

Moda, Erotismo e Ideología

Para Umberto Eco, uno de los más importantes estudiosos de la semiología, el hecho de hacerse el nudo de la corbata ante el espejo no está sustraído de la clara sensación de que, con ese acto, tan banal y repetitivo, se está siguiendo una clara opción ideológica o, por lo menos, lanzando un mensaje, "una carta abierta a los transeúntes y a quienes se encuentre durante la jornada..."

Así, pues, el vestido es expresivo. Es expresivo el hecho que yo me presente a la oficina con una corbata de rayas o con una corbata de firma e importada. O que, de repente, la sustituya por una de diseños estrafalarios. O que vaya a una reunión muy formal sin corbata. Y eso que no estamos hablando de las demás piezas de la indumentaria y sus combinaciones. En el caso de la indumentaria femenina, por ejemplo, una señora que usa abrigo de pieles en una reunión social no lo hace sólo para protegerse del frío; al contrario, probablemente lo hace frente a la incomodidad de un calor excesivo para manifestarse como "portadora de un abrigo de pieles", de un signo de poder, de *status*.

No cabe duda, pues, que el vestido, la moda, son lenguajes que descansan sobre un sistema de códigos y convenciones, muchos de los cuales

son sólidos e intocables; y están defendidos por una serie de sanciones e incentivos que tienden a inducir a los individuos a "hablar de forma gramaticalmente correcta", el lenguaje del vestido so pena de verse condenados y excluidos por el grupo social, la cultura y la comunidad a la cual pertenecen.

VESTIDO Y MODA

Asumiendo que el lenguaje del vestido es el lenguaje no verbal, más dinámico, expresivo y manifiesto,

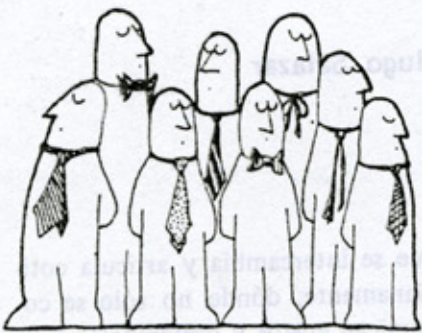
Hugo Salazar

que se intercambia y articula cotidianamente, dónde no sólo se comunican gustos y preferencias, sino también estados de ánimo, estilos de vida, opciones socioestéticas de los individuos, en un circuito comunicacional amplio y difuso, la moda, entonces, representa el estadio ideológico del vestido. La moda representa el deseo de diferenciación e integración social del individuo a través del lenguaje del vestido, de manifestar de un modo no verbal los códigos y emblemas que simbolizan la ascensión o prevalencia den-



tro de un determinado *status* social. Asimismo, dentro de este juego de símbolos, delimita los mensajes eróticos, de atracción, seducción o exhibición y ocultamiento, a nivel de vestido, que se intercambian junto a los mensajes de connotación social.

Eso de que la moda no se discute, sino se sufre, al adentrarse en el estudio de los universos ideoló-



gicos inscritos dentro de la moda, empieza a develarse como cierto. A través del traje y posteriormente de la moda, nos enfrentamos a una de las primeras sensaciones de la vida: la opresión. Desde el pañal con que fajan al recién nacido hasta la "necesidad" social de integrarse a las modas, no cabe duda que el sino de la opresión y la alienación es la huella por la que se inscribe el sistema de la moda.

Tenemos, entonces, que entre las funciones primarias del vestido están la protección del medio ambiente y la de embellecer (su función estética). En cuanto a la moda, se denotan tres funciones definidas: reconocimiento (situación de los individuos dentro del grupo social), integración y diferenciación dentro de este grupo social, y erotización (es decir, mostrar, ocultar, develar, a través del vestido, señales eróticas).

TAMBIEN UN CONSUMO EROTICO

Al proteger el hombre primitivo su cuerpo desnudo del frío y de la lluvia, también, en realidad, lo estaba ocultando de la mirada de los de-

más. De este ocultamiento, pudo engendrarse un tabú o prohibición sobre el cuerpo desnudo o, por lo menos, algunas partes de él. Y si concordamos con Freud en "que todo tabú engendra un deseo", y que este deseo de lo prohibido tiene gran atracción sobre el hombre, se empezará a entender las modificaciones del vestido a través de la historia, como el intento de modificar, eludir el tabú del cuerpo y los genitales expuestos, a través de vestidos que resaltan y ocultan determinadas partes y formas de nuestra anatomía.

