

# El diseño del Vestido y la hechura del hombre

Francisco Pérez Cortés\*

## El interior de la ropa

Los estudios sobre el diseño del vestido son cada día más sistemáticos. Luego de períodos de indiferencia y rechazo, el vestido se ha convertido en objeto digno de investigación para diferentes disciplinas. No siempre fue así.

Tal vez por descuido o desprecio, el diseño del vestido ha permanecido al margen de los jardines del espíritu científico y humanístico, hasta reducirse a un ejercicio literario para quienes lo analizan. Ni qué decir de las ciencias sociales, en donde la moda ha sido objeto de todo tipo de ironías.

Al vestido se le asocia siempre con lo frívolo, lo efímero, con la apariencia, es decir, con todo aquello que tiene lugar en el mundo de lo superficial y lo ligero. El vestido es sinónimo de una actividad anecdótica, relativamente interesante, en ocasiones divertida, pero siempre indigesta en el fondo.

El vestido es refinamiento, lujo, símbolo de exquisitez y ostentación que acaba siempre por irritar a quien lo mira. Varias parecen ser las causas de esta imagen a la vez seductora y repulsiva de la moda:

1) El diseño del vestido se presenta desde el inicio, como parte del mundo mágico de la moda, con toda la fascinación, delicia y perversión que caracteriza a ese universo. Es la organización de lo efímero, la estética de la apariencia, el reino de la ostentación y la insignificancia.

2) La sociedad y el análisis social han visto al diseño del vestido como un uni-

verso cerrado, difícil de comprender si no se forma parte de él. Como si debajo de la imagen bella y frívola de una capa de muselina no hubiera toda una armada de artistas y diseñadores, una legión de profesionales, una estructura financiera y comercial y el buen gusto del hombre.

3) Los estudios sobre el diseño del vestido han sido en muchas ocasiones fragmentarios. Han sido realizados por estilistas o esteticistas sin mucha formación teórica, por historiadores y sociólogos que saben poco del diseño y que no reconocen la especificidad de la actividad profesional. Desgraciadamente los esteticistas como decía Paul Valéry, suelen hablar de la belleza en una sala incolora. Es natural que la imagen que se desprende de este primer acercamiento al vestido sea la de una actividad todo rosa y chocante, realizada por personas elegantes, refinadas, pero de plástico.

4) Aún no elaboramos una visión más realista de lo que es el vestido. Si todo es rosa en el diseño, una buena parte del oficio, tal vez la más oscura, dolorosa e interesante, es dejada de lado en nombre de una transparencia insoportable. Es la parte humana e inhumana del vestido lo que se pierde. El vestido es despojado de sus contradicciones, es visto sin las realidades individuales y sociales que le atraviesan y así se vuelve etéreo, incomprendible. Su realidad sin embargo es un poco más amarga: "aprendí de Jean Patou, el horror del buen gusto", decía J.P. Gaultier. "Tuve una vida de perro", decía C. Balenciaga. "No he hecho más que trabajar—comentaba G. Chanel—, triunfé



Dibujo. Christian Dior.

en mi carrera pero arruiné mi vida". Son conocidas las palabras de Yves Saint Laurent: "cuando entré en Dior, penetré en la fortaleza de la celebridad, luego esa fortaleza se convertiría en la trampa de mi vida". De la dinámica de la moda proviene su carácter doliente.

Difícil desde luego es comprender una actividad humana, cuyo movimiento es tan vertiginoso, que sucede lo que Hegel comentaba a propósito del "ahora": cuando uno pronuncia la palabra, ese ahora ya es cosa del pasado. Ese ahora ya no está

cuando termino de pronunciar el concepto. Difícil entender un fenómeno que se sustenta en una cierta cultura de la mujer, quien de esta manera se ha apropiado de una buena parte del patrimonio estético de nuestro tiempo.<sup>1</sup>

Nada fácil es entonces comprender integralmente una actividad que comienza con una intelección fundada, con la hoja en blanco de un diseñador, que se desarrolla en una mesa de trabajo, realiza posteriormente en una máquina e involucra toda una estructura financiera y comercial. Una actividad que luego se presenta con modelos en un desfile de modas, de ahí se dirige a las crónicas y críticas de las revistas y que finalmente se manifiesta como objeto, en los aparadores y la red de distribución y ventas que sólo algunos frecuentan. El vestido pasa de la nada al neón, del modisto al realizador y de ahí a la venta, esto es, del ayer al hoy, en un hoy que sólo existe como mañana.<sup>2</sup> El vestido, esa forma de neomanía (inagotable sed por lo nuevo), “es una industria –decía P. Poiret–, cuya razón de ser es la novedad”.

### La inteligencia del vestido

Con buen humor se podría decir que los diseñadores del vestido son los verdaderos inventores del hilo negro, los que nos han tapado el sol con un dedal, los que nos han puesto los árboles para no tener que ver el bosque. Pasemos entonces por el ojo de su aguja, para encontrarnos con los que sí saben dónde está la pica en el pajar, con los que todavía saben oír cómo crece la hierba, con esos que podemos considerar educadores de nuestros sentidos.

