

Vestuario Chileno Cuando el diseño de autor se inspira en el paisaje cultural



Mariena Rumié Bertoni
Universidad de Valparaíso
Chile

En el último tiempo, el Diseño ha comenzado a experimentar un considerable desarrollo luego de ser reconocido como factor de progreso y crecimiento económico dentro del país. En este contexto, el Diseño de Vestuario Autoral ha sido visto como un producto factible de exportar. Por consiguiente, este breve estudio pretende estimular y promover, entre las actuales generaciones de estudiantes de diseño, procesos creativos inspirados en los paisajes culturales, cuyos fundamentos históricos, puedan otorgarle un discurso innovador que lo identifique, diferencie y valide como comunicador de identidad y contingencia, dentro de los contextos homogeneizados de la moda local y global. Éste desafío aquí planteado, puede ser una alternativa para

el actual Diseño de Autor, que con sus líneas de exploración, experimentación y descontextualización, busca una identidad, que lo distinga para asumir el compromiso de señalar rumbos como producto local, para luego junto a otros lenguajes de vestuario latinoamericano, iniciar un largo y fructífero camino como contratendencia, cuyo destino sean los mercados globales o simplemente potenciar “el ser - hacer chileno”¹.

PALABRAS CLAVES: identidad – paisaje cultural – diseño de autor.

Diseño de autor: reconocimiento y oportunidades

Desde la implementación de nuevas corrientes económicas; unificación de mercados; acuerdos de libre comercio; consumo simbólico – mediático y los crecientes cuestionamientos de la identidad nacional, el Diseño de Autor se ha visto enfrentado a una serie de desafíos en torno a su identidad y productividad, ante la factibilidad de convertirse en un producto exportable.

A propósito del Bicentenario del país el año 2010, el Estado chileno, después de cuarenta y tres años de creada la primera Escuela de Diseño Industrial en Valparaíso, reconoció a través del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que ésta disciplina es un factor de progreso porque “abre nuevos nichos de desarrollo que amplían el campo laboral, entrega valor agregado a los productos e influye positivamente en el número de exportaciones.”² Según el Ministro de Economía de la época “su correcta implementación incide directamente en el crecimiento económico del país.”³ En este contexto, Luciano Cruz Coke, ex Ministro Presidente del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, en la 5° Bienal de Diseño: Pensamiento Global - Creatividad Local, realizada en Santiago de Chile en Enero de este año señaló que, en el año 2011, se creó el Área Diseño al interior del Departamento de las Artes e Industrias Creativas, impulsando una serie de iniciativas para “reforzar la cadena de valor del diseño y sus distintos actores con el objeto de estimular la creatividad, promover la innovación y el emprendimiento, potenciar la identidad local e incrementar la visibilidad del diseño chileno tanto dentro como fuera del país.”⁴

Consultado el actual coordinador de Diseño dentro del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, C.N.C.A, sobre algunos de estos anuncios, manifestó que el Diseño de Autor “tiene potencial de exportación”⁵ porque existen ciertas ventajas comparativas dadas por “la materia, la técnica, y el conocimiento”⁶ que

resultan atractivas para los mercados con los cuales Chile tiene acuerdos de libre comercio. Añadiendo que “todas estas características pueden ser extrapolables a cualquier región de Chile”⁷, dando a entender que el vestuario autoral nacional exportable debe utilizar en sus propuestas hilados y tejidos de nuestros pueblos originarios, para crear una visualidad de origen, que le permita a Chile ser identificado con estéticas handmade, argumentando que fuera de las fronteras hay públicos, con cultura de diseño, que se interesan por estos productos. ProChile, organismo dependiente de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores, también aseguró que “se puede exportar diseño chileno”⁸, señalando que las fortalezas del vestuario autoral son la innovación y la calidad de sus propuestas con materias primas naturales. Al parecer, ambas instituciones gubernamentales consideran que esta diferenciación – étnico artesanal – sería una oportunidad de negocio, ante “la creciente demanda de los mercados externos por productos étnicos, el aprecio del handmade y el creciente movimiento de canales de comercio justo.”⁹

