

Fecha de recepción: julio 2022  
Fecha de aprobación: agosto 2022  
Fecha publicación: septiembre 2022

# Introducción. Interrogantes y respuestas de la Moda en la Hipermodernidad. Parte V

Patricia M. Doria <sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** En el presente número de Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación se compilan artículos y 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, surge como un diálogo, un lugar de confluencia, un espacio donde las visiones de los estudios teóricos interactúan con la moda, estableciendo determinados parámetros descriptivos, de análisis y de ponderación disciplinar.

El lenguaje de la moda establece transversalmente sus lógicas enunciativas y principios de organización, para impartir cierto orden en este universo de dominios compartidos, diversos, fluctuantes y muchas veces caóticos. Asimismo, propone múltiples perspectivas disciplinares a partir de conceptos tales como: moda, tecnología, arte, historia, sociedad, innovación, branding, sostenibilidad.

**Palabras clave:** Moda - marcas - historia - innovación - cultura - arte - sostenibilidad - lenguaje - sociedad - tecnología.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 15-16]

El presente número (174) de la publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación: “Interrogantes y respuestas de la Moda en la hipermodernidad. Parte V” 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.

---

<sup>(1)</sup> Diseñadora de Indumentaria, Universidad de Buenos Aires. Magister en Diseño, Universidad de Palermo. Doctora en Educación Superior, Universidad de Palermo-UNESCO. 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

*“Lo que se ve depende de cómo preste el observador su atención, es decir, de las anticipaciones que desarrolle y de las exploraciones perceptivas que realice”*  
(Neisser, 2014, p. 1).

La armonía para Platón es el concepto central para explicar el universo: *es el mundo de las ideas*. Según la filosofía de este pensador, detrás de cada elemento del mundo físico hay un ideal, la idea perfecta de cada cosa, que aparece en nuestra mente de manera más o menos imperfecta porque pertenece al mundo intangible, un lugar de elementos perfectos, universales e inmutables.

A partir de esta idea, tomamos el *principio del etcétera* para hacer referencia a la capacidad que todos tenemos para tolerar cierto grado de incertidumbre en la comunicación y el conocimiento. Al añadir el poder de la anticipación a nuestro modelo de pensamiento, damos lugar a prepararnos a los cambios y a los ritmos irregulares de nuestra sociedad, como también a posteriores propósitos; con un foco selectivo sobre determinadas macro tendencias temáticas que son de interés en nuestra sociedad.

En el *Timeo*, que es un diálogo donde Platón adopta la forma narrativa del mito para exponer la formación del cosmos, explica el mundo por medio de la dualidad entre un modelo y el mundo visible, en donde puede haber dos modelos opuestos; uno, el que siempre es y jamás deviene; otro, el que nunca es y siempre nace y deviene.

Ese nacimiento surge a partir del acaecer de nuevos conceptos y teorías; no hay un orden inmutable y eterno en la moda, es cambiante, vertiginoso y mutante. Esto estimula a apreciar su riqueza y variedad en su propio entorno y a entender la aproximación de contextos en nuevas realidades, contrastantes y en apariencia en un desorden, que altera nuestra percepción.

Es en esto, en realidad, lo que los presentes escritos que componen el siguiente Cuaderno, proponen explicar, preparando al lector también, al desafío que implica toda discusión de grandes generalidades. Por esta razón cada uno de los autores focaliza lo particular de su preocupación en su discurso y del criterio de selección de determinados temas de interés multidisciplinares y transversales. Su referencia y su fuerza se deben a la continuidad de los supuestos teóricos que aquí se presentan. Este amplio espectro que compone la propuesta académica de esta publicación, profundiza en el panorama de la moda actual desde distintos ámbitos y miradas. Destacando también el valor de los aportes de los autores en cuanto a la elaboración de estudios o relevamientos, que ofrecen datos cuantitativos y cualitativos que enriquecen y dan cuenta del creciente interés de los profesionales académicos, de diferentes doctrinas por encarar estudios formales de investigación sobre la moda, que contribuyan a la construcción de una base disciplinar propia y sólida para la producción de teoría en este área.

