

De la moda y otros demonios: decolonizar la moda en Ecuador

Tengo que empezar este ensayo con una confesión. Hace tiempo que dejé de escribir textos tan largos de análisis sobre moda. Y es que en mi intento por educar y dar a conocer sobre lo que significa la moda desde Latinoamérica y sus narrativas locales, sucumbí en la misma premura y ligereza que se le atribuye a este concepto, industria o palabra. Caí en lo que precisamente está “de moda”, las redes sociales y sus relatos de inmediatez. Porque atravesar una historia de periodismo de moda es también aventurarse a recorrer los discursos en torno a la misma en la sociedad ecuatoriana. La palabra moda se utiliza con tanta soltura y frecuencia en nuestra cotidianidad en un intento por expresar uso, novedad, hábitos. El periodismo especializado en moda ha sido criticado infinidad de veces con el argumento de ser superficial y de cubrir temas banales, cuando en realidad es la conexión entre moda, medios masivos y cultura. La moda es parte de un fenómeno social, de una expresión de la cultura humana que se vincula mucho más allá de las prendas y no siempre hace referencia a elementos sartoriales. Y el periodismo de moda puede llegar a instaurar discursos acerca de la industria de la moda, pero también su relación con el arte, la música, los ideales de género, la identidad y valores de una sociedad.

El periodismo de moda no implica simplemente escribir sobre moda. Cuando hablamos de moda podemos estar hablando de significados, pero también de materia o temporalidades, de espiritualidad e imaginarios y al mismo tiempo de funcionalidad y prácticas del vestir. La polisemia que invade el término hace que al hablar de moda siempre tengamos que contextualizar a qué parte de ella nos referimos, lo que conocemos como contexto radical. Porque la moda es un lenguaje de imágenes que está construida e influenciada por contextos sociales, políticos, económicos, que se convierten en el “modo” de apariencia y de experimentación de nuestra cotidianidad. Prácticas corporales en el acto del vestir (a la final todos somos cuerpos vestidos y todos nos vestimos) y relatos personales (lo que puede significar para cada uno de nosotros dependiendo de nuestra cultura y territorios). Son los sueños, obsesiones y deseos de nuestro presente y de generaciones enteras como lo dice María Luisa Frisa crítica, escritora y curadora de moda italiana. ■ ■ ■



Por lo general, la confusión más grande entre todos sus significados es con su industria. La búsqueda incesante de lo nuevo, que tiene entre sus bases una oscuridad profunda: la del vaciamiento de todo lo demás. La transformación de que la moda es solamente este relato de consumo, de lo moderno, de las tendencias, de las grandes marcas o capitales y por supuesto, sus negociaciones impuestas por una hegemonía europea y del norte global.

Y es aquí donde entra la palabra colonialismo. Sí, aquella palabra que asusta a muchos, enoja a otros y que supone grandes y variadas controversias. Basta solo con recordar que Elon Musk prohibió el uso del término “decolonización” en su aplicación X, y que supone para muchos latinoamericanos la incomodidad de hablar de que nuestros territorios fueron alguna vez colonizados. Bueno, conquistados para no indisponer a nadie.

Un término que se vincula con una modernidad impuesta y por ende, fuerzas de poder que han dominado nuestra cultura y a la moda siendo parte de esta.

ENTONCES... ¿LA MODA PUEDE SER COLONIALISTA?

La moda como industria y en principio hegemónica, está ligada a la cultura de la modernidad porque está siempre en busca de lo nuevo. Una modernidad que se entiende como la dependencia y aspiración a la industria de la moda euroamericana. Una constante mirada hacia arriba en busca de validación y que nos regala imágenes dominantes que son replicadas en muchos niveles, y más aún en las estéticas que dictaminan lo qué es moda y en las formas de consumo de la misma en Latinoamérica.

Colonización o modernidad colonial, son los modelos importados que asumimos como propios en donde existe una jerarquía. Como lo dice Anibal Quijano en su ensayo *Colonialidad y Modernidad/Racionalidad*, “la europeización cultural se convirtió en una aspiración”. Lo que se extrapoló a las estéticas latinoamericanas y a las temporalidades impuestas. En moda, un sistema de reglas de un modelo que no coincide ni siquiera con las mismas temporadas climáticas. Y en donde se involucran también mandatos de blanquitud y género. Luchas que se esconden en la cotidianidad del vestir y del consumo de ropa que reflejan reconocimientos fundamentales como el status y el sentido de pertenencia.