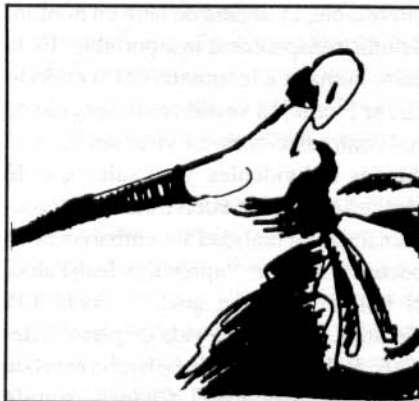
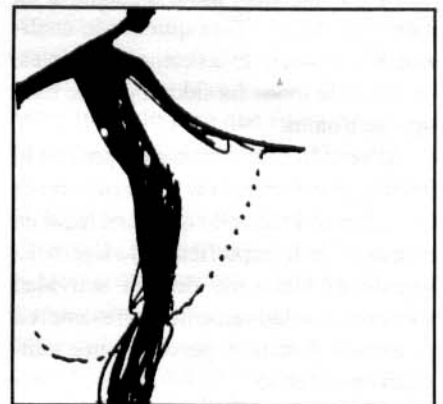
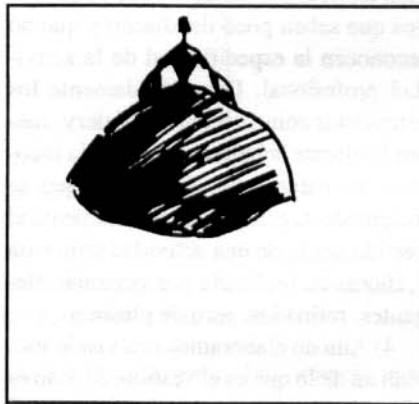
Decía G. Chanel que se debe hablar de la moda con entusiasmo, pero sin exageraciones y sobre todo, sin retórica, sin poesía. El vestido no es –decía también– ni una tragedia ni una obra de arte, simple y sencillamente es una encantadora y

effímera creación del hombre.<sup>3</sup> A pesar de su frívola apariencia, el vestido merece entonces un análisis más cuidadoso, por aquello que tiene de útil y eterno. Después de todo, se puede decir lo que se quiera de una mujer frívola, pero mejor los reyes han desaparecido que las cortesanas (Chanel).

El vestido es, como se dijo, la industria de la novedad, no es un arte sino un oficio (Chanel), pero, curiosamente es la industria más aristocrática y distinguida, la más íntima y secreta. A ella sólo se puede entrar con delicadeza, con buenas maneras y diplomacia: que nadie entre en ella si no es un enamorado (además de rico y vanidoso). El diseño del vestido es pues un fenómeno complejo que articula entre otras cosas, una actividad artística, una necesidad concreta, una producción mercantil en expansión, una estructura financiera, una red de distribución, una cultura de la superficialidad y una cierta imagen de la mujer.

<sup>3</sup>G. Chanel, entrevistas con Paul Morand, *El aire de Chanel*, Barcelona, Ed. Tusquets, 1989.

Para definir lo que es la alta costura, M. Boué citaba un párrafo de M. Proust, hombre de un solo libro, *En busca del tiempo perdido* (“A la sombra de las muchachas en flor”) que quisiéramos traducir aquí: “si sucedía que teniendo mucho calor, ella abría su saco o inclusive me pedía que lo sostuviera, descubría en su blusa mil detalles de ejecución que probablemente pasaban inadvertidos para los demás, pero que como parte de una sinfonía a la que el compositor puso un cuidado especial estaban ahí, sin que necesariamente tuvieran que llegar a oídos del público. Asimismo, en las mangas del saco plegado a mi brazo, veía y contemplaba detenidamente algunos detalles exquisitos (una banda de delicioso color, un satinado color malva oculto generalmente a los otros) pero tan deliciosamente trabajados en su parte exterior, como puede estarlo la escultura gótica de una catedral, disimulada detrás de una balaustra a ochenta pies de altura, o la perfección de los bajo relieves del gran pórtico que nadie podría ver, excepto el artista cuando en un viaje (imaginario)



<sup>1</sup> “La moda es el arte de hacer de la sumisión individual, un hecho cultural e industrial”. Lola Gavarrón, *La mística del vestido*, Barcelona, Ed. Anagrama, 1989, p. 50.

<sup>2</sup> Decía G. Chanel que el genio del artista consiste en prever: crear en invierno vestidos de verano y a la inversa, cuando sus clientes están tomando el sol, el modisto está pensando en el hielo y la escarcha.

podiera subir al cielo para dominar con la vista la ciudad".<sup>4</sup>

El vestido es esa obsesión por los detalles, por la ejecución, por la exquisitez, por la delicadeza que rebasa la frialdad, la elegancia y que se relaciona directamente con la imagen que el hombre y la sociedad tienen de sí mismos. Cuando nos acercamos un poco más a este universo, nos encontramos con que en el origen, en el comienzo, Eva estuvo desnuda como la página en blanco del modisto. El diseñador del vestido con mano diestra recorre ese espacio aún sin vida, como si fuera un cirujano. Está vestido con una bata fruncida como cualquier trabajador manual, pero su tarea se confunde más con la de un pintor, un arquitecto o un químico.

