

Más allá del diseño: dialéctica del vestir y la moda en la sociedad contemporánea

Beyond design: dialects of clothing and fashion in contemporary society

Christian Saúl Hernández Pérez ¹



¹ Universidad La Salle Bajío, Dirección de Investigación y Doctorado. León, Guanajuato, México

Autor de correspondencia: cshernandez@lasallebajio.edu.mx

Recepción: 13-02-2024 / Aceptación: 20-02-2024 / Publicación: 25-04-2024

Resumen

En este ensayo se presenta un análisis del fenómeno de la moda en la sociedad contemporánea, a la luz de algunas premisas propuestas por Marcuse en torno a la razón y a las necesidades. Se sugiere que la moda cubre una necesidad vital, el vestir, pero es necesario formular su término negativo.

Palabras clave: filosofía; vestimenta; contemporaneidad; cultura; diseño de modas.

Abstract

This essay presents an analysis of the phenomenon of fashion in contemporary society, in light of some premises proposed by Marcuse regarding reason and needs. It is suggested that fashion covers a vital need, clothing, but it is necessary to formulate its negative term.

Keywords: philosophy; outfit; contemporaneity; culture; fashion design.

1. Introducción

Según Marcuse, el hombre unidimensional oscilará continuamente entre dos hipótesis contradictorias: «1) la sociedad industrial avanzada es capaz de contener cualquier cambio cualitativo para el futuro previsible, y 2) existen fuerzas y tendencias que pueden romper esta contención y hacer estallar la sociedad» (2021, p. 36). Estas hipótesis dibujan la imagen de la dinámica problemática entre una fuerza imparable contra un objeto inamovible, que ayuda a visualizar una realidad monolítica y densa, con pocas posibilidades de cambio y movimiento; la tarea es comprender los fundamentos de su existencia y de las condiciones en las que el sujeto contemporáneo las experimenta.

Para esto, es necesario añadir una tercera hipótesis, también de Marcuse: 3) las necesidades de las personas son creadas, precondicionadas, determinadas y manipuladas por el sistema. Su satisfacción debe ser conveniente para los intereses del aparato dominante. En la medida en que el aparato determina estas necesidades y cada persona busca satisfacerlas, se refuerza la dominación.

La libertad —esa «posibilidad de hacer o dejar de hacer»— es un instrumento de dominación. La lógica de la libertad, vista así, tiene como consecuente la dominación. Por esto, Marcuse advierte: en la civilización industrial contemporánea, los modos de libertad ya solo pueden indicarse en términos negativos, porque solo así equivalen a la negación de los modos predominantes. ¿Qué ocurre con algunas necesidades básicas como comer y vestir?

¿Hasta qué punto se puede decir que estas necesidades y su satisfacción son creadas y manipuladas por el sistema? ¿Qué se puede decir sobre el vestir y la moda?

2. Desarrollo

En la distinción que hace Marcuse entre necesidades falsas y verdaderas, puntualiza: «Las únicas necesidades que pueden inequívocamente reclamar satisfacción son las vitales: alimento, vestido y habitación en el nivel de cultura que esté al alcance» (2021, p. 45). Estas necesidades vitales no son inmutables, no solo porque sean históricas y culturales, sino porque han tenido implicaciones distintas a lo largo del tiempo. En este sentido, a propósito del vestir, Grewal (2022) anota:

Genesis is the most fashionable of proto-fashion statements. There, clothes were originally supposed to armor us against the shame of being naked, a trend we picked up last fall, but they do so by laying bare our personality types, which are often a much greater point of vulnerability (p. 7).

La necesidad de cubrir la desnudez humana dio lugar a otras necesidades. Cubierta la vergüenza de saberse desnudos y conscientes de su propio ser —un principio de conciencia y razón asociado con la carne— el hombre y la mujer descubrieron temores y vulnerabilidades complejas, acuciantes y conmovedoras.

Esta alusión expresa también un proceso de toma de decisiones, una elección: la desobediencia y su consecuente —el conocimiento, la conciencia de la carne— urgen su encubrimiento, al mismo tiempo que hacen necesario el perdón de dios. En este dilema, ¿cuál es la prioridad? La pregunta es relevante porque el ser humano, con algunas excepciones, sigue satisfaciendo la necesidad de cubrir su desnudez. Por el contrario, en algunos casos ha perdido interés en buscar el perdón de dios. Superada esta urgencia por ser expiado, la necesidad de vestir se ha asociado con otras cosas, otras formas de ver el mundo, otras formas de ver y entender al hombre y a la mujer. Otras formas de razón. Es decir, la «necesidad vital» es el vestir, su «razón» es la moda, y como tal, está sujeta a las hipótesis de Marcuse.

