



La moda como artesanía

Por: Andrés López Galeano

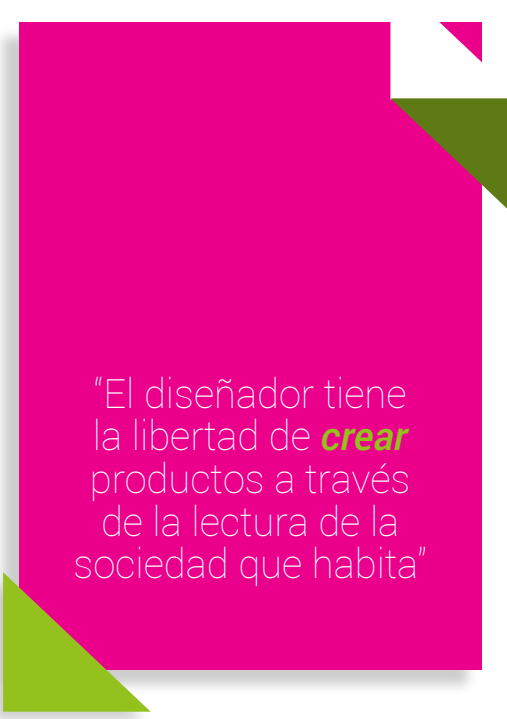
¿Qué son los diseñadores de moda?, ¿son patronistas, confeccionadores, lectores de tendencias, quizás artistas? Para una comprensión sobre este asunto se indagará en el concepto de arte a través del sistema clasificatorio del sociólogo Howard Becker, publicado en su libro *Art Worlds* o *Mundos del arte* (1984, pág. 84). El autor categoriza a los artistas en tres grupos: artesanos, artistas-artesanos y artistas. Becker define a los artistas como aquellos hacedores de objetos que son únicos y pueden no ser útiles, ni siquiera bellos; los artesanos, producen objetos que tienen primordialmente un uso y valor, y los artistas – artesanos, buscan tanto la belleza y la elegancia, como la utilidad. La moda puede ser arte, artesanía, o una combinación de ambas, pero su potencial es reducido al colgarlo en el clóset en lugar de estar en una galería de arte o en un museo (Becker, 1984).

Lo que actualmente conocemos como diseñador de moda, anteriormente era entendido como una especie de artesano/artista de la moda. Crane (1994) afirma que no existe “virtualmente ningún estudio socio-

lógico sobre el diseño de modas como una ocupación” (pág. 55). Crane no discute el trabajo particular que realizan los diseñadores, en cambio argumenta que el trabajo que el diseñador hace está restringido por las organizaciones sociales y culturales en las que opera. La autora plantea que las industrias de moda varían a partir de variables como el país. Así emerge, por ejemplo, el imaginario del diseñador de modas francés, quien se denomina “couturier” o costurero, pero también es conocido como créateur o creador, quien diseña prendas exclusivas listas para usar. Este tiende a ser considerado un artista (Crane, 1994).

Dentro de la clasificación que define qué es un diseñador de moda, encontramos que el diseñador londinense tiende a ser considerado artesano, dice Crane, debido a la falta de prestigio que tiene la profesión del diseño de modas y a las formas de estratificación social de esa sociedad, donde aquellos que deciden formarse en moda, provienen de una clase baja, media o trabajadora, son individuos sin posibilidad a acceder a la universidad. Entrenados en el modelo de las bellas artes, que toma posturas de oposición contra la cultura establecida, seguramente se verán a sí mismos como parte de la contracultura londinense (Crane, 1994, págs. 62-63). Mc Robbie plantea un factor adicional a la cultura del diseño de modas londinense: en el Reino Unido las diseñadoras de moda son “exprimidas por el beneficio de la marca, se mantienen anónimas y son empleadas por compañías por no más que un par de años” (1998, págs. 60-61). Cada diseñador nace bajo un contexto particular, bajo el cual cada uno tiene una interpretación, una manera de contextualizar y una forma de aportar, exclusivamente a través del vestido.