La mano de ese hombre inscribe con su portaminas, trazos negros con los que forja al mismo tiempo a Eva y al vestido, que ocupa desde hace mucho el lugar de su virginidad. Su trazo es cálido como un halago, delicado pero firme, jamás duda. Esas manos además han sido guiadas por una mente acostumbrada a intuir el modelo que habrá de engendrar con sus trazos. El sitio de esta operación puede ser cualquiera, un palacio en Tokyo como se dice que diseñaba Christian Lacroix, la sombra de un oasis en Marruecos (Yves Saint Laurent) o el hotel Ritz donde trabajaba Gabrielle Chanel. En todos los casos, es la torre egoísta de un creador que ahí concibe una colección a la que dos o tres meses después veremos en un desfile de modas, y hasta eventualmente podremos usar con un poco de fortuna.

Es en esa torre donde el modisto despliega, bajo una presión a veces inhumana, el hilo de oro de su imaginación, sin importar si su origen es la orfandad de Chanel, el Estrasburgo imaginario de Thierry Mugler o la mansión llena de sedas en Normandía de Christian Dior. El proceso que todos ellos siguen es el mismo: se define la imagen de una mujer para su época, se establecen con precisión los elementos formales y técnicos que habrán de utilizarse, los materiales y el



Yves Saint Laurent.

efecto que socialmente se requiere producir con los modelos.<sup>5</sup> Se crea entonces una colección, dice Christian Lacroix, que, así como se decía que Madame Bovary era un poco Flaubert, en este caso, cada uno de los modelos es un poco la autobiografía del costurero y luego se convertirá en la biografía de quien lo porta.

Christian Lacroix decía también, que no siempre se tiene la suerte de vivir en una época de decadencia. Es preciso aprovechar la ocasión porque de ello depende la capacidad de proponer nuevas cosas. Pero se requiere una visión más aguda y realista sobre lo que es la moda, una visión integral y precisa, menos artificiosa y más a la búsqueda de las coherencias generales, porque las hay sin duda.

Hoy sabemos que una buena parte de la moda no es cuestión de azar, sino el resultado del encuentro de causas objetivas y subjetivas que es preciso comprender históricamente. El vestido es en ese

<sup>4</sup> Michel Boué, *Le roman de la robe*, París, Ed. Messidor, 1989.

<sup>5</sup> A propósito de esto las palabras de Yves Saint Laurent son conocidas: siempre estoy en una bruma espesa, indescifrable en la que los signos, citas, gestos, colores e imágenes se cruzan sin responderse, se esbozan sin forma. No viene nada, literalmente nada, incluso un tache, un error, hasta que por el efecto de una gracia esclarecedora y perfecta, imprevisible, todo se ajusta, se ordena y se define la colección de un solo golpe.



sentido, el desarrollo de una dimensión fundamental para el hombre, que apenas hoy comenzamos a descubrir en sus complejidades.

### El mundo de los sentidos

Al vestido lo miramos ya de otra manera. La visión se ha vuelto integral y su historia es objeto de innumerables estudios. En gran medida todo esto se debe al lugar que la sociedad ha reconocido poco a poco al diseño del vestido. Hoy se alcanza a ver más claramente el conjunto de procesos que forman parte de su desarrollo: el diseño, la industria textil y la producción de consumo, los procesos de individuación del hombre, la educación de los sentidos, la apariencia que la sociedad busca tener de sí misma, etcétera.

La distancia que existía entre el vestido y la realidad social se ha cerrado gradualmente. Lo que antes era un mundo mágico, frívolo y separado del común de los hombres, hoy es parte integral de la organización comunitaria. Lo que antes era un mundo superfluo, efímero, lúdico (mundo de la apariencia y del capricho) hoy se ha impuesto como una lógica de lo social. La lógica de la moda invade las más diversas actividades del hombre. Varias industrias hoy funcionan con los mismos criterios que presentó por vez primera la moda: producción de objetos a la vez útiles y bellos, objetos efímeros de duración limitada, objetos nómadas, objetos cuya renovación es incesante (la industria automotriz, la informática, los aparatos eléctricos). La lógica de lo efímero, de la seducción, de la autocomplacencia ha impuesto sus valores y muchos sectores de la producción económica han hecho suyos semejantes propósitos.<sup>6</sup>

La realidad social alcanzó a la moda, se volvió modal. Es el individualismo extremo, el capricho, lo superfluo y la apariencia lo que guía el comportamiento de los hombres. Los procesos de individuación están regidos por los supuestos de la moda. Vivimos en el reino de la



Christian Lacroix. 85-86.

apariencia, de los sentidos, en donde basta parecer tal o cual cosa para serlo. Desde la década de los sesenta se dice que vivimos en la sociedad del espectáculo, en la era del vacío, de la superficie, en un tiempo débil de la historia. Sociedad en transformación permanente, en donde lo superfluo a veces se convierte en finalidad de la existencia.<sup>7</sup>