Las contribuciones que conforman este volumen se orientan en cinco ejes denominados Miradas, las cuales abarcan diferentes líneas a investigar, pero, con un denominador común que es la abducción, considerada como la posibilidad de producción de ideas nuevas, originales y complementarias.

## Mirada 1. Moda y Arte

Esta Mirada está compuesta por cuatro escritos centrados en analizar y teorizar sobre la investigación entre arte y moda, donde ambos 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 la crítica de arte, **Sara Peisajovich**, en su escrito: *El arte en la moda. Un análisis de las categorías del arte aplicadas a las prácticas vestimentarias*, explica sobre aspectos que consolidan el sistema de la moda, a mediados del siglo XIX y se reconfiguraron en sintonía con los cambios sociales, políticos y económicos; donde los límites entre ¿qué es arte? y ¿qué no?, se ven desdibujados, donde prácticas de la moda son enunciadas como prácticas artísticas. Por su parte el aporte de, **Carolina Naya Franco**, en su análisis sobre el fotógrafo Helmut Newton, describe la relación de los *bunny costume*, la moda, el fetichismo y el *bon-dage*, donde el discurso sobre el sexo, la violencia y los desnudos son algunos de sus temas recurrentes, provocando la fantasía y la extrañeza del espectador. En el escrito de **Claudia Carvalho Cimino**, *A influência espanhola na pintura de Édouard Manet*, la autora evoca una mirada de la exposición de Manet *La manière espagnole au XIXe siècle*, celebrada en París, en el Musée d'Orsay (2003), con especial atención a la pintura Lola de Valence y su simbolismo en relación con lo floral, estampado representado en la prenda de la joven bailarina española, con una enorme riqueza de efectos de pinceladas y diferentes matices de colores con un estampado floral que contribuyó en gran medida a la construcción de una imagen de gran fidelidad a la tradición de la moda española del siglo XIX, además de traducir la influencia española en la pintura de Manet. El autor **Román Padín Otero**, nos relata en su escrito sobre: *Teresa Berganza, El Guardarropa De Concierto*, su interés por dar a conocer la persona y el repertorio de la gran mezzosoprano española a través de una investigación que recoge una relevante selección de sus trajes de concierto. La nueva relevancia de la moda en el museo ha evidenciado el interés científico de la conservación, estudio, catalogación y exposición de moda de nuestros días.

## Mirada 2. Fashion and Brand Communication

Esta Mirada está compuesta por dos escritos centrados en analizar y teorizar sobre la investigación entre moda y marca, esta relación es tomada como signo y como elemento fundamental en el proceso de comunicación de la moda. **María Laura Spina**, nos relata en su escrito *El color como identidad de marca. Forma y color en los icónicos pañuelos Hermés*, cómo el uso novedoso de la forma, la estampa, la simetría y el color aplicados a él *carrè*, convierten a este en un accesorio icónico de la marca francesa y objeto de moda único y representativo del lujo. Los autores, **Joan Fondevila-Gascón**; **Pedro Mir-Bernal**; **Patricia Sanmiguel**; **Teresa Sádaba-Garraza**; **Fátima Vila-Márquez**, realizan un proyecto de investigación en conjunto sobre: *Engage employees to engage customers: The role of the internal branding in fashion in retail*. El planteo del escrito focaliza en el interrogante sobre el supuesto, que, si los empleados en las empresas de *retail* entienden claramente el posiciona-

miento y los valores de la marca, es más probable que se comprometan emocionalmente con la misma. Este escrito explora si el *branding* interno es una práctica común, y también cómo es el *branding* interno en las empresas de *retail* sumado a su potencial para mejorar el compromiso desde la perspectiva del empleado.

### Mirada 3. Moda y Sostenibilidad

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, *El lado claro de la Moda-Actores relevantes para su transformación*, del sociólogo **Jorge Castro Falero**, el autor nos invita a analizar qué actores deberían cambiar su forma de pensar, sentir y actuar para intentar transformar una realidad que de seguir tal como está planteada en su gran dimensión, tiende a perpetrar un sistema de depredación, explotación y contaminación altamente perjudicial para la humanidad y el planeta. La autora, **Elizabeth Retamozo**, en su escrito: *Nuevas lógicas productivas en indumentaria sostenible*, nos habla del cuidado del medio ambiente y desarrolla una visión muy particular del mundo textil.

