publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación: “La moda en su laberinto. Parte III” se inscribe en la Línea de Investigación (17), Imagen, Moda y Tendencias. Reflexiones sobre el Sistema de la Moda, dirigida por Patricia Doria, del Instituto de Investigación en Diseño de la Universidad de Palermo y contiene los resultados del Proyecto de Investigación realizado en el mismo.

⁽¹⁾ Diseñadora de Indumentaria, Universidad de Buenos Aires. Magister en Diseño, Universidad de Palermo. Doctora en Educación Superior, Universidad de Palermo. Directora del Área Moda y Tendencia de la Universidad de Palermo. Directora de la Comunidad Internacional sobre Estudios de Moda. Autora del libro: Vestido de Novia: ritual, símbolo y consumo.

Introducción

Eco en su libro *El vértigo de las listas*, nos indica:

El sueño de cada filosofía y de cada ciencia desde los orígenes griegos fue el de conocer y definir las cosas por esencia, y desde Aristóteles la definición por esencia ha sido aquella capaz de definir algo determinado como individuo de una determinada especie y ésta a su vez como elemento de un determinado género (...) De este modo, se afirma que la lista no es tan sólo un dispositivo lúdico, juego literario, sino más bien una forma de conocimiento, o sea de desconocimiento, una crisis del saber establecido. Por consiguiente, es una forma retórica a la que acercarse con el máximo respeto. (...) Y no sólo eso. Lo que hace que la lista sea verdaderamente inquietante es que encierra, entre los elementos que clasifica, también los que están incluidos en la clasificación. (2009, p. 22).

Las listas por lo tanto son ordenadores: de clasificaciones, de ideas, de secuencias, de reflexiones, de críticas, de nuevos saberes, de definiciones. Puntualmente en esta publicación se compilan artículos que reflexionan sobre diversos aspectos de estas listas, el complejo y multívoco laberinto de la moda, con confluencia de campos de estudios, asumidos como antagónicos. En general, se relaciona a la moda casi directamente con el borde del abismo de lo superficial, considerando que las apariencias tienen un carácter único, sagrado y un discurso propio, manifiesto y latente.

Siguiendo a Baudrillard,

Apariencias en absoluto frívolas, sino como un lugar de un juego y de un estar en juego, de una pasión de desviar –seducir los mismos signos es más importante que la emergencia de cualquier verdad– que la interpretación desdeña y destruye con su búsqueda de un sentido oculto (1987, p.55).

La reflexión crítica siempre constituye un buen comienzo para entender la complejidad disciplinar de algunas áreas y en tal sentido toda consideración académica, acompaña a dar respuestas que iluminan contextos oscuros y en algún punto desalentadores.

La moda, está atravesada en un desafiante cruce entre: mercado, arte, cultura, sociedad, género, identidad, tecnología, ecología, estos temas y más, forman parte de una extensa lista, infinita por definición porque está en continuo desarrollo, conformando justamente red y laberinto, y no un árbol ordenado, uno en permanente crecimiento como la misma sociedad, y el mundo real y sin distinción alguna entre verdad y error (Eco, 2009).

Concretamente, en el presente número, La Moda en su Laberinto, Parte 3; que tal como se sostuvo anteriormente, se propone un desafiante cruce entre interrogantes e intento de respuestas, y esto conforma la propuesta de *la gran madre de las listas*. La moda es un signo con una carga de significados, y como indica Eco (2009) es una red interdisciplinaria que estudia a los seres humanos como productores de esos mismos signos.

El estudio académico de la moda es un campo relativamente joven, con lo cual la investigación que se presenta en esta publicación del Centro de Estudios en Diseño y Comu-

nicación tiene un fervoroso deseo de deambular examinando el terreno para encontrar enfoques nuevos y más adecuados, los cuales de este modo nos permitan refinar empíricamente algunos esfuerzos y mejorar algunos métodos, con la posibilidad de poder finalmente precisar algo.

En un contexto de cambio permanente desde sus múltiples aristas hacia un complejo y exhaustivo estudio de la moda, la cual se mueve sin cesar hacia formas híbridas de expresión, con necesidad de validación en todos sus aspectos. Estamos en un contexto donde la moda es generadora de nuevos interrogantes, en los cuales se han corrido los límites y los paradigmas, poniendo énfasis en otras tendencias. La moda se presenta como un sistema transcultural capaz de expresar tensiones, hibridaciones, traducciones, entre los lenguajes del cuerpo, en un contexto de hiperconexión multidisciplinaria.