Naturalmente, en ese contexto, la moda del vestido se ha vuelto una actividad preponderante y ha dejado de ser esa exquisitez insoportable de los inicios. Hoy el diseño del vestido es una vanguardia, es la punta de lanza de nuestras aspiraciones y el imperativo categórico de nuestros comportamientos. La moda es uno de los ejes de este mundo cada vez más organizado por los sentidos.<sup>8</sup>

En esta realidad en donde lo individual y lo social se confunden—vivimos en el confusional dice Lipovetsky—Dionisio sale de su escondite y comienza a extender sus tentáculos. Dionisio entendido aquí, como la organización de la vida humana a partir de los sentidos (la vista, el olfato, el oído...), como la organización basada en la afectividad de la persona. Como en el mundo del vestido, lo más caprichoso e intestino del hombre hoy tiene la palabra. Es lo que Hegel llamaba la dialéctica de la realidad, verdadera bacanal en la que todos los participantes están ebrios, dado que sólo actúan conforme a sus pasiones. Es esa dialéctica la que hoy domina. El hombre ya no controla la organización social en la que vive, ha perdido su capacidad de dar sentido a este mundo informe y a cambio, es el instinto colectivo más allá de la razón y la vida de los sentidos, lo que actualmente determina nuestros actos.

Vivimos en una época que sobrevalora al presente, rechaza los antiguos asideros del hombre y ha hecho de lo cotidiano el único absoluto respetable. Son las minúsculas situaciones de todos los días (comer, beber, vestir, divertirse), las que se han convertido en objetivos preponderantes. Es la lógica de los sentidos, la lógica de lo social que se sustenta en el desarrollo de la sensibilidad del hombre. Ser o parecer, ese es el dilema.

Época frívola, época de la moda. Época en donde prevalece la llamada economía moda, la economía estructurada por la forma moda (Lipovetsky), economía frívola volcada a lo efímero. Época del hombre moda, cuya personalidad y gustos son fluctuantes y superficiales. Es la época del hombre estético, del hombre que se guía por el deseo que está de moda: por la moral lúdica o por gustos más individualizados que nunca. Época en donde lo que antes era concebido como un lujo, ahora es descrito como un confort, una novedad, un esteticismo. Lo efímero invadió lo cotidiano y se institucionalizó, la renovación permanente ya no causa problemas de aceptación y es la

<sup>6</sup>G. Lipovetsky dice que "... el devenir moda de nuestras sociedades se identifica con la institucionalización del consumo, la creación a gran escala de necesidades artificiales y la normalización e hipercontrol de la vida privada". *El imperio de lo efímero*, Barcelona, Ed. Anagrama, 1990, p. 177.

<sup>7</sup>Guy Debord. *La société du spectacle*, París, Ed. Duchamp Libre, 1971.

<sup>8</sup>Mundo de la imagen y la apariencia, del olfato perfumado, del tacto y la seducción, del oído compacto, del gusto codificado y de un paladar educado.

forma moda, lo que produce una realidad al mismo tiempo fecunda y estéril.<sup>9</sup>

Revancha de la afectividad, de lo lúdico, de lo orgiástico, de lo individual sobre lo social. Embriaguez de la persona que pone a trabajar a la industria, a la comunidad y al conjunto de los demás hombres, para la satisfacción de sus impulsos. Sociedad de lo ambiguo, de lo vago, de la debilidad en que todo es relativo. Mundo anónimo de la moda y éxtasis frívolo del yo, en donde las antiguas verdades dejaron su lugar a lo verosímil. Perversión polimorfa de niños de la que hablaba Freud, en donde se explora toda posibilidad erótica del cuerpo para nada.

Fiesta de la condición finita del hombre en la que el diseño de la apariencia juega un papel primordial. Es el vestido uno de los espejos a través de los cuales se busca el hombre a sí mismo y a su doble: el atavío decía Balzac, es el más elocuente de todos los estilos, forma parte del hombre, es el texto de su existencia, su clave jeroglífica (*Tratado de la vida galante*).

El origen del vestido indica los valores que hoy prevalecen. Se dice siempre que el vestido fue creado para tres cosas: para protegerse, pues el hombre es un ser desprovisto ante la naturaleza, está lleno de defectos y es relativamente inadaptado frente a ella. Para arreglarse, decorarse y autocomplacerse (el placer de arreglarse precede al vestido). Para distinguirse con respecto de los demás.<sup>10</sup> El interés por la imagen domina, la presencia es una forma de darse a respetar, es un arma de conquista decía Simone de Beauvoir. La transformación del cuerpo real en cuerpo ideal es por lo mismo, hoy una tarea humana fundamental. Es esa sociedad la que ha convertido a la mujer en una persona estética, una muñeca de carne y hueso, una flor que se abre (poco a poco la mujer ha mostrado los hombros, la espalda, las piernas, el seno).<sup>11</sup>

<sup>9</sup> J. Ellul, *L'empire du non-sens*, París, Ed. PUF, 1980.

<sup>10</sup> El pudor es una experiencia que produce el vestido y no lo contrario.

<sup>11</sup> Decía Christian Dior: "yo he diseñado mujeres que parecen flores... de talles delgados como avispas, y faldas que se abren como pétalos en flor" *Christian Dior et moi*.