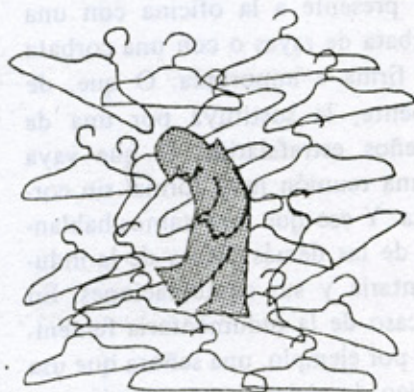
Pero estos estímulos tanto en el hombre como en la mujer toman diversas manifestaciones. En el caso de la mujer, el lenguaje del vestido y de la moda ha sido una alternancia entre exhibición y pudor, es decir, entre mostrar y ocultar partes y formas como señalización erótica. En términos de psicoanálisis, esta alternancia se interpretaría como una señal ambivalente ante su angustia frente a la carencia del falo masculino. En el hombre, la señalización erótica del vestido ha sido y es, básicamente, simbólica. Esto se puede entender tomando los estudios sobre la sexualidad en Freud, donde se plantea que todo el cuerpo femenino se vive como atracción sexual en sí misma, mientras que en el hombre la atracción sexual se concentra en sus genitales, en su "corpus eróticus". Es por ello que recurre al símbolo sustitutivo para evitar la mostración genital directa.

Algunos ejemplos históricos podrían visualizar estas digresiones. Por un momento pensemos en los penachos de los cascos y petos de los bárbaros y caballeros de la Edad Media. Su función era netamente simbólica y connotaban virilidad pero también significan sustitutos fálicos. De igual manera, la espada en la sociedad civil francesa e inglesa pasó a ser simbólica por su afectación y fragilidad.

No vamos a citar las bolsas portascroto del quattrocento italiano, como se ve en las imágenes de la época, en que los gentilhombres se esmeraban en respuntarlas con

hilos de oro y en vez de botones las cerraban con perlas y diamantes, por ser demasiado obvias. Los tiempos modernos y la evolución del traje masculino han dejado a la corbata, dentro del traje civil, el espacio de sustituto genital. Pensemos en sus variedades, la serie de mensajes que puede significar y el hecho de ser la prenda de vestir en que más acento y fantasía ponen los usuarios.

En el traje femenino los ejemplos se sitúan a la exhibición de determinadas partes de la anatomía. Los pechos en el imperio napoleónico como ideal de ascetismo de los burgueses franceses, pero también como focalización erótica. Las caderas resaltadas a través del miriñaque, prenda provocadora de innumerables desmayos y enfermedades en los siglos XVI y XVII. El corsé, bisabuelo del *brassière*, ponía el acento erótico y la opresión en el pecho y las caderas. En nuestro pasado reciente, la moda de la maxifalda de los 70 puede representar un juego erótico más sutil frente al tabú y el deseo: frente al desenfado de la minifalda del 60,



la maxifalda representa el pudor como aliciente erótico de misterio, tabú que develar, fantasía que explorar. Así se entienden las tendencias de bajar y subir las faldas en que tanto se esmeran los diseñadores. Es necesario hacer notar que esta necesidad de estímulo erótico, este "deseo de ver", y de "ser visto", aparece y se configura en socie-

dades sexualmente reprimidas. La función de la moda tiene una importancia primordial dentro de ellas.

UNA REPRESENTACION IDEOLOGICA

A partir de la década del 20, a nivel internacional, los engranajes del mercado contienen a la moda dentro de la dinámica seriada propia de la expansión capitalista. Margarita Riviére, en "La moda, ¿comunicación o incomunicación?", denomina esta etapa como la etapa consumista dentro de la historia de la moda, y está ligada a los avances de la expansión textil desde la Revolución industrial, los grandes almacenes de ropa y la primera prensa de modas, mecanismo importante para la difusión masiva de la ropa seriada de inicios de siglo.