Las perspectivas tradicionales de la moda cambiaron. No se puede llevar adelante una investigación teórica en moda sin proponer teorías, que sirvan de futuras guías de razonamiento. Es decir, la amplitud de argumentos que transcurren en este escrito, pretenden generar un constructo, un modelo que sirva de guía de los pensamientos, razonamientos, problemáticas y contradicciones en este gran mundo de la moda.

Cada idea que aparece esbozada o profundamente trabajada en esta publicación, sirve para despertar la conciencia de la relación entre la moda como generadora de nuevos interrogantes, los cuales maravillosamente nos hacen ingresar al Laberinto de la Moda. Nuevamente el Hilo de Ariadne adquiere presencia, como hilo conductor, como posibilidad de salida, nos acompaña y ayuda a los lectores de este libro a recorrerlo, comprenderlo, debatirlo, en forma sinuosa, desafiante, considerando los discursos múltiples e interdimensionales. Los entornos son cambiantes y efímeros, en un futuro incierto nuestras únicas herramientas son las de entender la realidad presente, analizarla y cuestionarla, con la posibilidad de ser nosotros mismos quienes generemos una transformación.

El análisis de cada una de las miradas que componen este Cuaderno son intrínsecamente dinámicas y hablan desde el cuestionamiento y la transformación. Las contribuciones que conforman este volumen se orientan en cuatro ejes denominados Miradas, las cuales abarcan diferentes líneas a investigar entre otras: las asociaciones entre atributo, marca e identidad, visiones y reflexiones teóricas acerca de la ética en el diseño y las disquisiciones en torno a la responsabilidad social, la influencia entre arte y moda como signo y símbolo del tiempo, en la conformación de los nuevos relatos de los cambios sociales, las manifestaciones, carencias y preocupaciones de la realidad del mundo. Todos las Miradas tienen algo en común: la abducción, como proceso para producir información nueva, original y complementaria.

Mirada 1. Moda y marca

Esta Mirada está compuesta por dos escritos centrados en analizar y teorizar sobre la investigación del signo como elemento del proceso de comunicación de las marcas de moda, estas lo emplean como un signo para transmitir información, o para indicar a alguien algo que otro conoce y quiere que lo conozcan los demás también. Es decir “se utiliza para comunicar, para informar, para mentir, engañar, dominar y liberar” (Eco, 1994, p. 20).

En este sentido el trabajo del equipo de investigación liderado por **Joan-Francesc Fondelvila-Gascón**, junto a: **Pedro Mir-Bernal**, **Teresa Sádaba-Garraza**, **Fátima Vila-Márquez**, en su escrito denominado: *Moda o ¿cómo interactuar con las generaciones jóvenes para crear marca?*, analizan las transformaciones introducidas en el mundo de la moda ocasionadas por los *millennials* y las nuevas formas de comunicación a través del uso de las actuales tecnologías; la interacción de las redes sociales con las distintas marcas de moda, y su optimización en la relación con las mismas, multiplicando la vinculación y evolucionando constantemente hacia las percepciones de los usuarios.

Dentro de este mismo eje, pero con un acento diferencial, centrado en la comunicación visual de las marcas de lujo en la sociedad occidental, se consigna la colaboración de **María Laura Spina** con su escrito titulado: *Identidad gráfica de Gucci y Fendi. El signo identificador y su rendimiento gráfico*. El interrogante planteado por la autora remarca que la función de dichos parámetros es específicamente técnica, y que puede así mismo observarse un comportamiento comunicacional objetivo del signo identificador en el contexto real. Las marcas Gucci y Fendi demuestran, en algunas de sus aplicaciones, una ausencia de condicionamientos a partir del uso de parámetros independientes, permitiendo alcanzar un correcto comportamiento de sus respectivas identidades.

Mirada 2. Moda y semiótica

Esta Mirada está compuesta por dos escritos centrados en analizar y teorizar sobre la moda y sus significados en la cultura, y cómo estos acontecimientos e ideas atraviesan el simbolismo, a través de la imagen, decodificando las narrativas vestimentarias, el cruce con el arte y el lenguaje. Las autoras, **Patricia M. Doria** y **Eugenia Bailo Donnet**, en su escrito: *Universo perdido: Lo bucólico en la moda*, entienden que la semiótica no es solo teoría, sino una práctica continua, porque el sistema semántico varía como respuesta a cambios y acontecimientos comunicativos concretos. La moda y el arte como prácticas sociales sólo pueden expresarse a través de signos y de sus significados. Por su parte, el aporte de **Silvia Gabriela Zeas Carrillo**, en cuyo escrito añade un interesante cruce de indagación: *La identidad desde la otredad*, vinculando el planteamientos de varios autores como Hall, Wilde, Briones y Ulloa, para llegar a analizar en la dinámica cultural, a la identidad reconocida desde la otredad en los códigos vestimentarios de la moda desde los análisis de Simmel, Veneziani, Saulquin, entre otros.