Modelo favorita de Chanel (84-89). Inés de la Fressange.

### La significación del vestido

Con el tiempo, las definiciones sobre la moda del vestido se suceden y desarrollan. Sin embargo, hoy tenemos decenas de ellas. Prácticamente cada autor desde sus diferentes disciplinas ha propuesto alguna de acuerdo con su mirada, con su circunstancia. Mencionemos unas cuantas: la moda, decía G. Simmel, es un producto de las clases sociales, es un fenómeno social de origen psico-colectivo, y de carácter estético, dice Fausto Squillace. Es la variación erótica de una necesidad humana (A. Elster), es la Diosa de las apariencias (Mallarmé). Una buena definición, es la del historiador Halbwachs: la moda es "la expresión exagerada y superficial de una transformación profunda de la vida social".<sup>12</sup> Decía H. Michaux en una de las mejores definiciones: el traje es una concepción de sí que se lleva sobre sí mismo.

<sup>12</sup> En "Evolución de necesidades de las clases sociales" (1933). Otras definiciones son: la moda es un fenómeno social íntimamente ligado dice Levi Strauss, a la actividad inconciente del espíritu (*Antropología estructural*). La moda es un simulacro sumamente perfecto, es un medio con que cuenta la naturaleza para preservar la especie (K. Lorenz). La ropa es un espíritu decía Carlyle, pues hay un espíritu de la ropa semejante al de las leyes. Condorcet decía que el vestido es el signo que separa al hombre del animal.

Más o menos precisas, todas esas definiciones en una época regida por la seducción resultan insuficientes. Insuficientes porque hoy no parece adecuado proponer una fórmula cerrada y completa de un fenómeno, cuyas fronteras actualmente están sujetas a discusión. Más interesante es hoy día ir construyendo una definición abierta que permita desplegar el conjunto de elementos y las relaciones de todo lo que son los componentes de esa compleja realidad.<sup>13</sup> Se trata de una definición desplegable que cada quien formalizará según la prioridad que acuerde a algunos de los elementos. Después de todo, decía Balzac, el vestido es como un barniz que da relieve a todo. Una definición precisa ya no es siquiera imaginable.

Hoy sabemos que la moda del vestido es, en la historia del hombre, una creación más o menos reciente.<sup>14</sup> Se puede decir que la moda en el sentido actual de la palabra existe a partir de 1857, con el

<sup>13</sup> A esa realidad compleja le llamaremos en adelante, la experiencia del vestido del hombre. Están en ella presentes los factores psicológicos, sociológicos, artísticos, industriales, comerciales y de consumo.

<sup>14</sup> Desde 1260 en el *Diario de Oficios de Francia* aparece una decena de personas dedicadas a la realización de vestimentas. Parece que es en el siglo XIII cuando esta actividad salta a la vista, pero es algo distinto de lo que hoy llamamos moda.

nacimiento de la primera casa de confecciones. Es Charles Worth, un inglés radicado en Francia, quien en la Avenida de la Paz en París funda una empresa de este tipo, en cuyo letrero dice: "Trajes y Abrigos Confeccionados, Sedería, Grandes Novedades". A esta casa le seguirían: Doucet 1880, Rouff en 1884, Paquin 1891, Callot Hermanas 1896 y para 1900, ya se cuentan veinte casas de modas. Lanvin 1909, Patou y Chanel aparecerán en 1919. Para 1920 ya habrá cincuenta casas de moda. En 1925 se registra un total de sesenta y dos casas.

El diseño del vestido se consolidará como oficio y profesión a principios del siglo XX, cuando modistos como Paul Poiret (1910), Doucet que continúa, Patou y Chanel, establecen sus propias casas de moda en el sentido amplio de la palabra (perfumería, ropa interior, zapatos, sombreros, vestidos, abrigos, etcétera). Sólo después de la Segunda Guerra Mundial, el vestido se convertirá en una próspera industria.<sup>15</sup> Fue Christian Dior con su estilo "new look", quien abrió el primer ojo de la bella durmiente de la moda. Desde hace veinte años, el diseño del vestido se volvió un estilo de vida.<sup>16</sup>

Por eso ni los conceptos ni las definiciones de la moda pueden ser fijos. Pareciera más conveniente pensar al vestido a partir de los pares binarios de relaciones que le caracterizan. El vestido se balancea en los extremos de dos tendencias que siempre le son esenciales: el vestido es una necesidad y una decoración, oculta y muestra al cuerpo, es a la vez útil y bello, duradero y efímero. En todos los casos, los dos extremos no son excluyentes sino complementarios, no se yuxtaponen sino que se implican. El diseño del vestido es tan sutil, que consiste en el establecimiento de un equilibrio entre los dos extremos que son su campo de trabajo. El vestido surge en el cruce de sus dos realidades, es la puesta en tensión permanente de sus dos tendencias. Por eso su definición es un problema de alteridad: la articulación dialéctica de su utilidad y su belleza, la seducción y la autocomplacencia que produce, la distinción y homogeneización del hombre.

