

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

Patricia M. Doria ⁽¹⁾

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

El análisis de cada una de las miradas que componen este Cuaderno, surgen a partir de conceptos sobre moda y 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, establezca determinados parámetros descriptivos, de análisis y de ponderación disciplinar. El lenguaje de la moda es el que establece transversalmente sus lógicas enunciativas y principios de organización para impartir cierto orden en este universo, diverso, fluctuante y muchas veces caótico.

Palabras clave: moda - marca - semiótica - sociedad - tecnología - cultura - diseño - investigación - arte - historia - lenguaje - comunicación.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 17-18]

El presente número (152) de la publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación: “Interrogantes y respuestas de la Moda en la hipermodernidad. Parte IV” 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

“...la sociedad habla. Habla diariamente en sus vestidos, en sus ropas, en sus trajes. Quien no sabe escucharla hablar en estos síntomas del habla, la atraviesa a ciegas, no la conoce. No la modifica...” (Eco, 1995, p. 125)

Este cuarto volumen de *La Moda en su Laberinto*, continúa explorando los modelos teóricos y las aplicaciones concretas que reformulan el rol y los atributos de la moda en diferentes narrativas, a través de las distintas maneras en la que se manifiesta la travesía de los autores que participan en esta publicación.

Es una búsqueda de coherencia, conocimiento y sentido de la moda. Podemos intuir que esta se encuentra atravesada por la razón, la locura y la pasión. En palabras del personaje de Umberto Eco, Guillermo de Baskerville en *El Nombre de la Rosa*, él es consciente de ese peligro, e ironiza en sus diálogos con Adso de Melk:

Comprendí que, cuando no tenía una respuesta, Guillermo imaginaba una multiplicidad de respuestas posibles, muy distintas unas de otras. Me quedé perplejo. —Pero entonces —me atreví a comentar—, aún estáis lejos de la solución... —Estoy muy cerca, pero no sé de cuál. —¿O sea que no tenéis una única respuesta para vuestras preguntas? —Si la tuviera, Adso, enseñaría teología en París. —¿En París siempre tienen la respuesta verdadera? —Nunca, pero están muy seguros de sus errores. —¿Y vos? —dije con infantil impertinencia—. ¿Nunca cometéis errores? —A menudo —respondió—. Pero en lugar de concebir uno solo, imagino muchos, para no convertirme en el esclavo de ninguno (Eco, 1988, p. 416).

A partir de estas palabras concebimos esta publicación, a través de múltiples miradas y propuestas, sin ser esclavos de ninguna, imaginando muchos escenarios, donde la moda como protagonista es multifocal, seduce, fascina, inquieta, protesta, se enoja y siempre deja respuestas por contestar. Según Lipovetsky es un gran dispositivo de producción social y regulador de personalidades, la moda ha conseguido iniciar su discurso desde la vanidad humana y hacer de lo superficial un instrumento de salvación para la existencia humana.

La indumentaria, al imponer una actitud exterior, resulta ser un artificio semiótico, es decir, una máquina para comunicar. Es algo que ya se sabía, pero todavía no se había intentado establecer un paralelo con las estructuras sintácticas de la lengua que, al decir de muchos, influyen en el modo de articular el pensamiento. También las estructuras sintácticas del lenguaje del vestido influyen en el modo de ver el mundo y de un modo mucho más físico que la *consecutio temporum* o que la existencia del subjuntivo. Observad un poco por cuántos caminos misteriosos transcurre la dialéctica entre opresión y liberación, y la dura lucha para ver claro (Lipovetsky, 1999, pp. 125-126).

En otras palabras, la seducción solo seduce cuando no nos damos cuenta de ella, su seducir es secreto, cuando no la creemos seducción: “Apenas la seducción es desenmascarada, nuestra producción toma resguardos frente a ella para defenderse” (Holzapfel, 2005, p. 193).

Una de las claves en la teoría de la seducción de Baudrillard consiste en que la misma actúa mediante la absorción de los sentidos de las cosas, es decir, sucede en ella que los signos que se ponen en juego literalmente se “tragan” los sentidos, por lo cual ellos quedan cargados de lo enigmático y mágico (Holzapfel, 2005, p. 188).