El diseñador tiene la libertad de crear productos a través de la lectura de la sociedad que habita y de la influencia que esta tiene sobre él. Allí se desarrolla una comunicación auténtica, definida por Pasquali como aquella que “es inherente a un esquema de relaciones simétricas, a una paridad de condiciones entre el emisor y el receptor, y la posibilidad de escucharse entre ellos u oírse entre ellos, como voluntad de entendimiento mutuo” (Pasquali, 1963). Al poner a dialogar normas y valores, formas de expresión estética, corrientes políticas y tendencias populares, los diseñadores intervienen en el orden social: lo mantienen, lo irrumpen, lo reconfiguran, lo transforman. Se convierten en influenciadores culturales capaces de transformar su entorno (Manlow, 2009, pág. 110).



“El diseñador tiene la libertad de **crear** productos a través de la lectura de la sociedad que habita”

Desarrollando más la idea sobre el diseñador de modas como un comunicador con una alta influencia en el pensamiento social y cultural, Diana Crane habla sobre la moda japonesa, su contexto e influencia sobre los diseñadores de moda. La autora afirma que por una parte el papel principal del diseñador de modas japonés es similar al de un ejecutivo de negocios. Por otra parte, los diseñadores más prominentes son considerados artistas que intentan desarrollar nuevas formas de ropa basada en la indumentaria tradicional japonesa (1994, págs. 69-70). Colin McDowell (2003) en referencia a la influencia del diseñador japonés dentro de la escena parisina de los años 80, da especial valor a diseñadores como Yohji Yamamoto o Rei Kawakubo, quienes irrumpieron “en los cimientos de la moda occidental, dado que esta siempre ha tenido un peso sobre la forma en que cubre el cuerpo de la mujer, dándole poder a través de su sexualidad” (pág. 132). Los diseñadores japoneses como Yamamoto y Kawakubo deconstruyeron la moda occidental y sus estéticas al realinear, reconstruir y transformar costuras para cubrir el cuerpo en vez de resaltar la femineidad de formas tradicionales. Para lograr ese poder de incidir, el diseñador debe tener herramientas que le permitan entender la moda no desde un imaginario propio, sino desde las realidades de la industria y la cultura, y usarla para transformar la perspectiva predominante de ella. (Kawamura, 2004).



ILUSTRACIÓN
Jefferson Daniel
Castañeda Aristizabal

Al respecto, Yuniya Kawamura (2004) dice que los diseñadores japoneses deconstruyeron las estéticas de moda occidentales gracias a que Yamamoto, Kawakubo y otros diseñadores japoneses “aceptaron la preeminencia de la cultura de moda francesa que hacía parte de un modelo hegemónico establecido” (pág. 13). Este pensamiento puede relacionar y dar a entender que entre las distintas formas de producción del diseño de modas existe una especie “teoría de la dependencia” y que efectivamente los diseñadores se rigen por normas, pero a su vez moldean y transforman estas reglas. Desde esta mirada no se relaciona la moda con el desarrollo directamente, sino a la sociedad en la que “la dependencia no se limita a relaciones entre países, sino que también crea estructuras internas en las sociedades” (Blomström, 1990).

Algunas prácticas del diseño de modas, independientes o ajenas al contexto en que ocurran (Ya sea Onda de Mar en Colombia o Vetements en Japón) se relacionan al trabajo e interpretación del contexto del diseñador o artista. Roland Barthes (1968) ve las modas creadas por diseñadores como productos artísticos. El vestuario es un “objeto poético” en el que confluyen el lenguaje y la materia. La moda en particular, citando a Barthes, “moviliza con amplia variedad todas las cualidades de la materia: sustancia, forma, color, tacto, movimiento, rigidez, luminosidad (págs. 235-236). La moda, de ser vista como un arte, amplía su potencial transformador, en especial desde la perspectiva de aquellos que la consumen, pero debe instalarse esta idea principalmente en quienes las crean. Los diseñadores, al reconocerse como artistas, lectores, creadores de cultura y fomentadores del cambio, remueven un poco de aquello que Barthes consideraba que atrapaba al diseño de modas y lo hacía ver como “retóricamente empobrecido” (Barthes, 1968).

Trascender la banal percepción que tiene la moda a través del trabajo de los distintos artistas, artesanos o artistas-artesanos del sector en el ámbito mundial es una tarea difícil. Los diseñadores plantean propuestas innovadoras, estéticas y, en algunos casos, funcionales, para entender la moda no solo como parte de una realidad global y cultural, que es interpretada y reinterpretada, sino como una realidad mutable y transformable, sujeta a las tensiones y resistencias del mundo.

“La moda, de ser vista como un arte, amplía su **potencial transformador**, en especial desde la perspectiva de aquellos que la consumen”