Lo duradero y efímero del vestido no son características irreconciliables, sino condiciones extremas de su existencia. El diseño es histórico, perecedero, pero de ninguna manera excluye la duración. En la única ocasión que Yves Saint Laurent habló con Charles Lacroix le dijo: lo más importante en materia de vestido es durar. La moda por ejemplo no es racional, pero tampoco es lo contrario. La racionalidad de los creadores es indiscutible, ellos sólo son la expresión de su época y colaboran con ella, le dan una apariencia: "la moda está en el viento, se presiente, se respira, está en el cielo y el asfalto, mantiene una relación con ideas, costumbres, acontecimientos".<sup>17</sup> La moda tiene una coherencia, produce

<sup>15</sup> En 1948 aparece el concepto de lo que será un nuevo género de ropa ligado a la producción industrial, es el *prêt à porter*. En 1958 se presenta una primera colección (P. Cardin y luego Yves Saint Laurent).

<sup>16</sup> En 1969 se generaliza el uso del pantalón para ambos sexos, a cualquier hora del día. En 1965 se presenta la bomba Courriège de la minifalda. La antimoda se establece en 1965. La moda Mao es de 1966. El short, la prenda de cuero y la bota a toda hora de 1971. La revolución de Oscar Lewis Strauss (*jeans*) es también de 1971. La moda nudista data de 1974. Entre los sesenta y ochenta, ya casi no se confecciona a la medida, la alta costura pierde su sitio y se generaliza el *prêt à porter*.

<sup>17</sup> G. Chanel, entrevistas con Paul Morand.



Paco Rabane. 90-91.

una lógica, la lógica abierta de los sentidos del hombre. Lógica de lo superficial y la apariencia, pero que al mismo tiempo es útil y duradera.<sup>18</sup> En ese sentido la moda del vestido expresa el espíritu de su tiempo. Christian Dior sostuvo siempre que su estilo del *new look* (1946) bajó a las mujeres las nubes que soñaban, luego de la pesadilla que significó la Segunda Guerra Mundial. Avancemos ahora algunas ideas generales:

El vestido tiene como objetivo, ocultar y mostrar al cuerpo simultáneamente. Decía J. Laver: "Es nuestro espíritu lo que vestimos, no nuestro cuerpo" (*Fashion and class distinction*, 1945). El vestido da cuerpo a la imagen que uno tiene de sí y que

<sup>18</sup> Hoy la moda decía Charles Lacroix es la no moda, es decir, es todas las modas a la vez.



se intenta transmitir al exterior. Al mismo tiempo, el vestido refina y potencia las emociones del cuerpo, codifica el instinto sexual al sublimarlo.

- El vestido es a la vez algo útil y bello, práctico y estético.

- El vestido tiene un carácter decorativo y responde sin embargo a una necesidad natural del hombre.<sup>19</sup>

- El vestido iguala y distingue a la persona. Homogeneiza y heterogeneiza al individuo. El vestido le uniforma y le diferencia. Uno se viste para distinguirse, pero sin saberlo nos parecemos entre todos, en la medida en que el viejo sueño de P. Poiret no se ha cumplido: un diseño distinto para cada persona.

- El vestido es a la vez algo superficial y algo profundo, se modela la apariencia pero se viste el espíritu.

- Diseñar el vestido no es algo racional, pero implica un alto grado de racionalidad. El vestido tiene una lógica, produce una coherencia.

- El vestido cierra a nivel de los sentidos del hombre, la relación entre su interioridad y el mundo exterior.<sup>20</sup>

- El vestido establece cierto tipo de relación entre los sexos. Las diferencias anatómicas no parecen justificar dos mundos distintos, pero en los hechos nuestra apariencia es radicalmente opuesta. La distancia entre ambos sexos se ha cerrado en favor de la mujer, porque después de todo decía Valéry, las mujeres tienen más que el hombre, un sentido de perfección.<sup>21</sup>

El diseño del vestido está además regido por los siguientes criterios. La moda del vestido es inconsistente. Es efímera, es una actividad estructurada por lo efí-

<sup>19</sup> Dice Yvonne Deslandres, para ocultar su parentesco "humillante" con los animales, el hombre crea ornamentos y vestidos que le distinguen. *Le costume, Image de L'Homme*, París, Ed. Albin Michel, 1976.

<sup>20</sup> "... se llama elegantes a aquellos que son capaces de manifestar una conquista estética en sus ropas. O mejor aun, una armonía interior-exterior satisfactoria". Lola Gavarrón, *Op. cit.*, p. 50

<sup>21</sup> La mujer ha incorporado en su vestimenta prendas originalmente masculinas: el pantalón (Chanel), el smoking (Yves Saint Laurent), la blusa con forma de camisa (Cacharel). Dijo alguna vez Yves Saint Laurent: la mujer nunca es tan femenina como cuando va vestida con ropa de hombre. Su femineidad destaca más por contraste.

mero: "es una avalancha de naderías" (Lipovetsky). La moda siempre quiere acabarse pues está hecha para eso, decía Chanel. Añadía, cuanto más efímera, más perfecta. La moda del vestido sólo existe en el acto cotidiano del diseño, es un proceso siempre en transformación: la moda no es un eterno retorno decía un crítico, sino un eterno prolongamiento (M. Boué). La moda está regida por la fantasía, por el juego, se desarrolla en el balanceo de lo racional y lo lúdico. Siempre está orientada por un afán de seducir, de sorprender, de atraer la curiosidad del sexo opuesto.

