

FACTORES ESTÉTICOS Y SOCIOLOGICOS EN LA MODA



DESDE cuando los primeros salvajes —hace algunos milenios o centenares de milenios— empezaron a adornarse con plumas, tatuajes, collares, conchas, etc., el hombre ya no ha cesado de «revestir» su cuerpo desnudo con algo que —mejor o peor— tenemos que considerar vestimenta.

Se han formulado infinitas hipótesis y se han escrito numerosos ensayos sobre las razones mágicas, religiosas, místicas, psicológicas y antropológicas de esta voluntad de revestir y adornar el propio cuerpo. Una cosa es cierta: el cuerpo desnudo del hombre es o parece «feo» en la mayor parte de los casos por contra de lo que ocurre con el de casi todos los animales, y es precisamente éste, quizá, uno de los caracteres distintivos más importantes del «homo sapiens».

Si, excusándose en el pudor, el hombre ha encontrado un modo de resultar más atractivo, tenemos que convenir que el Pecado Original —primera fuente de nuestro pudor y de nuestra vergüenza y fuente de tantas otras desdichas de la Humanidad— ha tenido el gran mérito de inducir al hombre a vestirse.

La reciente moda del desnudo —el «nude look»—, los espectáculos tipo «Hair» y «Calcuta» que arrastran forzada y fatigosamente a una «troupe» de actores desnudos al escenario, con toda seguridad apenas se pase la «novedad» del suceso están destinados a desaparecer de los teatros, y no hay necesidad de repetir que, sobre todo, las mujeres son y serán siempre las primeras en refutar la moda que haría a un gran porcentaje de ellas inapetecible e inapetecible una vez privadas de los oropeles y las coquetías de su vestuario.

Si el vestido es, pues, necesario e indispensable —incluso si se puede reducir a mínimos términos en algunos casos de mujeres (y de hombres) particularmente atrayentes, anatómicamente perfectos— veamos qué función puede tener en nuestros días

Gillo Dorfles, profesor de Estética de la Universidad de Milán y autor de "Nuevos ritos, nuevos mitos", "Naturaleza y arte", "Símbolo, comunicación y consumo", va a ser traducido una vez más al castellano. Del título "Sentido e insensatez en el arte de hoy", que editará en breve Fernando Torres, publicamos el ensayo "Factores sociológicos de la moda".



y en el próximo futuro y cómo se tiene que considerar su razón de ser, al menos por lo que concierne a su función específicamente estética o, por lo menos, estético-psicológico-antropológica.

Una vis creativa —creativa de formas que hoy definimos «artísticas»— ha existido siempre: el hombre —nos lo confirman los monumentos esparcidos a lo largo del transcurso de milenios— ha querido desde siempre imprimir un sello formalmente diferenciado y diferenciante de su habitat, y, por tanto, a su mismo cuerpo, que constituye una parte integrante de este habitat. Es por ello por lo que entre las primeras formas artísticas de la prehistoria (y de la prehistoria presente, que es la de tribus primitivas o «salvajes» en sentido levistraussiano) se debe, ante todo, considerar la danza.

Por qué, ¿qué es la danza, sino un hacer del propio cuerpo un instrumento estético?

Aun antes de crear monumentos, esculturas, templos, el hombre ha «estetizado», pues, su cuerpo. Y la danza, como es sabido, no prescinde casi nunca de la creación de formas plásticas que se determinan en la colaboración entre el cuerpo de quien danza y su modo de adornarse: ornamentos de su propio cuerpo, como tatuajes u ornamentos puestos sobre él, como las más diversas formas de telas, velos, cadenas, collares, sombreros, máscaras, son casi una prerrogativa de toda danza antigua o reciente.

De la danza a la ceremonia ritual, a la vestidura sacra, a la prenda talar, el paso es breve, y aún es más breve el paso que hay entre los ceremoniales sacros y los civiles o militares.

El uniforme militar, el traje con condecoraciones, incluso los distintos vestidos técnicos y especializados que acompañan a esos otros ceremoniales que son los deportes: el traje del cazador, del tenista, del jugador de fútbol, de béisbol, de golf, el de esgrimista, el del esquiador, el del pes-



El mito de la funcionalidad en el caso del traje es aceptable sólo en parte, dado que es mucho menor la importancia del vestido como elemento cubridor que como elemento ornamental.