Mirada 3. Moda y sociedad

Esta Mirada está compuesta por cinco escritos centrados en analizar y teorizar sobre la moda y la sociedad post pandemia. **Ana María Ángeles Martínez Barreiro**, en su escrito titulado: *La hibridación de la moda: la teoría del actor-red*, nos induce a replantear el sistema de la moda post pandemia, y la constitución de un nuevo imaginario más sostenible

y diferente, desafiando los convencionalismos en el estudio de la moda. El escrito analiza la propuesta de Bruno Latour sobre la hibridez que se enriquece con su teoría del *actor red*. Estos enfoques evidencian las prácticas del vestir y su impacto ambiental y, al mismo tiempo, ayuda a pensar de forma más radical cómo nos conectamos con la naturaleza y la cultura, y las relaciones entre nuestra ropa y el medio ambiente. Por otra parte, **Cristina L. Duarte**, nos invita con su escrito: *Viajar de chapéu: entre géneros, identidades, poder e moda*, a realizar un viaje, pero más allá de una figura retórica. El escrito nos llevará a un marco teórico construido desde la sociología, la historia de la moda, y los estudios de género. Iniciando con la figura del dandy del siglo XIX, como una forma de conocimiento sobre el yo, el gusto y la mirada crítica del lenguaje visual, hasta nuestros días, pasando por el fenómeno del travestismo.

El escrito, *Moda, clase social y habitus*, de **Joan Jiménez Gómez** invita a preguntarnos sobre el debate instalado acerca de la ineficacia del concepto de clase como categoría de análisis sociológico, que aparece mencionado en los escritos de Ray E. Pahl en *Divisiones del Trabajo* y de Jan Pakulski y Malcom Waters *The Death of Class*; estos autores contribuyeron a acrecentar las críticas profundizando de forma negativa la teoría de la distinción de Bourdieu, aludiendo a que se fundamenta en una relación entre clase, formación del gusto y consumo, superada por la fragmentación social y la globalización. **Jorge Manuel Castro Falero**, en su escrito titulado: *Cómo mitigar efectos adversos de la Industria Textil y de la Moda*. Propone la aplicación de un modelo integrador, con el objetivo de articular –en una ecuación favorable– el cuidado ambiental, el interés económico, la viabilidad técnica; incorporando a la ecuación el plano de la experiencia del usuario, con el fin de enriquecer los procesos de concepción y manufactura de los productos que constituyen el sistema de la moda. Definiendo y analizando los *input* y los *output* que deberían incorporarse como básicos, para generar un mejoramiento significativo de los efectos adversos que ostenta la industria de la moda actual. El presente escrito de Victoria Nannini, denominado: *El género en cuestión y neojaponismo*, nos lleva a comprender el escenario actual donde se presentan hibridaciones de estilos que ignoran cualquier regla sobre moda, mixturando estéticas que antes parecían incompatibles, actuando en paralelo y sin adherir una sola subcultura de moda. Influenciados por la cultura popular japonesa o *neojaponismo*, que manifiestan las transgresiones de género con mayor comodidad.

Mirada 4. Moda, cultura e historia

Esta Mirada 4, está compuesta por seis escritos centrados en analizar y teorizar sobre la moda, cultura e historia, enmarcando estos temas tan amplios dentro del tejido social, abarcando las distintas formas y expresiones, de una sociedad en un tiempo cultural determinado. En el escrito de **Ana Llorente Villasevil** denominado: *Cartografía de una hibridación para desplazados: la obra de Lucy + Jorge Orta (1992-2012)*, la autora destaca que se ha ahondado en evaluar el acercamiento al diseño indumentario por parte del *tándem* artístico formado por Lucy y Jorge Orta para el desarrollo de prototipos de refugios portables que nacían hace treinta años con el fin de cubrir necesidades de resguardarse en si-