Esto ayuda a comprender el vestir y la moda desde una perspectiva crítica, pero, sobre todo, reflexiva y abierta. La industria de la moda está relacionada con cualquiera de las expresiones y formas de la industria cultural. El cine, la

prensa y la televisión han sido medios fundamentales para la difusión de imágenes e iconos del vestir y sus formas. Se supone que vestir implica tomar decisiones, elegir «libremente» las prendas que visten al cuerpo. No obstante, como ya se vio, esta variedad y la aparente posibilidad de elección son instrumentos de dominación. Esto es así porque la razón moderna es instrumental, y en la construcción y la consolidación de esta razón, los mass-media han sido clave. Más allá de su capacidad de alcance y diseminación, los medios hacen posible crear cierta ilusión.

Esto no quiere decir que sus efectos no tengan impacto en la realidad —entendida en su sentido más llano—, sino que, de hecho, hacen posible que esta realidad se vuelva menos densa, dando una sensación de equilibrio:

[Por ejemplo] si la mecanógrafa se viste tan elegantemente como la hija de su jefe [...] esta asimilación indica, no la desaparición de las clases, sino la medida en que las necesidades y satisfacciones que sirven para la preservación del «sistema» establecido son compartidas por la población subyacente (Marcuse, 2021, p. 47).

Berger, en su texto «El traje y la fotografía» (2021 [1979]), ilustra esto con un análisis de tres fotografías de August Sander —dos de principios del siglo XX y una de mediados—, en las que aparecen varios hombres de diferentes clases sociales usando traje. Berger detalla cómo la inserción del traje como prenda de vestir incidió de maneras diferentes en los distintos estratos de la sociedad; no solo en su uso, sino en su imagen y aprecia-

ción. En el caso de unos músicos, señala, el traje deforma sus cuerpos; en el caso de unos jóvenes campesinos que se dirigen a un baile, revela su ocupación y su prominencia física, y en el caso de unos misioneros, expone su garbo y altura.

El traje se desarrolló en Europa a finales del siglo XIX como un «atuendo profesional» (Berger, 2021 [1979], p. 59) de la clase dirigente. Fue concebido para exaltar el poder sedentario y el pensamiento abstracto. Entonces, ¿por qué los campesinos comenzaron a usar traje? ¿Cómo fue que una parte importante de un sector de la sociedad, dependiente del trabajo físico, del movimiento libre y de los recorridos largos, comenzó a usar un atuendo diseñado para impedir los movimientos ágiles?

[...] nadie obligó a los campesinos a comprarse un traje, y los tres que se encaminan hacia el baile están [...] orgullosos del suyo. Lo llevan con una suerte de presunción. Esta es [...] la razón por la que el traje podría convertirse en un ejemplo clásico de la hegemonía de clase. Se convenció a la población rural, y de forma diferente a los trabajadores urbanos, para que escogieran el traje como prenda de vestir. Mediante la publicidad y el cine; a través de los nuevos medios de comunicación (Berger, 2021 [1979], p. 60).

Es verdad que estos atuendos, en particular, y la moda, en general, han funcionado como factor de distinción entre clases, y que los medios de comunicación han ayudado a establecer esta hegemonía de distinción y nivelación. Pero también es verdad que estos argumentos ya son lugares comunes, cuya repetición no

hace otra cosa más que obviar otros aspectos de esta realidad.

En este debate, hay una postura que se podría calificar de «moderada»; la postura de Lipovetsky (1990). De hecho, es una postura crítica hacia esta postura crítica de la visión de la moda como elemento diferenciador de las clases. Lipovetsky tiene un punto: si la mayoría de las personas del bando del pensamiento crítico están de acuerdo en que la moda se fortalece por fortalecer las diferencias de clase, entonces, aún entre las izquierdas ya predomina el pensamiento único. Dice Lipovetsky:

[...] la corporación pensante, en un hermoso impulso unificado, ha adoptado sobre el tema un credo común: la versatilidad de la moda encuentra su lugar y su verdad última en la existencia de las rivalidades de clase. [...] En ningún otro terreno el conocimiento erudito se ha instalado hasta tal punto en la tranquila machaconería, en la razón perezosa, explotando la receta macro (1990, p. 10).

Con esto no se busca decir que la moda no tenga «compromiso» con estas dinámicas de clase, sino que, entre otras cosas, más bien cumple con una función estética, una asociación con lo sensible y lo bello y, por extensión, con la emoción y con el gusto. Pero esto también es problemático porque nos vuelve a situar ante un problema clave: ¿por qué la moda habría de definir aquello que es bello y agradable a los sentidos? ¿En qué se basa esta determinación?

De hecho, para Lipovetsky, ni siquiera en las épocas de mayor suntuosidad y

exageración la moda era un reflejo fiel y mecánico del pensamiento y el ejercicio estético de las clases dominantes. La burguesía, sostiene, tenía sus propios filtros y, más aún, sus propios criterios y solo retenía de la corte «lo que no chocaba con sus normas de sentido común, de moderación, de razón» (1990, pp. 45-46). Por lo tanto, incluso el «mimetismo» de la moda tiene niveles; es discreto, no lineal ni continuo.