Este consumo masivo va a generar el deseo de diferenciación de los estratos altos, satisfecho a través de los diseñadores, que ponen su firma a las casas de modas y al intento de discriminación social a partir de diseños exclusivos. Las colecciones de temporada reciclan para el mercado y la industria de la moda esta necesidad espúrea.

Coincide con esta época la aparición del cine, proveyendo de mitos, sueños, fantasías colectivas y modelos de conducta a más de cuatro generaciones. La moda del 20 al 70 se crea en París básicamente, pero son los divos del cine los que la lanzan al mercado, a la cultura de masas, creando el eje París-Hollywood para convertir la moda de un fenómeno localista en internacional, para que, con el código del vestido, el usuario promedio pueda encarnar, simbólicamente, el borde del sueño, la migaja de la fantasía dorada del divo hollywoodense.

Esta secuencia evoluciona con el siglo hasta el fin de la 2a. posguerra mundial y la aparición del fenómeno contracultural (ver DEBATE No. 23). La contracultura de los 60 y los 70 aparece marcada con el fracaso de las utopías políti-

cas de Occidente: capitalismo y socialismo existente, y se manifestó con los hippies y los subterráneos. A nivel de la alta costura ocurrió un fenómeno ideológico digno de analizar: el retro y el "revival". Este acento en poner los ojos en los años 20, por ejemplo, estaba significando bastante: las representaciones imaginarias ante el escepticismo del presente viajaban al pasado.

Frente al deterioro y descreimiento de las instituciones ideoló-



gicas aparentemente consolidadas como la pareja, la sexualidad, la familia, la religión y la moral de los 70, el código del vestido, la moda, se trasladaba a la feliz época pasada donde Dios, familia, pareja, sexo y Estado reflejaban los mitos y esperanzas de Occidente. Entonces el viaje del retro vuelve a entrar en el túnel del tiempo, y en menos de un lustro empieza a viajar de los locos y felices 20 a los ya no tan felices 30, a los 40, 50, al "New Wave" tipo 60, hasta llegar al fin de la carrera con el "punk", el código más nihilista y violento de la última contracultura, y que no representa sino la autolaceración y mutilación a nivel simbólico del individuo frente al Poder. Pero, a fin de cuentas, también asimilado al mercado.

Pareciera que Occidente, en estos momentos, consumió no sólo sus mitos sino también la evocación de ellos; bien se podría llamar a esta época como la del desgaste y la nostalgia por los sueños colectivos. Y esto no sólo ocurrió en el código de la moda. También recorrieron este camino revivalista, el cine (Bonnie & Clyde, Gatsby, Fedora, hasta Travolta, aparte de los "remakes" de los divos más famosos), la decoración (los objetos nouveau, kitsch, camp, deco, etc.), la arquitectura (Venturi y toda la corriente neohistoricista actual), el arte (la transvanguardia y todas las corrientes neos). También la nostalgia y la memoria colectiva de Occidente empiezan a desgastarse.

Vaciados los mitos colectivos del pasado de sus contenidos, convertidas las casas de modas, por la dinámica del mercado, primero en firmas y ahora en "marcas", pareciera que la única tendencia dentro del código de la moda se ubica alrededor de privilegiar la ropa de "tiempo libre" (deporte, arte), como la presencia simbólica del juego, el espacio de la fantasía, la regresión infantil frente a la alineación de la cotidianidad, del trabajo, del final de la utopía. Esta tendencia nos lleva a verificar que el código de la moda está y circula en la calle, pero la alta costura no ha desaparecido. Las firmas de moda parisinas tienen en su haber más de tres mil clientes que reclaman para sí el estatuto de la exclusividad, como los nobles lo reclamaban en la Edad Media.

Una respuesta distinta estaría en la posibilidad de que la moda salga al servicio de nuestra espontaneidad, de recuperar ese espacio potencial de juego, de creatividad y fantasía del individuo frente a su cultura y sexualidad, frente a la imposición y opresión del sistema de la moda, del estatuto establecido que, como vemos y sufrimos, cada vez está peor establecido. Pero eso ya sería empezar a hablar de otras utopías.