tuciones de indigencia y migración. Al mismo tiempo se revisará la obra de los creadores Tess Giberson, Vexed Generation o Hussein Chalayan, los cuales transitaban por la esfera del arte, la moda y la arquitectura por medio de diferentes parámetros de actuación. **Rocío Luque Magaña**s indaga en profundidad en su escrito: *Los diálogos entre las vanguardias artísticas y la moda*, la modernización de la sociedad en el siglo XIX, a la moda como muestra de sofisticación asociada a la cultura y cercana al arte, y por otro lado la relación que mantuvieron y mantienen algunas vanguardias artísticas de finales del siglo XIX y principios del XX con la moda y el vestir en la Alta Costura. Desde una perspectiva histórica, proponiendo una reflexión sobre los inventarios de indumentaria. **Bárbara Rosillo** en su escrito: *La moda femenina española en el Siglo de las Luces: concepto y diseños*, arroja un valioso caudal de información acerca de los usos suntuarios, confirmando la crucial importancia de la moda como signo diferenciador de estatus y su alto costo en comparación con otros elementos del ajuar doméstico. El carácter efímero de la moda constituye un elemento consustancial de su existencia, de este modo **Diana Fernández** inicia su escrito titulado: *El manierismo en la moda. Saturación y agotamiento del gusto*, donde nos explica cómo las diversas expresiones artísticas y culturas presentes en el manierismo, pueden ser interpretadas como tendencia al rebuscamiento expresivo y gusto por la acentuación de determinadas características artísticas hasta que se revelan en la moda como expresión del carácter autodestructivo y su reflejo en la exageración de estilos que anuncian el tránsito a uno nuevo, algo que se evidencia en varios momentos de la historia del vestir.

Nuevamente la historia y la cultura se cruzan y se hacen presente en el escrito de **Diana Lucía Gómez-Chacón**, *Pervivencias medievales en la moda contemporánea: religiosidad, provocación y fetiche*, en el cual se realiza un análisis pormenorizado de las colecciones de moda contemporánea que permite advertir los nexos existentes entre dos mundos aparentemente lejanos como son: la Edad Media, la pasarela y la cultura visual contemporánea; unido a la construcción de la imagen de la mujer como objeto de culto-deseo. Concepto asociado a la personificación de la Naturaleza como encarnación de la esencia y sexualidad femenina. Y por último, el escrito de **Laura Pérez Hernández**, *Relación moda-mujer en el siglo XVIII: prensa y representaciones*, recorre en profundidad la identidad colectiva o de género, y analiza el origen de la vinculación de las mujeres a estas concepciones de moda, representación, vanidad y comunicación en el siglo XVIII.

Bibliografía

- Baudrillard, J. (1987). *De la seducción*. Buenos Aires: Teorema.
Eco, U. (2009). *El vértigo de las listas*. Barcelona: Lumen.
Eco, U. (1988). *Signo*. Barcelona: Labor.
Dorfles, G. (1975). *El significado de las opciones*. Barcelona: Lumen.

Abstract: In this issue of Notebooks from the Center for Design Studies, fashion is analyzed in a context of change from its multiple edges from a complex and exhaustive multidisciplinary tour.

The analysis of each of the views that make up this Notebook are intrinsically dynamic and speak from questioning and transformation; the contributions that make up this volume are oriented in four axes called Looks, which cover different lines to be investigated, among others: the associations between attribute, brand and identity, visions and theoretical reflections about ethics in design and the disquisitions around social responsibility, the influence between art and fashion as a sign and symbol of time, in shaping new accounts of social changes, manifestations, deficiencies and concerns of the reality of the world.

Keywords: fashion - brand - semiotics - society - innovation - culture - design - research - art - history.

Resumo: Nesta edição de Notebooks do Center for Design Studies, a moda é analisada em um contexto de mudança de suas múltiplas arestas a partir de um complexo e passeio multidisciplinar exaustivo.

As análises de cada uma das visões que compõem este Notebook são intrinsecamente dinâmicas e falam de questionamentos e transformações; As contribuições que compõem este volume estão orientadas em quatro eixos denominados Looks, que abrangem diferentes linhas a serem investigadas, entre outras: as associações entre atributo, marca e identidade, visões e reflexões teóricas sobre a ética no design e as discussões em torno da responsabilidade social, a influência entre arte e moda como um sinal e símbolo do tempo, na formação de novas contas de mudanças sociais, manifestações, deficiências e preocupações da realidade do mundo.

Palavras chave: moda - marca - semiótica - sociedade - inovação - cultura - design - pesquisa - arte - história.

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