GILLO DORFLES

gador submarino... También aquí una simple incursión en un campo tan vasto como éste exigiría algunos centenares de palabras solamente para esbozarlo, y no tengo intención de desentrañarlo. A lo que me siento obligado es a recordar a quien no lo tenga presente que el concepto de «traje» es mucho más complejo de lo que

generalmente se cree cuando nos lo imaginamos referido exclusivamente al traje gris con el que el oficinista afronta su jornada laboral o al traje azul o negro «de los domingos».

Un estudio de las características estructurales del vestir—incluso sólo del masculino—no sería imposible y ni siquiera di-

fícil de realizar, y merecería ser llevado a cabo de manera científica. Ya Roland Barthes nos ha enseñado que la moda se presta a caracterizaciones muy precisas que se pueden poner fácilmente por encima de las investigaciones estructuralistas dedicadas a la poesía, a las artes o al lenguaje. Incluso un estudio limitado, pongamos, al número de botones de la chaqueta de caballero o a los botones «de adorno» de las mangas podría conducirnos a interesantes argumentos acerca de las sutiles diferencias de tipo sociológico, psicológico, técnico, profesional, etc., que revela este mínimo detalle.

Se trata, en definitiva, de buscar e identificar ese «código» particular que constituye la base de lo que podríamos definir como «lenguaje vestimental», o sea, ese particular modo de expresión y comunicación recíproca del hombre a través del traje que lleva o de los detalles que contiene. En otras palabras: el vestido constituye para el hombre—consciente o inconsciente de ello—un importante y delicado medio de comunicación con el prójimo, y es muy a menudo a través del vestido como el hombre comunica esa parte de sí

mismo que desea comunicar. Naturalmente, dentro de los límites y las reglas que la sociedad de la que forma parte le impone.

Y esto ya nos dice que cualquier rebelión subjetiva y particularista contra el tipo de vestido generalizado e «institucionalizado»—contra el «código vestimental» del que formamos parte—es imposible o, por lo menos, arriesgada.

Sabemos lo que sucede a esos individuos—las crónicas de los periódicos nos traen como mínimo un caso por semana de ellos—que se desnudan de repente por las calles tirando sus vestidos sobre las aceras y que nadie pretende considerar sanos de mente, aunque, en definitiva, podrían serlo la mar de bien.

Tras estas brevísimas premisas socio-antropológicas quisiera afrontar más de cerca la que me parece que es una de las cuestiones fundamentales del vestir humano en general y del masculino en particular: ¿podemos considerar el traje del hombre como un factor estético de nuestra sociedad? ¿Podemos considerar que a través de él el hombre resuelve no sólo una necesidad práctica e higiénica, sino también una exacta intencionalidad estética y social?

No hay ninguna duda de que el hombre, incluso el más sencillo, realiza con su vestir una exacta selección artística que puede ser apenas esbozada, que puede alcanzar los vértices del paroxismo, que puede hacerse fetichista (los coleccionadores de zapatos, de corbatas, de calcetines), pero que, de todas formas, refleja una voluntad precisa no sólo de diferenciación social, no sólo de exhibición de un particular «status symbol» (¿sabemos muy bien cuántas funciones de diferenciación del individuo, de prestigio económico y social tiene aún el traje!), sino auténtico compromiso estético. Y es aquí, creo, donde entra en juego el problema de la tan debatida cuestión del gusto; del gusto individual y de la generalidad de los gustos.



I) ¿Hasta qué punto está dotado el individuo espontáneamente de un gusto innato o, por lo menos, absorbido a través de factores hereditarios pero ya consolidado irremediamente?

II) ¿Hasta qué punto es posible influenciar su gusto desde el exterior a través de la presencia—digamos incluso la imposición— de productos adecuados?

III) ¿Y hasta qué punto una educación del gusto específico referido al vestir atañe y puede reflejarse sobre una educación generalizada del gusto estético, y, por tanto, incluso sobre los otros sectores que no se refieren al vestir.

Son, como se puede ver, cuestiones de mucho peso y no fáciles de resolver, y creo que merecen una cierta atención.

Con el vestir y la moda se verifica algo bastante análogo a lo que se verifica en el sector del diseño, del Industrial Design, del que nos hemos ocupado recientemente.