### Mirada 4. Moda y Sociedad

Esta Mirada está compuesta por tres escritos centrados en analizar y teorizar sobre la investigación de **Blanca Paula Rodríguez Garabatos**, sobre *El santo Grial de Emilia Pardo Bazán: una historia de dandismo y decadentismo*, donde la autora gallega habla sobre el dandismo, tema controvertido en su época pero que formaba parte de la naciente modernidad del mundo contemporáneo. Explorando nuevos arquetipos literarios, a la luz de la literatura del principal escritor del decadentismo francés. **Rocío Luque Magaña**, en su escrito: *La moda como reacción contra la estaticidad del mundo*, describe su interés por la moda que está centrado en el valor anticipativo y en la novedad como condición indispensable. Esta investigación presenta un recorrido histórico que toma como punto de partida el movimiento de vanguardia futurista como momento en el cual, la disciplina de la moda reacciona frente a un mundo estático. En el escrito de **Valeria Tuozzo** titulado: *Hipermoda 3. La moda rizoma, lecturas desde Byung-Chul Han*. La autora genera una lectura muy singular para el análisis de la moda, desde los textos del filósofo coreano radicado en Alemania, Byung-Chul Han. Este autor presenta una prolífica escritura sobre la actualidad, el filósofo reflexiona en sus diversos escritos sobre la realidad de esta sociedad globalizada, atravesada por la tecnología y la internet que son los elementos que la definen como continente y contenido.

## Mirada 5. Moda e Innovación

Esta Mirada abarca un escrito que tiene amplitud de conceptos que van en sintonía con la disciplina de la moda, esta busca ser teorizada a partir de la investigación científica, donde la innovación y la tecnología sobre estudios en indumentaria y textil, pongan en evidencia los nuevos objetos de estudio y los avances tecnológicos producidos para el bienestar humano. Una muestra de estos nuevos contenidos biotecnológicos aparecen en el escrito de Daniela Laura Rondinone titulado: *Design of a shoe sole with embedded sensors for chronic pain management on patients with diabetic neuropathy*.

## Bibliografía

- Alvarado Dávila, V. (2004). *Estética de la armonía en Platón* (pp.7-8).  
 Gombrich, E. H. (1980). *El sentido del orden*, ed. Gustavo Gili Arte, Barcelona.  
 Neisser, U. (2014). *Cognitive psychology*. Classic edition. Psychology press (p.1).  
 Platón (2005). *Timeo*. Colihue. Buenos Aires.(pp. 32-34).

---

**Abstract:** In this issue of the Notebooks of the Center for Design and Communication Studies, articles are compiled and 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 emerges as a dialogue, a place of confluence, a space where the visions of theoretical studies interact with fashion, establishing certain descriptive, analytical and disciplinary weighting parameters. The language of fashion transversally establishes its enunciative logics and organizational principles, to impart a certain order in this universe of shared, diverse, fluctuating and often chaotic domains. Likewise, it proposes multiple disciplinary perspectives based on concepts such as: fashion, technology, art, history, society, innovation, branding, sustainability.

**Keywords:** Fashion - brands - history - innovation - culture - art - sustainability - language - society - technology.

**Resumo:** Neste número dos Cadernos do Centro de Estudos de Design e Comunicação, compilam se artigos e analisa se a moda, num contexto de mudança desde as suas múltiplas arestas, a partir de um percurso multidisciplinar complexo e exaustivo. A análise de cada uma das visões que compõem este Caderno surge como um diálogo, um lugar de confluência, um espaço onde as visões dos estudos teóricos interagem com a moda, estabelecendo certos parâmetros descritivos, analíticos e de ponderação disciplinar. A linguagem da moda estabelece transversalmente suas lógicas enunciativas e princípios organizacionais, para dar uma certa ordem nesse universo de domínios compartilhados,

diversos, flutuantes e muitas vezes caóticos. Da mesma forma, propõe múltiplas perspectivas disciplinares baseadas em conceitos como: moda, tecnologia, arte, história, sociedade, inovação, branding, sustentabilidade.

**Palavras chave:** Moda - marcas; história - inovação - cultura - arte - sustentabilidade; Língua; sociedade; tecnologia.

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

---