Lo vemos también en cómo y en dónde se han producido la mayor cantidad de conocimientos en moda. Si recopilamos, la historia de la moda siempre ha sido la historia de la moda euroamericana. ¿Dónde queda Latinoamérica,

África e inclusive Asia en estos libros? En ese sentido, países como Colombia y México han sabido reconocer la importancia de la creación de conocimiento e investigación en sus propios sistemas moda y en el sistema cultural de sus países. Títulos como *Nostalgias y Aspiraciones* de Edward Salazar escritor, crítico cultural y educador; o *Mextilo*, el primer libro de historia de la moda en México con 500 años de moda mexicana.

Al escuchar, leer y añorar estos libros no puedo evitar preguntarme: ¿qué pasa con el conocimiento de moda en Ecuador? ¿Tenemos historia de la moda? Claro que sí, entonces ¿qué ha hecho falta para generarlo?

Investigar, recordar, leer y repensar los relatos hegemónicos que todavía hoy articulan nuestra visión de lo que significa la moda en el país. Y en esa crítica se encierra que la moda difícilmente es vista y validada como parte de la cultura ecuatoriana. No es tomada en serio en la mayoría de medios de comunicación, mucho menos (re)pensada en su población.

(RE) PENSAR LA MODA ECUATORIANA

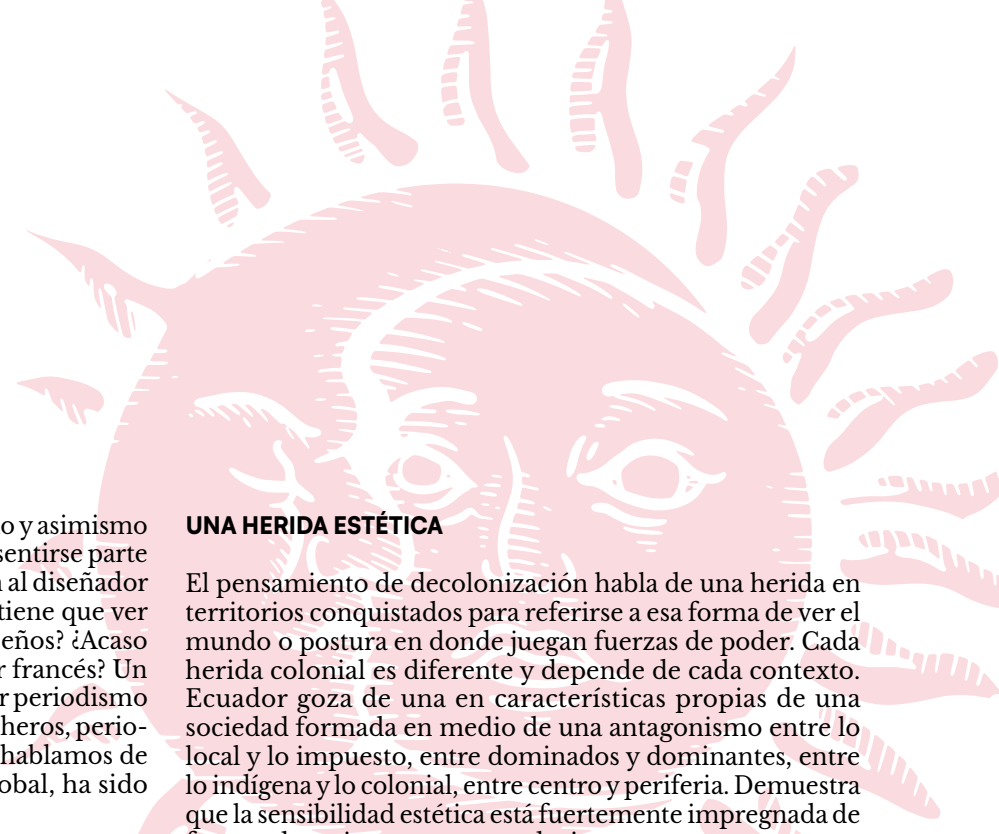
Decolonizar la moda, es justamente disputar el término y sus significados, liberarlos del control que la modernidad ejerce sobre la percepción de que la moda es esto o aquello. No reducirla al eurocentrismo y en donde lo demás se queda por fuera y se convierte en la ‘periferia’. Lo demás es vestir folclórico o nativo, es ‘lo tradicional’ y no moderno. Entender la moda como toda forma que ha existido en la historia humana de vestir el cuerpo. Es cuestionar esas nociones de élite frente a las nociones de una cultura popular y sus estéticas y combinaciones que se oponen a la evolución del “progreso” de las modas modernas. Algo que cada vez se cuestiona más en marcas locales como Orrthiz, con estéticas que vinculan el tejido como herramienta de cambio y desafiando paradigmas como su vinculación con la música popular y el rock andino.