En una sociedad como la nuestra, consumista, se ha observado a menudo que el lanzamiento al mercado de enormes cantidades de objetos ya confeccionados y producidos en serie acaba por esclavizar el gusto del consumidor. Lo que, por otro lado, es cierto sólo en parte. Quien haya observado lo que ocurre, por ejemplo, en el caso del coche o de los electrodomésticos—quizá los dos símbolos máximos de actual civilización del consumo— se habrá dado cuenta de que muy a menudo es el público el que «elige» el prototipo preferido, y es por seguir el gusto del público por lo que el diseñador acaba proyectando uno u otro modelo. En el caso del traje, sobre todo, el aspecto genuinamente funcional del producto está menos marcado y es menos condicionante que en el caso de muchos objetos mecánicos producidos por la industria y, por tanto, mucho mayor la libertad de composición que debe responder sólo a ciertos requisitos de practicidad y economía.

El mito de la funcionalidad en el caso del traje es aceptable sólo en parte, dado que, como es sabido, es mucho menor la importancia del vestido como elemento cubridor que como elemento or-

namental, como fuente de prestigio y de «status symbol» (baste pensar en la relativa inutilidad de casi toda la ropa veraniega en los países de clima templado y aún más en los de clima tropical o subtropical). Por otro lado, no hay duda de que el diseñador—en el caso del producto industrial— puede influenciar el gusto del público y puede incluso educarlo si sabe conciliar lo que yo llamaría el «código formal» preexistente con lo que es la «novedad» de su lenguaje expresivo.

Tenemos, pues, que un buen promedio entre «novedad» y «tradicición» es lo que constituye la base de toda operación de educación estética por parte de un proyectista. En el caso del vestido la cosa es análoga, pero exageradamente más sutil y matizada. La gama de productos es inmensa (el color, el tejido, la clase, el peso, el tipo de corte, la variedad de modelos y de complementos).

Es fácil entonces comprender que los vestidos son, por una parte, capaces de diferenciaciones sutilísimas por parte de quienes los llevan, y que, por otra parte, permiten al diseñador (en este caso al sastre o a la firma comercial que regula y planifica la creación de los diversos modelos) una posibilidad de impacto fortísima sobre el consumidor y sobre sus gustos.

Naturalmente, no queremos llegar al extremo de afirmar que de la elección del traje dependa el destino estético de la Humanidad y que el gusto en el vestir corresponda al gusto por la pintura, la escultura o la música.

Pero creo que una importancia decisiva sí que se puede constatar en la elección de los vestidos por parte de cada individuo e incluso de cada nación.

Fijémonos, por ejemplo, en la tradicional vulgaridad en el vestir de algunas naciones (Alemania, Rusia), junto a la superior elegancia de otras (España, Francia); en la impresión de escualidez que la manera de vestir de algunos países del Este europeo nos dan, y, por el contrario, en ese exasperante conformismo estilístico (el «styling» aplicado al guardarropa) y en el destacado horterismo de la vestimenta estadounidense. Se trata, sólo hasta cierto punto, de diferencias

debidas a razones económicas a nivel de vida; mucho más a menudo la igualdad del gusto viene acompañada por una análoga igualdad del individualismo del hombre. En el caso de los Estados Unidos este hecho es evidente. En el caso de Italia, por ejemplo, nos encontramos con que estamos asistiendo a una situación realmente peculiar y que no me parece que haya sido suficientemente analizada por el momento.

Como es sabido, nuestros diseños (de coches, lámparas, muebles, trajes) están en este momento a la vanguardia en todo el mundo.

Muchísimas exposiciones inter-

nacionales han tributado excelentes reconocimientos a la bondad y la elegancia del proyectismo italiano.

Pues bien, si miramos a nuestro alrededor, si observamos a las masas de nuestras ciudades y de nuestros pueblos, y las comparamos con las de otros países de igual e incluso superior desarrollo económico e industrial, tenemos que coincidir en que el pueblo italiano está entre los «mejor vestidos»; de los zapatos a las corbatas, de los «prêt-à-porter» femeninos a los trajes de sport. Y, sin embargo, esto va en perjuicio de otros sectores que están vergonzosamente descuidados: el cuidado de la propia casa,



El hombre ha querido desde siempre imprimir un sell

PSICOCOLÓGICOS EN LA MODA

el respeto al paisaje, el desarrollo de una conciencia cívica. Quizá la realidad sea que la sensibilidad del italiano medio de nuestros días está polarizada principalmente sobre el aspecto del vestuario más que sobre otros aspectos del ambiente en que vive y se mueve.