Diseño de vestuario: independencia y supervivencia

Estudios preliminares dicen que, a partir de los años '90, un grupo considerable de jóvenes diseñadores titulados en distintas Escuelas de Diseño del país, ante el limitado campo ocupacional por el progresivo cierre de industrias textiles y de confección, escasa proyección profesional dentro del fast fashion y bajas remuneraciones, optaron por el Diseño Independiente como alternativa laboral. Si bien en sus inicios, las colecciones de estos diseñadores reflejaban una fuerte impronta académica en sus líneas de exploración, experimentación y descontextualización de materialidades y morfologías, que hacían augurar, en el largo plazo, la profesionalización de algunos lenguajes estéticos únicos basados en conceptos innovadores. A corto andar, tuvieron que priorizar su supervivencia, por

falta de demanda, reorientando sus procesos creativos a las tendencias globales para el diseño independiente como el vintage y el eclecticismo, generándose también una homogeneización en el diseño independiente. Luego de convivir peligrosamente, con escaso reconocimiento por parte de los grandes públicos nacionales; falta de diversidad y calidad de insumos; pocos especialistas o técnicos en moldaje, corte y confección que asesorara sus concreciones formales y multitiendas nacionales que “absorben el 70% de la ropa que se comercializa en Chile”¹⁰, los más aventajados creadores decidieron profesionalizarse, motivados por el caso argentino, transformando sus emprendimientos en Diseño de Autor. Para comenzar, inventaron sus propias marcas, que nacieron de un impulso por construir una identidad personal, definiendo así su estilo, mientras que para identificar y ser reconocidos por sus consumidores, se instalaron en sectores consolidados como circuitos turísticos culturales permitiéndoles comercializar sus productos entre públicos más diversos.

Al comienzo, las siluetas daban cuenta de variadas influencias globales, siendo los estilos argentinos; tendencias de alta costura europea; prêt à porter; series de animación japonesa o algunas mixturas experimentales de todas ellas o más, los referentes más consultados. También surgieron, entre otros productos, ciertas líneas de accesorios que se inspiraron en materialidades y técnicas de pueblos originarios, desarrollando piezas con un alto grado de identidad local hasta hoy. Durante este período, algunos comenzaron a ser identificados por los recientes Blogs, que como periodismo alternativo, acercó los estilos más diversos de pasarelas y calle, que se estaban imponiendo en otros países y continentes, generando otras formas de inspiración y homogeneización entre diseñadores y consumidores. Lo que quedó demostrado tras una creciente revisión de nuestra identidad, a propósito del Bicentenario de la nación en el año 2011, cuando una destacada plataforma de investigación y difusión de Diseño de

Autor se propuso identificar algunos rasgos identitarios locales, que dieran cuenta del paisaje cultural que nos envuelve, contagia y distingue señalando, “no basta con hacer ropa linda, las propuestas deben transmitir identidad local”¹¹ explicitando que para lograr ese salto cualitativo, el vestuario autoral debe ser un reflejo del Chile actual.

El año recién pasado, una treintena de estos reconocidos creadores decidieron organizarse como gremio para revertir la escasa demanda e histórica falta de diversidad y calidad en insumos textiles. Así nació ModaChile que, por ahora, está orientada a la alta costura o mercado del lujo inspirándose para ello en tendencias globales o estímulos multiculturales que a diario los envuelven. Porque la supervivencia es prioritaria, dando a entender que la identidad exportable – étnico artesanal – planteada para el vestuario autoral por ProChile y el C.N.C.A, deberá ser asumida por otros colectivos o agrupaciones de diseño. Lo cierto es que actualmente, el Diseño de Autor, incluidos los asociados a ModaChile se encuentra participando en vitrinas nacionales e internacionales, algunos con apoyos gubernamentales, sin un concepto diferenciador como valor agregado que lo destaque sobre las pasarelas.