A partir de estos conceptos sobre moda y seducción, nos encontramos frente a un escenario heterogéneo, complejo y diverso donde las visiones sobre este tema son de cruces interdisciplinarios, dominios compartidos, metodologías híbridas y teorías convergentes que vuelven necesaria una perspectiva organizativa que, sin prescindir del carácter múltiple de estas teorizaciones, establezca determinados parámetros descriptivos, de análisis y de ponderación disciplinar.

Paradójicamente, es el propio lenguaje el que establece transversalmente sus lógicas enunciativas y principios de organización como parámetros oportunos para establecer cierto orden en este universo de la moda, diverso y muchas veces caótico.

Los acontecimientos, se presentan en forma dinámica, como desfilando en un trazado constante, discontinuo y desarticulado. Lo real se hace presente como sensación y experiencia de caos. Los hechos y los sucesos toman forma impactante, urgente y trascendental, y nos cuesta darle su verdadera dimensión. Esta razón grandilocuente nos obliga a dar un orden, encontrar su lógica y generar un diálogo con el mundo.

Lo que existe, es producción social sobre un material de diferencias, de un código de significaciones y de valores de *status*, sobre el cual se sitúan las modas, los objetos y las prácticas de consumo. En ella, la moda se convierte en puro signo distintivo.

Bajo estas condiciones, nos parece conveniente trazar líneas en espiral sobre los relatos que discurren en esta publicación, para que nos ayuden a reflexionar sobre el proceso discursivo, incluyendo un modelo operativo y funcional. En este camino todas las miradas confluyen en un marco de reflexión epistémica consistente.

Las prácticas *signicas* en moda trascienden su carácter instrumental inmediato, convirtiéndose en formas para nuevas construcciones de conocimiento. La moda permanentemente se mueve sin cesar hacia formas híbridas de reconocimiento y de expresión, con necesidad de validación en todos sus aspectos. Como comunicadora está íntimamente conectada con la sociedad, el arte, la tecnología, la ecología y la cultura en general. Es un fenómeno variable con manifestaciones inciertas, paradójicas y a menudo engañosas: y esto se visualiza claramente desde lo social y lo histórico. Los focos de atención van mutando y lo vemos en los intereses de los diferentes relatos que discurren en esta publicación.

La moda, es un sistema abierto y en movimiento, no lineal, con fluctuaciones, cambios, sorpresas, caos, en un estado de desequilibrio poco determinista. Este epifenómeno registra el cambio coyuntural del pensamiento de la sociedad actual. Según Bauman (1999) es preferible el exceso de información que su escasez. Siguiendo en esa línea, los escritos que componen *La Moda en su Laberinto 4*, lo ponen en evidencia: son amplios, elocuentes y

poéticos. Reflexionan en clave crítica y desde distintas perspectivas sobre el conjunto de experiencias, expresiones y prácticas que se asientan en el reconocimiento de la función social de la moda y la comunicación en el compromiso con el pensamiento, la libertad de expresión, y el conocimiento.

Los lineamientos que orientaron estas reflexiones estuvieron dirigidos a pensar en torno al diálogo y los cruzamientos posibles entre éste y la moda como disciplina. El diálogo propuesto en este volumen, es un lugar de confluencia, un espacio donde se encuentran e intercambian, reconocen y articulan, trayectorias dispares. En tanto espacio de diálogo, es también un lugar propicio para desafiar ideas, estrategias, prácticas y pensamientos.

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. El autor **Sergio Luque Ortiz**, nos relata en su escrito: *Los dueños de la moda: del lujo al fast fashion retail*, cómo los bloques empresariales no solo dirigen las compañías de moda y lujo más notorias del planeta, sino que también deciden qué tendencias deben crearse, cómo consumirlas y en qué canales exponerlas, apoyándose en los medios de comunicación y la comunicación digital. Siguiendo en la línea de análisis de marca, **Facundo Nadur** en su escrito: *Artifiction: la interacción entre moda y arte contemporáneo en el proceso de construcción de identidad marcara*, analiza como caso de estudio: la empresa de moda Kostüme. Esta es una marca de autor netamente argentina, en la cual deben aplicar estrategias diferenciales para justificar el valor de sus productos de moda. Una de sus decisiones para el logro de sus objetivos es generar una interacción entre la moda vestimentaria y el arte contemporáneo, y de este modo construir su proceso de identidad marcara.