Quizá esa virtud creativa, esa fantasía plástica y cromática gracias a la cual Italia supo expresar en el pasado sus extraordinarias obras de arte (sus iglesias, sus frescos, sus mosaicos) se ha «degradado» hoy hasta llegar a esta otra manifestación estética más frívola y efímera. O, quizá, precisamente porque la época en que vivimos es tan inestable, tan des-

pegada del suelo, tan «consumista», la suma de los impulsos creadores de los italianos se ha coagulado en un sector también efímero más que en los tradicionalmente estáticos y áulicos.

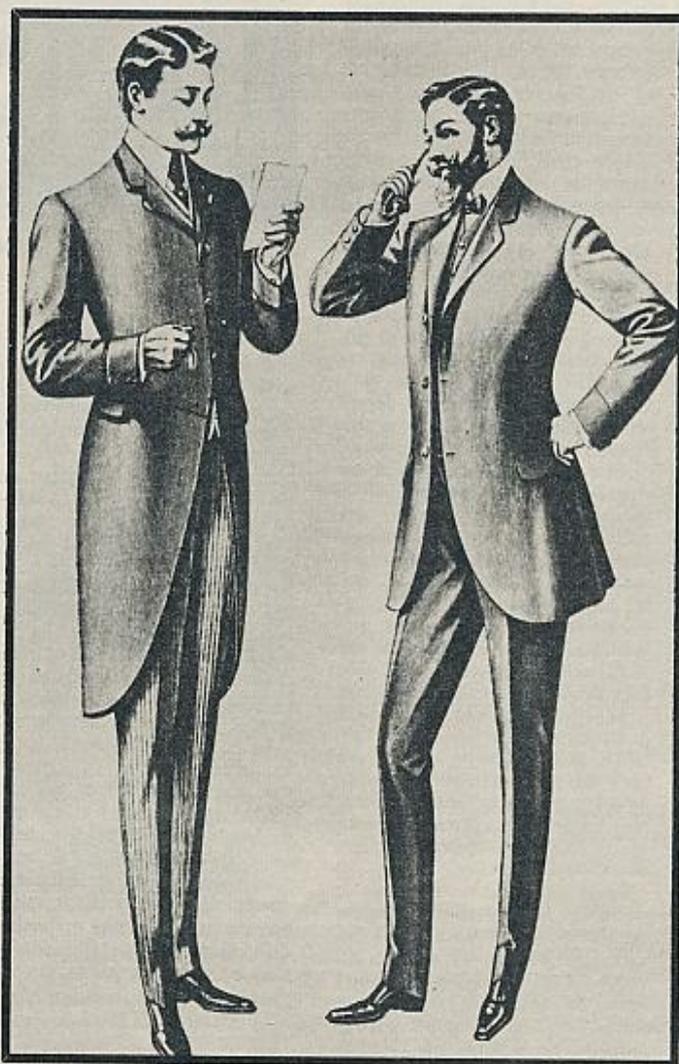
Y no se olvide tampoco que, más de lo que se cree, la relación recíproca y la ósmosis entre productos y hallazgos de la moda y del vestido y los de las llamadas «artes puras» son íntimas e intensas más que nunca. Muchos consideran quizá que con la desaparición del traje de corte, de las telas historiadas o de los trajes regionales se ha perdido toda relación entre vestuario y artes puras; en cambio, basta considerar algunas de las recientes ten-

dencias del arte visual para darnos cuenta que también en nuestros días continúa esta ósmosis.

Piénsese, por ejemplo, en el influjo ejercido en los últimos años por el llamado «arte op» (óptico-cinético) al determinar ciertos tipos de dibujos de telas estampadas e incluso de tejidos para hombres. Otro tanto se puede afirmar respecto a la adopción de ciertos colores (a lo Matisse, a lo Picasso, a lo Léger) que han pasado de la pintura al vestido —especialmente al femenino, como es natural—, y no se olvide la moda de las corbatas «pop» y «neo-liberty», que se han puesto de moda en los últimos años.

No nos corresponde a nosotros

prever si el traje del futuro será más bien un mono que un frac o, mejor, una túnica que una armadura. Es probable, sin embargo, que también el mono ideal (termorregulador, impermeable, autolavable, antipolilla, antisuciedad, antiarrugas...) del futuro sea de muchísimas clases distintas, de los más variados modelos, para poder ofrecer al hombre ese «acabado estético», ese «factor simbólico» que permita transformar un cuerpo desnudo (la mayoría de las veces sin gracia y con defectos) en un instrumento agradable y plétórico de las mejores capacidades comunicativas para con el prójimo de cada uno. ■



almente diferenciado y diferenciante a su habitat y, por tanto, a su mismo cuerpo que constituye una parte integrante de este habitat.