Vestuario autóctono: referentes e inspiración

Este escenario definió la búsqueda de vestuarios inspirados en el paisaje cultural dentro de la Historia de la Moda chilena que, desde la academia, pudiesen orientar ciertas líneas de acción frente al desafío de exportar vestuario autoral con identidad. La revisión de revistas femeninas permitió reconocer, a partir del año 1967, un grupo heterogéneo de creadores, que motivados por el espíritu americanista que envolvía al continente y al país, tras la Revolución Cubana, diseñaron piezas de vestir y textiles con un alto grado de identidad nacional. Fue así como, desde las elites vanguardistas, surgió la Moda Latinoamericana liderada por Marco Correa,

mientras que en el año 1972, con decenas de industrias textiles incorporadas al área de propiedad social del Estado, se creó la Campaña de la Moda y Vestuario Autóctono representada por Nelly Alarcón y Enrique Concha.

Los hechos históricos, tanto latinoamericanos como nacionales, y las influencias llegadas desde las artes visuales principalmente norteamericanas; moda hippie – moda étnica – moda cosmos inspiradas en el movimiento hippie, en la India y en los viajes a la Luna respectivamente; feminismo e incorporación de la mujer como fuerza laboral; auge del prêt à porter de lujo y los diferentes pensamientos idealistas que coexistían en el mundo, especialmente aquellos que involucraban a la juventud, principal protagonista de estos cambios de paradigmas, formaron parte del imaginario visual que estos creadores, que junto a Alejandro Stuvan y María Inés Solimano, sintetizaron–hibridaron formalmente, al combinar y actualizar ingredientes estéticos rescatados desde el paisaje cultural, con técnicas provenientes del arte abstracto; pop; óptico; cinético; gráfica hippie o psicodelia.

Dentro de esta atmósfera de profundos cambios políticos, económicos y sociales, donde el desarrollo industrial era sinónimo de independencia económica y modernidad, un discurso identitario centrado en la valorización cultural de la nación, el mestizaje y la dignidad – igualdad de las clases obreras, se entrelazó con una sinergia creativa que pretendía generar un discurso propio, capaz de incluir la realidad histórica del continente, cuya experimentación en el campo de las artes y dentro de la naciente disciplina del diseño, llevando a estos creadores a definir su postura, tanto personal como de sus obras. Su compromiso anti imperialista, significó independizarse de los estilos de moda europeos y norteamericanos difundidos principalmente por el cine, revistas femeninas, música y la televisión. Así fue como Marco Correa irrumpió sobre las pasarelas nacionales con sus composiciones graficas de gran formato en tejidos de punto, dando

cuenta de la abundancia de colores y de la multiplicidad de elementos iconográficos presentes en el paisaje cultural latinoamericano. En cambio, Nelly Alarcón propuso un nuevo soporte textil – sabanilla – sobre las cuales aplicó representaciones figurativas de la flora - fauna del sur de Chile, mientras que María Inés Solimano rescató el tejido a palillo para difundir la temperatura cromática de los pueblos originarios del altiplano en vestidos y complementos, valorando así, lo hecho a mano. Por su parte, Enrique Concha y Alejandro Stuvan desarrollaron estampados para telas de uso masivo inspirándose en iconografías diaguitas, pascuenses, atacameñas y mapuches, destacándose el aporte de Stuvan al reinterpretar lo étnico a través de códigos psicodélicos. Luego del quiebre democrático del año 1973, el fenómeno de la Moda Latinoamericana y Vestuario Autóctono perduró en forma residual como moda artesanal hasta fines de los '80, convirtiéndose hoy, en un aporte inédito dentro de la Historia de la Moda porque su discurso, en concordancia con las matrices identitarias del período, fue capaz de enriquecer, dinamizar y renovar el escenario de la moda local creando una impronta que lo define y lo señala como un hito, comparable al muralismo político o el cartel chileno desarrollado en esa misma época.

