

DESMATERIALIZAR

La moda es, hoy por hoy, uno de los fenómenos sociales y comerciales más grandes del mundo. Las tendencias y la idea del consumo instalado por la cultura, son dinámicas del diario vivir, donde, desde que nos levantamos hasta que nos vamos a dormir, estamos inmersos en un círculo casi vicioso de necesidades creadas, consumo descuidado y desecho prematuro.

Elegir ser parte de este fenómeno es una decisión libre y personal, aunque yo lo veo como un estado mental. Es para mí una posibilidad elegir hasta donde queremos entrar o no en esta dinámica; sin embargo, creo que estas formas de consumo instalado con que podemos construir nuestras expresiones son a largo plazo impedimentos para reflejar nuestra propia autenticidad.

Permitirme cuestionar y desafiar este fenómeno social que llamamos moda, es para mí un deber como aspirante a diseñador de moda y como persona creativa. Mi plan de vida es y será siempre ayudar a las personas a alcanzar maneras más armónicas para expresarse, permitirles encontrar rutas más humanas para ser en plenitud y para ser consciente de las formas de consumo.

Con esta investigación busco plantear un posible escenario donde, si bien la moda no va a desaparecer, su objeto no sea lo que hasta ahora entendemos como tal y, similar al proceso del arte conceptual, atraviere un proceso de desmaterialización buscando que los objetos que le son propios, no estén planteados por organismos de tendencias o grandes empresas, sino que más bien, sean las personas quienes los recreen.

Mi idea, es redefinir la manera en la cual entendemos las prendas de vestir, para poder expandir sus posibilidades comunicativas y expresivas, dando prioridad a las ideas y visiones personales de cada ser humano. Encontrar maneras más humanas

de comunicación que no estén condicionadas por la industria, ha sido una búsqueda de toda mi carrera como creativo que si bien en este momento se enfoca en las prendas de vestir, espero poder expandir a otras áreas del diseño o de la vida misma.

Si bien es una reflexión que se plantea el día de hoy, las posibles rutas que surjan para la desmaterialización o para las expresiones personales serán conclusiones que seguramente abordaran el futuro tanto desde ámbitos conceptuales como materiales, permitiendo así una reflexión profunda sobre el cómo consumimos lo que consumimos. De esta manera se podrá buscar cómo aterrizar y marcar caminos que permitan visualizar las posibilidades de prendas de vestir, augurando universos de vestuario con espectros comunicativos mucho más amplios, más personales y más humanos.

El problema de investigación se aborda, mediante el análisis crítico de los procesos de desmaterialización artística que experimentó el arte conceptual durante el último siglo, para esto se realiza un proceso comparativo entre la práctica de arte y la prenda, el principal objeto producido por la industria de la moda. Esto apoyado por una aproximación hermenéutica a diferentes textos (Siete años de la desmaterialización del arte, Del arte objetual al arte de concepto, Didáctica de la liberación), y por el uso de mi archivo personal conformado por fotografías y mi exploración artística propia. También se estudiará el trabajo de artistas como Álvaro Marín, James Turrell y Hans Haacke, desde donde es posible, evidenciar el proceso de desmaterialización del objeto artístico.

Como ya se ha dicho, hoy en día atravesamos un consumo instalado y afanado donde pasamos de una prenda a otra con tal velocidad que se torna casi inconsciente, pero tal automatismo configura un escenario ideal para romper esa rutina innecesaria y permitirse crear un carácter no-objetual. Crear un escenario donde la prenda sea una reflexión sobre sus propios datos, donde las tendencias definan sus datos específicos es una oportunidad para expandir los universos del vestuario; es una ventana a encontrar nuevos métodos de elaboración lejos de

juicios formalistas, de estilos o prácticas estipuladas; donde no existan códigos interpretativos, deformaciones culturales, sociales o históricas.

La moda como fenómeno social y comercial no va a desaparecer y las tendencias tampoco; al contrario, con la actualidad que vivimos es preocupante hasta donde podría llegar el ser humano gracias a lo condicionada que se ve su actitud y manera de ser hoy en día. Más allá de eso, augurar la posibilidad de encontrar espacios y medios expresivos que permitan la expresión auténtica de las personas es una manera de humanizar de nuevo el mundo.

Permitir a las personas salir de la institución y poder sentirse personas, poder ayudarlas a que expresen esas maneras en las que encuentran la naturaleza de la vida y crear espacios sin juicios formalistas del qué, cómo o para qué deben usar una prenda –si es que se le puede llamar prenda– debería no ser solo un proyecto de investigación universitario sino un deber ser del ser creativo. Está bien saber comprender al consumidor y saciar o saber crear sus necesidades, pero es aún más importante saber entender a la persona y ayudarla a ser eso, una persona y no un consumidor.

Jose Antonio Muñoz Arbeláez - Diseño de Modas

Diseño de proyecto final

2021-1