Lo decolonial es una forma de mirar al mundo. Una reevaluación, no una confrontación. Buscar ver otras narrativas más allá de lo que nos han contado. Una postura política e intelectual que cuestiona el conocimiento que a través de la historia se nos ha impuesto, desafiando la visión euroamericana, en que todo lo que pase fuera de las 4 principales capitales (París, Milán, Londres, New York) tiene que validarse. Tal perspectiva no significa un rechazo o negación del pensamiento occidental, pero es elegir no diferenciar y no hacer de la otredad o de esa periferia un espectáculo.



Fotografías: Bto Rivera
Podcast: En el Vestidor
Grabación con Jonathan Ortiz





Porque como periodista de moda es fácil notarlo y asimismo caer en la trampa de la exotización para poder sentirse parte de ese centro. ¿Por qué la pregunta más común al diseñador latinoamericano, africano o asiático siempre tiene que ver con la influencia cultural de su país en sus diseños? ¿Acaso se le hace esa misma pregunta a un diseñador francés? Un cuestionamiento que marcó mi forma de hacer periodismo y contenido de moda. En palabras de Luz Lancheros, periodista de moda colombiana, “desde siempre si hablamos de la relación de Latinoamérica con el norte global, ha sido exotizado, romantizado y acomodado”.

De ahí la importancia de espacios mediáticos en donde se vincule la moda con diferentes aspectos de nuestra propia cultura, donde se llegue a engranar sus características visuales con una identidad nacional en construcción y en donde se impulsen proyectos, marcas, diseñadores emergentes que se encuentran en esa discusión. Como Jonathan Ortiz, artesano, emprendedor y fundador de Orrthiz, que a través de sus bordados y tejidos cuenta no solo su historia y ancestralidad, sino que habla de temas políticos y sociales, desde la creación. Desde un lenguaje de colores, materiales y texturas, teje historias que dan vida a un sentido de identidad.

Rescatar y cuestionar nuestra identidad nacional a través de la moda no es necesariamente negativo, lo negativo es que se los reduzca a una sola cosa o elemento y que se celebre el objeto, pero no las personas, como explica Edward Salazar. Lo que pasó con las declaraciones de José Forteza, editor de Vogue México y Latinoamérica, el pasado diciembre en Perú, son algunos discursos de ese legado.

Empezar a entender estos relatos significa jugar en una doble militancia como alguna vez lo expresó Vanessa Rosales, investigadora y escritora del pensamiento decolonial en moda. Porque interpretar esto, no significa que exista una sola manera de hacerlo, ni tampoco se trata de entrar en moralismos, sino de reconocer críticamente la incomodidad de lo simultáneo. Pues a la final, quienes comunicamos moda somos críticos con algo que al mismo tiempo estamos tratando de vender. Aceptar esa ambivalencia es también tener una mirada decolonial. Algo que cada vez está más presente en discusiones de revistas independientes, espacios en redes sociales, medios latinoamericanos especializados, Organización (ONG) de moda sostenible y por supuesto en las investigaciones académicas.

UNA HERIDA ESTÉTICA

El pensamiento de decolonización habla de una herida en territorios conquistados para referirse a esa forma de ver el mundo o postura en donde juegan fuerzas de poder. Cada herida colonial es diferente y depende de cada contexto. Ecuador goza de una en características propias de una sociedad formada en medio de una antagonismo entre lo local y lo impuesto, entre dominados y dominantes, entre lo indígena y lo colonial, entre centro y periferia. Demuestra que la sensibilidad estética está fuertemente impregnada de formas de racismo y conservadurismo.

Por eso es importante conectar la industria con la educación crítica, para poder hacer asociaciones, evitar que ciertas situaciones y discursos se repitan desde el mismo diseño hasta su comunicación. La moda dista de ser homogénea como tampoco lo es su sistema mediático. Las narrativas en el país con respecto a su comunicación distan de conectarla con relatos culturales. Por lo contrario, se vincula al relato de la espectacularidad y de valorar lo de afuera sobre lo local. Lo vemos en la promoción de eventos, en donde los invitados internacionales son el objetivo de atención porque precisamente ese discurso, colonialista, funciona en un país en donde la búsqueda de una identidad ha sido siempre fuente de dilemas.

Además, cuestionar las formas de vinculación con la ancestralidad en nuestra identidad, como lo hace Orrthiz: “estamos en la mitad del mundo sin saber quiénes somos, porque no hay esa investigación. La artesanía te permite tener muchas conexiones y vinculaciones con tu esencia, tu sentido de espiritualidad y conexión ancestral”. En Ecuador somos una hibridación en todas sus representaciones, desde su música, sus estéticas y su cultura. (Re)pensar la moda más allá de las tendencias, de la farándula, lo social, de las marcas y el lujo, de las temporalidades y la hegemonía de Europa, es también un proceso fundamental para entender nuestra identidad. Ver la moda desde lo decolonial es tratar de entendernos desde nuestro propio e incómodo contexto. ■

por **Alejandra Salas**

Periodista de Moda