Mirada 2. Moda y semiótica

En esta Mirada se reflexiona 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. La autora **Rosalía Coteló García**, profundiza en su escrito: *La capacidad evocativa del lenguaje en textos históricos de moda*, y nos explica cómo en las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del XX, las revistas de moda ofrecían raramente ilustraciones en color y la fotografía era solo en blanco y negro. El léxico de los textos de moda se revela como un lenguaje necesariamente evocativo, sugerente y sensorial.

Mirada 3. Moda y sociedad

Las autoras **María Eugenia Correa** y **Selediana de Souza Godinho**, en su escrito: *Diseño para la inclusión a partir del uso de tecnología*; investigan y plantean una problemática real y poco abordada: proponen conocer el uso de las tecnologías en la confección de prendas y accesorios para personas con algún tipo de discapacidad. Esta investigación se desarrolla a través de una exploración cualitativa, basada en el relevamiento de emprendimientos desarrollados en la actualidad en Argentina orientados a este campo, profundizando en temas de tecnología e inclusión en moda. En su escrito: *Fashion Film, entre el cine y la moda*, Sara Peisajovich provoca una relación singular de tipificación cultural entre cine y moda. A partir de esta idea, el *Fashion Film* se configura en clave artística combinando elementos propios de las artes audiovisuales y tendencias de productos de moda. Con el fin de interpelar a los espectadores y futuros consumidores.

Mirada 4. Moda, cultura e historia

Esta Mirada, está atravesada por tres escritos focalizados 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 **María Carolina Cubillos Vergara**, titulado: *Mujeres y moda: discursos y representaciones en Medellín (Colombia), 1960-1970*, destaca el acercamiento al diseño indumentario, desde las representaciones sociales relacionadas con la mujer, en el discurso periodístico de la moda en Medellín, durante la década del sesenta. Un periodo caracterizado por la aparición de una ola de consumo mediático y vestimentario y la propagación de los nuevos ideales destinados a la realización personal. **Giorgio Riello** plantea en su escrito: *The Object of Fashion: Methodological Approaches to the History of Fashion*, el papel de los artefactos en el estudio histórico de la vestimenta y la moda y sugiere la existencia de tres enfoques diferentes: el campo de la historia de la vestimenta que se remonta al siglo XIX; los estudios de moda y para cerrar propone lo que denomina la cultura material de la moda, es decir, una metodología híbrida que parte de la antropología y la arqueología donde el objeto es central para el estudio de las prácticas sociales, culturales y económicas. Por su parte **María A. Cabrera Arús** en su escrito: *Un mundo figurado de poder de color verde olivo*, analiza el rol de la moda en la construcción de la imagen revolucionaria de Fidel Castro, evaluando el impacto y fuerza política de la misma. El argumento que se dirime en el escrito es que el uniforme de campaña verde olivo contribuyó a establecer el papel de vanguardia política de la guerrilla liderada por Fidel Castro y, al mismo tiempo, presentar a este como líder del movimiento revolucionario, invisibilizando agentes como la resistencia clandestina urbana, los partidos políticos tradicionales y el partido comunista.

Mirada 5. Moda, cultura y medio ambiente

Esta Mirada, está compuesta por tres escritos cuyo curso rector continúa reflexionando sobre la moda, la cultura y la historia, enmarcando estos temas tan amplios dentro del entramado social e industrial. En el escrito: *Cambiar la mirada, transformar el mundo*, de las autoras **Andrea Saltzman** y **Marifé Santiago Bolaños** se destaca y explica en forma epistolar y de una manera muy poética y sensible, cómo el sistema productivo cuenta con un olvido sobre el deterioro de nuestro entorno, el cambio climático, la contaminación, y cómo la industria mira a través del fragmento. La intención de esta investigación, en palabras de las autoras y de un modo totalmente poético, es recuperar la trama. Modificando de este modo la percepción y con ello nuestro imaginario para proyectarnos, percibir y construir otra realidad. **Elizabeth Retamozo** en su escrito: *Mapeo y detección de los stakeholders del sector productivo de indumentaria*, nos explica las amenazas en el medio ambiente por la producción de indumentaria y el impacto nocivo sobre los recursos naturales y la sociedad. Este escrito trata sobre el estudio de las interrelaciones de la empresa productora con los *stakeholders*. Presentando un enfoque novedoso de análisis que contribuye a la incorporación de estrategias de diseño bajo la perspectiva del Diseño para la Sostenibilidad. En esta línea de cuidado del medio ambiente, **Yanina M. Moscoso Barcia**, nos habla: *De círculo vicioso a moda circular*. La autora analiza en este escrito una visión muy particular del mundo textil y lo compara con el *ouroboros* que simboliza el momento presente que es devorado por el futuro para volver a comenzar. La naturaleza cíclica de la moda propone instantes, que culminan y vuelven a empezar a cada momento.