3. Discusión

La necesidad de vestir, se dijo, cubre una urgencia carnal que es la contraparte de la concepción del hombre y la mujer desnudos, ya no en el Edén, sino en el parto. Esta situación no está sujeta al misterio ni a la revelación religiosa. La moda es la hipertrofia, la exageración y la instrumentalización racional de la satisfacción de esta necesidad. La moda no es natural, es histórica, y, en cuanto tal, es dialéctica.

Si en la sociedad contemporánea los modos de libertad deben indicarse en términos negativos, es necesario formular los términos negativos de la moda. Uno de estos es la necesidad de cuestionar el discurso «crítico» proveniente del propio mundo de la moda, ya sea hacia sí misma o hacia otras dimensiones de la sociedad.

Esto ocurre como en los casos en los que una gran marca comercial se «suma» a las demandas de un movimiento. En esos casos, se dice, las marcas se aprovechan del contexto para posicionarse y aumentar sus ganancias. En este caso, la moda no ofrece un discurso unificado o empatado con el ideal de liberación; lo que ofrece es, de hecho, dos discursos contradictorios.

Ocurre en las pasarelas. En 2014, Karl Lagerfeld «tomó» el Gran Palacio de París, lo convirtió en el «Bulevar Chanel» (su casa de moda) y encabezó una «manifestación feminista» (figura 1). En 2020, Virgil Abloh, de Off-White, presentó su colección otoño-invierno con una pasarela en la que, por momentos, el fondo del desfile era la voz de John Baldessari hablando de arte.

Ambos casos presentan el mismo dilema: la moda, hipertrofia del vestir, a la vez que tesis de la razón dominante no puede ser, al mismo tiempo, su antítesis (su fórmula negativa), así que se la apropia y provoca al espectador a elegir: o aprecia las prendas y el conjunto del diseño, o escucha el mensaje de crítica y reflexión sobre la sociedad y el arte, pero no ambas. Por lo anterior, queda la pregunta: ¿Cuál es la síntesis de la dialéctica de la moda en la sociedad contemporánea?

Tal parece que el núcleo duro de la cuestión está en identificar el factor que vuelve decisiva la implementación y seguimiento de una ruta. Esta ruta puede ser la de la hegemonía de clase y, por tanto, es la ruta de la razón socioeconómica. Pero también puede ser la ruta de la sensibilidad y la aceptación de una idea de lo bello y, por tanto, sería la ruta de la razón estética. Entre estas dos, me parece, y, mejor dicho, en su superación, está la síntesis de la dialéctica de la moda.



Figura 1. Fashion show de Chanel, 2014.

Fuente. Cosmopolitan (Getty Images)

Figure 1. Chanel fashion show, 2014.

Source: Cosmopolitan (Getty Images).

4. Conclusiones

Esta síntesis surge con una naturaleza compleja. Desde la tradición kantiana, los sentidos han sido la base de la experiencia del conocimiento, orientada a la certeza de la razón pura, a priori y sintética, necesaria y universal. El desarrollo de las concepciones de lo sensible, brillantemente filtrado por Kant (2021 [1787]; 2011 [1790]), puso a los sentidos como punto de partida del análisis de las posibilidades y de los límites de la razón. Lo sensible, situado en un espacio que puede ser simultáneo, y en un tiempo que solo puede ser sucesivo, nos permite especificar la raíz de la experiencia y añadir, por extensión, detalles que no están contenidos en nuestros juicios analíticos.

Por ejemplo, señala Kant, decir que todos los cuerpos son extensos no es tan ilustrativo como decir que todos los cuerpos son pesados. En el mismo sentido, no es lo mismo decir que una prenda es útil para cubrir la necesidad básica del vestir, y decir que una prenda es bella. Si la prenda cubre la necesidad de vestir (básica, razonable), ¿es necesario esperar más de

su uso? Sea o no necesario, ha sido un lugar común decir que es «irracional», exagerado, y ante esto la pregunta es: ¿con respecto a qué? Según Lipovetsky (1990), no es tanto un «con respecto a qué», sino a «quién». Aunque no niega el rasgo de clase que tiene el ejercicio del vestir y la moda, el filósofo remarca el componente individual y su efecto de distinción.

Si no es el factor socioeconómico de clase ni únicamente el factor estético de la sensibilidad, lo más probable es que el término sintético de la moda sea, a final de cuentas, su ejercicio ético. Por lo tanto, y a diferencia del dicho común, en este caso se diría que: «detrás de la estética está la ética».

5. Información de los autores

Christian Saúl Hernández Pérez

 0000-0002-6818-4286

6. Referencias

- Berger, J. (1979). The Suit and The Photograph. En G. Dyer (Ed.). (2021). Para entender la fotografía. John Berger (pp. 51-60). Gustavo Gili.
- Grewal, G. (2022). Fashion. Sense. On Philosophy and Fashion. Bloomsbury.
- Kant, I. (2011). Crítica del juicio. Tecnos.
- Kant, I. (2021). Crítica de la razón pura. Taurus.
- Lipovetsky, G. (1990). El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas. Anagrama.
- Marcuse, H. (2021). El hombre unidimensional. Austral.