La moda está dominada por el presente, sólo este presente le inspira respeto, es el presente su eje temporal. La moda es ambigua y en ocasiones contradictoria, produce lo peor y lo mejor dice Lipovetsky, uniforma y diferencia. Es la fiesta de lo contingente, el orden de lo heterogéneo. Es el éxtasis frívolo del yo (Squicciarino), la fiebre del exceso. Se columpia como distinción del hombre, entre un mimetismo global y una pequeña elección: el espíritu, decía P. Valéry, es un sistema de combinaciones posibles, algunas de las cuales son realizadas por los acontecimientos.

El vestido se equilibra entre lo evidente y lo oculto, deja ver lo oculto sin dejarlo ver realmente. Tal vez, como decía Paul Valéry, el arte de hacer ver lo que no se ve y que sin embargo es visible, incluso es imposible no ver, es la parte más bella de la inteligencia<sup>22</sup>. Orden teatral, artificial, de la novedad y la chulería,

<sup>22</sup> Paul Valéry, *Cahiers II*, París, Ed. La Pleiade, 1979.

el vestido está íntimamente ligado a la búsqueda actual del hombre por autocumplirse.

### El hacerse a sí mismo del hombre

Vestirse en el hombre, dice Squicciarino, es un comportamiento significativo<sup>23</sup>. Se podría añadir que su significación consiste en que, entre otras cosas, a través del vestido el hombre deviene hombre. El vestido es parte del proceso de hominización del ser humano.

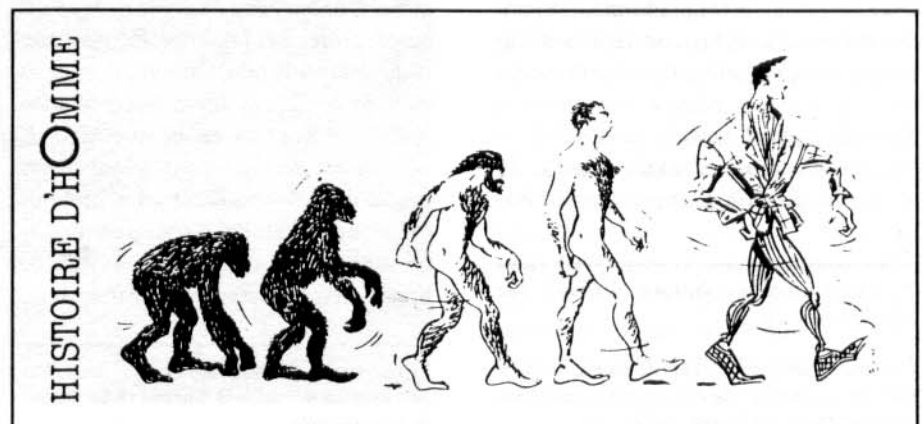
El hombre es por esencia un ser inconforme, siempre insatisfecho por lo que es. Es un ser potencialmente razonable, cuya racionalidad sin embargo es más bien una tarea y una aspiración. Es un ser que quiere algo de sí, que busca transformar lo que la naturaleza hizo de él. Probablemente no sabe lo que quiere, pero con toda precisión sabe lo que no quiere: no quiere por ejemplo, ser lo que inmediatamente es.

Emplea sus capacidades de lenguaje para decir *no* y en realidad, sólo es posible definirlo por lo que no es todavía, por lo que potencialmente puede ser. No es desde el principio un *homo sapiens* pero sí un *homo faber*, un hacedor. No es un ser que sabe desde el inicio, pero sí es un ser que hace, que fabrica. En ese hacer, el hombre se hace a sí mismo.<sup>24</sup>

Con su capacidad intelectual, el hombre no sólo sabe decir no a lo que existe,

<sup>23</sup> N. Squicciarino, *El vestido habla*, Barcelona, Editorial Catedra, 1986

<sup>24</sup> En el vestido actual se conjuga, dice Y. Deslandres, el bienestar físico del hombre, la utilidad social y su fantasía personal. *Op. cit.*, p. 272.



sino que además está en condiciones de producir de lo que es, algo que no es todavía. El hombre es inseparable de su devenir. Es su afán de autotranscendencia lo que da sentido a su vida. Jamás se conforma con lo dado y por eso, a su naturaleza la transforma a través de la actividad humana. Su "razón" es su tarea constitutiva, sólo a través de ella maneja su descontento. El hombre es su propia experiencia humana, es él y su experiencia. Experiencia a la vez vivida y pensada, vivida y dicha, teórica y práctica.

El vestido es precisamente parte de su proceso de hominización. Es una forma de llevar al cabo su tarea humana. Es uno de los caminos a través de los cuales deviene persona. El vestido es uno de sus mecanismos de individuación. Es una forma de organizar y desarrollar sus sentidos. Con el vestido —entre otras cosas— el hombre busca organizar su existencia por medio de los sentidos. El vestido es parte de ese hacerse a sí mismo del hombre y es una de las formas que ha encontrado para extender su yo.