Mirada 6. Moda y tecnología

Este eje está compuesto por tres artículos y se continúa como curso rector reflexionando acerca de la moda, no obstante, el vínculo de análisis se centra en el puente entre moda y tecnología, 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. Una muestra de estos nuevos contenidos aparecen en el escrito de **Helga Mariel Soto** titulado: *Estéticas en Tik Tok: entre lo histórico y lo digital*. Estas manifestaciones han proliferado en *Tik Tok*, pero pronto se expandieron a otras redes sociales. Poseen múltiples variantes: *Dark Academia*, *Cottage Core*, y operan como agentes agrupadores de elementos estilísticos y vestimentarios, pero también se asocian a intereses o actividades específicas muchas veces inspiradas por un período histórico particular. **Pablo Tesorire** nos plantea en su escrito: *Photoshoot de moda en tiempos de Pandemia*, cómo la moda se ha tenido que *aggiornar* y transformar, entre otras cosas. Las sesiones fotográficas presenciales se han convertido en *photoshoots* digitales, teniendo como aliados principales a las aplicaciones como: *Facetime*, *Zoom*, *Skype*. **Paula Miguel**, en su escrito: *En la nube. La circulación del diseño de indumentaria en plataformas digitales*, indaga en profundidad las estrategias cualitativas combinadas con el análisis de indicadores cuantitativos, las cuales exploran procesos en relación

con la difusión del diseño de indumentaria apuntando a comprender el desarrollo y la aceleración del crecimiento de su dimensión digital en los últimos años.

Bibliografía

- Baudrillard, J. (2000). *De la seducción*. Madrid: Cátedra.
- Bauman, Z. (1999). *Modernidad Líquida*. México DF: FCE.
- Eco, U. (1999). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (2017). *El nombre de la rosa*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Holzapfel, C. (2005). *A la búsqueda del sentido*. Santiago: Sudamericana.
- Lipovetsky, G. (1999). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Lumen.

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

The analysis of each of the views that make up this Notebook, arise from concepts about fashion and seduction, which face a complex, heterogeneous and diverse scenario. Wherever the visions on the issues related to the discipline of fashion are crossed by theoretical and interdisciplinary intersections, shared domains, hybrid methodologies and convergent theories that make necessary a global, organizational perspective that, without disregarding the multiple nature of these theorizations, establish certain descriptive parameters, analysis and disciplinary weighting. The language of fashion is the one that transversally establishes its enunciative logics and organizational principles to impart a certain order in this diverse, fluctuating and often chaotic universe.

Keywords: fashion - brand - semiotics - society - technology - culture - design - research - art - history - language - communication.

Resumo: Neste número de Cadernos do Centro de Estudos de Design e Comunicação, a moda é analisada num contexto de mudança desde as suas múltiplas vertentes a partir de um percurso multidisciplinar complexo e exaustivo.

A análise de cada uma das visões que compõem este Notebook, partem de conceitos sobre moda e sedução, que se deparam com um cenário complexo, heterogêneo e diverso. Onde as visões sobre questões relacionadas à disciplina da moda são atravessadas por cruzamentos teóricos e interdisciplinares, domínios compartilhados, metodologias híbridas e teorias convergentes que tornam necessária uma perspectiva organizacional global que, sem desconsiderar a natureza múltipla dessas teorizações, estabelece certos parâmetros descritivos, análise e ponderação disciplinar. A linguagem da moda é aquela que estabelece

transversalmente as suas lógicas enunciativas e princípios organizacionais para conferir uma certa ordem neste universo diverso, flutuante e muitas vezes caótico.

Palavras chave: moda - marca - semiótica - sociedade - tecnologia - cultura - design - pesquisa - arte - história - linguagem - comunicação.

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