Vestuario exportable: identidad y compromiso

Qué hoy se plantee la pregunta sobre la identidad del vestuario autoral desde distintos ámbitos, no sólo responde a la posibilidad de ser exportable, sino que demuestra la preocupación, principalmente gubernamental, de cómo enfrentar, en términos culturales la globalización. Si bien este fenómeno está centrado en lo económico, también incide en los estilos de vida, en los imaginarios e identidades tanto individuales como colectivas. De ahí que desde antes del Bicentenario el país se esté preguntando cómo quiere ser visto e identificado por “los otros”, produciéndose una verdadera explosión identitaria con una multiplicidad de otros Chiles que el andamiaje

político, desde el Siglo XIX, ha intentado envolver y representar a través de una homogénea identidad. Si en algo ha favorecido la globalización, es que se han revalorizado las particularidades culturales como los valores vinculados a lo étnico, tradiciones - costumbres, geografías – habitantes, la naturaleza con sus relieves - flora - fauna o la memoria histórica, por nombrar algunos, asumiendo la identidad como abierta – porosa – cambiante, lo que permite definir a Chile como un país multicultural.

Entonces, cómo articular ésta diversidad de relatos dentro de un Estado – Nación, que se desea único y homogéneo, al momento de exportar vestuario autoral? Hoy, hablar de identidad en el Diseño de Autor, apela a los acuerdos de libre comercio y a los recursos económicos traducidos en productos, que los países encuentran atractivos por lo diferentes, exóticos, extraños o típicos, reduciendo nuestras identidades culturales a lo - étnico artesanal - como valor agregado.

En este contexto, los diseñadores de autor, como comunicadores sociales, debieran ser capaces de establecer un diálogo entre la subjetividad cultural de su propia identidad y oficio con los diversos relatos locales que se tejen en los paisajes culturales, al amparo de una gran narrativa. Para ello, la experiencia de los creadores de los años '60 – '70 señala que necesitan echar raíces, desarrollando espacios de intercambio y compromiso para identificar y recuperar mixturas mestizas, criollas, latinoamericanas y también europeas, que le otorgan al territorio nacional algunos rasgos únicos que superan lo – étnico artesanal – planteado por las instituciones gubernamentales.

Ante este desafío, los vestuarios autorales debieran constituirse en un vehículo social privilegiado para transmitir “el ser – hacer chileno”, recuperando como soporte formal la silueta andina, cuya morfología geométrica, permite habitar los cuerpos con formas básicas - austeras – atemporales – mientras

que, los paisajes culturales con sus dialécticas cargadas de historias de apropiación, absorción y reinterpretación, a modo de ingredientes estéticos y también formales, debieran dar curso a nuevos paradigmas en el ámbito del vestir, en donde los productos diseñados, desde ésta periferia del planeta, tengan un impacto positivo sobre las diversas sociedades y el medioambiente. Con estas directrices, los diseñadores de autor debieran proponer vestuarios gestores y portadores de la multiculturalidad chilena, cuyo espesor cultural genere experiencias únicas e individuales, en aquellos consumidores de vestuario y de moda, que ya no distinguen entre lo esencial y lo superfluo, proponiéndoles, a través de los relatos formales – cromáticos – técnicos, redescubrir y reflexionar sobre estilos de vida más ético. Mientras que su trazabilidad podría colocar en valor los lugares, lo vivido y aprendido por generaciones de artistas, artífices y artesanos, las formas de convivencia creativa y las tareas cotidianas, que dieron origen a cada una de las piezas de vestir. Tal vez, compartir con “los otros” la biografía del vestido chileno que habitan, sea la cualidad prioritaria y la impronta perdurable, que haga factible construir un relato identitario más allá de las fronteras nacionales.

A modo de reflexión

Si una pieza de vestir tiene la capacidad de definirnos frente a “los otros”, pensar en vestuario autorales con identidad, desde ésta periferia, puede ser una oportunidad para alejarse de pensamientos unilaterales que, buscan la homogenización cultural a través del consumo. Por tanto, promover desde la academia vestuarios inspirados en los paisajes culturales, es una invitación a los estudiantes de diseño a reencontrarse con su esencia como sujetos sociales; con los orígenes de la disciplina en Chile que buscaba resolver necesidades humanas en su contexto social; dinamizar y optimizar los sistemas industriales - productivos para mejorar las condiciones de vida de todos los chilenos y por último, asumir el compromiso social que significa ser

diseñadores en un país latinoamericano que, sueña con ser desarrollado y moderno, pese a que aún existen carencias individuales y colectivas por diseñar, con pocos recursos pero creativamente.