Puesto que el hombre no acepta su desnudez natural, busca constituir un ideal de sí y así "corrige" sus deficiencias. Se dice que fue el arreglo y no la necesidad de protegerse, el primer móvil del vestido humano. Todo esto ha cambiado con el tiempo. En la actualidad, el hombre además de la estima, busca fascinar y ser admirado por medio del vestido. Busca dar a los demás la imagen de un papel activo en la sociedad del espectáculo.<sup>25</sup> De ahí su preocupación por la apariencia. Además de protegerse, distinguirse de los demás, autocomplacerse, el hombre de hoy requiere personificar un papel.<sup>26</sup>

En el mundo de hoy los sentidos del hombre, a fuerza de una razón que se evapora, son el factor predominante para una realización de la persona. El vestido por eso es tan significativo, es un medio para desplegar y educar sus sentidos. También con el vestido el hombre se constituye como persona de sentidos. El vestido es, yo diría, la expresión sensible

de una idea del hombre. De la idea del hombre en relación al mundo, en relación a los demás, en relación al absoluto, a su medio.<sup>27</sup> En una sociedad regida por los principios de la moda, el hombre encuentra en su apariencia, en su vestido, uno de los medios principales para devenir hombre de su tiempo. Su vida en buena parte hoy está orientada por los criterios de la moda, sus gustos y sus disgustos ya no le pertenecen del todo. Conocer entonces la lógica que hoy le determina, es condición indispensable para recuperar su libertad de acción, su libertad de existencia.

### La moda del vestido y su apuesta

Desde mi punto de vista, el vestido del hombre, la experiencia humana del vestido, es un problema de alteridad. Es un problema de relación, de relación con el otro. El vestido es un problema único con doble rostro: un problema de relación a sí como otro, un problema de relación al otro como sí.

Es un problema de alteridad porque el vestido, experiencia teórica y práctica de hominización, interviene de diferentes maneras, en una serie de relaciones a través de las cuales el hombre deviene hombre. El vestido, por ejemplo, interviene en la relación del hombre consigo mismo, en la relación del hombre con el mundo en el que vive, en la relación del hombre con los demás hombres y específicamente con la mujer.

El vestido como experiencia del hombre (interiorización que el hombre hace del mundo en el que vive y exteriorización de sí hacia el mundo) es una manera de resolver —parcialmente— la relación de su cuerpo con el espíritu, de su interior con su exterioridad, la relación de la imagen que el hombre tiene de sí y la imagen que quiere presentar al exterior. Es una manera de resolver la relación entre su existencia particular y el universo económico, político y cultural en el que vive. El vestido es una manera de resolver por medio de la sensibilidad y los sentidos, todo ese conjunto de relaciones humanas. Es la expresión sensible de una idea del hombre en una etapa de su desarrollo.

<sup>27</sup> "El estilo es, en suma, todo lo que el hombre usa para expresarse" decía G. Simmel en *La filosofía de la coquetería*.

Decía G. Chanel, la moda tiene que ser la expresión de un lugar y un momento determinado, es algo que es preciso atrapar al vuelo.

Expresión sensible que codifica la individualidad más recóndita de la persona, el vestido determina la imagen que cada quien tiene de sí y la relación de la superficie y la profundidad del ser humano. Su vestir le uniforma porque lo vuelve parecido a sus semejantes, pero a la vez lo distingue con respecto de ellos. Le permite establecer cierto tipo de relación entre los sexos, pues es la estética de sus apariencias, es un medio para complacerse recíprocamente, el vestido les vuelve bellos y atractivos.<sup>28</sup>

La manera como el hombre interviene en el conjunto de relaciones humanas, está determinada por los mecanismos que le caracterizan. La moda como actividad teórica y práctica se balancea entre la seducción y la autocomplacencia, entre lo lúdico y lo formal, el narcisismo y la pura apariencia, lo práctico y lo excéntrico. El vestido expresa la unidad personal del hombre, le da profundidad a la superficie, vuelve al hombre unidad plural. Desde ese punto de vista, el modisto es un gestor sensible de las alteridades afectivas del hombre.

Comprender ese manejo de la alteridad es nuestra tarea, las condiciones están dadas para ello. Sólo hace falta acercarse con nuevos ojos a esa intelección fundada que es el diseño conjunto de la apariencia.

<sup>28</sup> Las mujeres, decía Chanel, no quieren ser bellas sino bonitas. La gente, decía Yves Saint Laurent, no quiere ser elegante sino seducir. Ninguna mujer sabe vestirse antes de los treinta (Dior).

\*Profesor investigador del Departamento de Teoría y Análisis.

El autor agradece sinceramente al LAV Gonzalo Becerra la edición de este artículo que originalmente fue presentado en forma de ponencia en un coloquio realizado el día 25 de noviembre de 1993.

<sup>25</sup> "Vestirse es todo un problema de identidad" dice Lola Gavarrón, *Op. cit.*

<sup>26</sup> Decía Jacques Lacan "el hábito hace al monje". *Los cuatro principios fundamentales de psicoanálisis*, Barcelona, Ed. Barral, 1977.