Quizás, lo más oportuno antes de comenzar a vestir los cuerpos globales con nuestra identidad, es que estudiantes y maestros, vuelvan a recorrer los campos, desiertos, quebradas, caletas y calles del país, provistos de lápiz y papel, para observar, descubrir, analizar y reflexionar sobre “el ser – hacer chileno”

Referencias Bibliográficas

El presente artículo está inspirado en varias investigaciones: “Vestuario Chileno” (Rumié,M:2012) que en términos generales está analizando las iniciativas políticas, económicas y sociales que se implementaron entre los años 1950 - 1970 para el desarrollo de la industria textil y de la confección en Chile, en el marco de la industrialización del país y la modernización de la mujer como objeto - sujeto social; “Análisis de la Moda Latinoamericana, entre las décadas del 60’ y 70’ : identificación de referentes identitarios como concepto diferenciador para el Diseño de Autor en Chile” (Rumie,M:Bustamantes,M:2011), que pretende reconocer, analizar y dilucidar las múltiples influencias provenientes del contexto socio político del país, las artes visuales y las tendencias de moda, europeas – norteamericanas, que fueron parte del imaginario visual que inspiró a la Moda Latinoamericana, entre los años 1968 – 1978, en Chile; “Aproximaciones al mundo que inspiró la obra de Marco Correa Vergara” (Rumié,M:2012) identificó, dentro del marco histórico de los años 1960 – 1970, la transversabilidad visual que existió entre las artes visuales y la Moda Latinoamericana desarrollada por Marco Correa y otros, concluyendo que estas experiencias culturales, lideradas principalmente por estudiantes de Escuelas de Arte, Arte y Oficio, Artes Aplicadas y las nacientes Escuelas

de Diseño, establecieron a través de sus propias experticias, un discurso identitario motivados por la atmósfera americanista que envolvía al contexto chileno de la época; “MARCO CORREA - MUSEO DE LA MODA” (Rumie,M:Bustamantes,M:2011) realizó un análisis cualitativo de trece piezas de vestir conservadas en el Museo de la Moda ubicado en Santiago de Chile, concluyendo que este artista plástico enriqueció, dinamizó y renovó el escenario del vestuario local a partir del año 1967 al proponer un nuevo lenguaje tridimensional inspirado en el territorio cuyos ingredientes estéticos combinó y actualizó con técnicas provenientes del arte pop – óptico, gráfica hippie y sicodelia creando con ello una visualidad gráfica comparable a la diseñada por el cartel, carátulas de discos - nueva canción chilena y el muralismo político callejero que, en esos mismos años también se estaba desarrollando en el país.

-
- 1.- Rumié., M. *Inicio Taller Proyectos de Título, Escuela de Diseño, Universidad de Valparaíso, Año 2013.*
 - 2.-, 3.- *Memoria “4° BIENAL DE DISEÑO, CHILE se Diseña”, 2010, Santiago, Chile, pág.18*
 - 4.- *Memoria “5° BIENAL DE DISEÑO, Pensamiento Global Creatividad Local”, 2013, Santiago, Chile, pág.19*
 - 5.-, 6.-, 7.- Véase: *Entrevista a Manuel Figueroa: El diseño en la mira del Estado* <http://www.quintatrends.com/2013/02/entrevista-manuel-figueroa-el-diseno-en.html>
 - 8.-, 9.- Véase: *Exportar creatividad.* <http://www.vistelacalle.com/34432/exportar-creatividad/>
 - 10.- Véase: *El imperio del retail.* <http://www.paula.cl/reportaje/el-imperio-del-retail/>
 - 11.- Véase: *Los elegidos.* http://mujer.latercera.com/2011/09/18/01/contenido/19_2734_9.shtml