



Pensar la moda en clave cubana

Elienne Ferrer Zulueta

Centro de Trabajo: Universidad de La Habana, Cuba

e-mail: eliennef@yahoo.es; daizulu@infomed.sld.cu

RESUMEN

Este trabajo retoma una investigación dirigida a cualificar los cambios sociales que tuvieron lugar en la sociedad cubana de los años 90 del siglo XX. A través de la búsqueda de las correlaciones entre escenario, actores y prácticas socioculturales manifiestas. Esto mediante la moda, en tanto hecho significativo, de interés social y productor de sentido en la vida cotidiana de los sujetos.

A saber fue un período donde los actores sociales se vieron obligados a cambiar y adecuar sus estilos de vida a las nuevas condiciones. Por tanto, surge la necesidad de crear e innovar en todos los ámbitos de la vida social: desde los platos culinarios hasta la optimización de los espacios al interior del hogar. O sea, comienza un proceso de emergencia y aprendizaje de prácticas, hábitos y modos de vida donde varió la construcción de significados tanto a escala individual como social y estos en sí mismos. Así, se erigen la innovación y la creatividad no sólo como estrategias de solución ante la escasez sino como líneas conductoras del debate.



“... hay que retomar lo mejor. Y lo mejor es que la gente aprendió a hacer cosas, aprendió, quizás, a valorar, también a saber en un momento crítico como resolver situaciones”(Diseñador, 2003, 5/07)

El presente trabajo centra su interés en un fenómeno que puede concebirse dentro de las prácticas culturales manifiestas, al tiempo que refiere todo un sistema de signos, símbolos y significados presentes en el: el vestir. De tal modo implica partir de la base en la que se sustenta la asociación entre realidades simbólicas y sociales, teniendo en cuenta elementos como la autonomía de los grupos sociales que participan, rigen y se representan en el por la búsqueda de su legitimidad cultural. El vestir y la moda como proceso más amplio, permiten distinguir unos grupos de otros, a la vez que los identifica y sirve de instrumento para la renovación, recreación y subversión de prácticas y normas culturales que en determinado espacio y/o momento histórico pueden entrar en contradicción a los intereses de otra clase o grupo social.

La década de los 90 constituyó el marco referencial en el que descansa el pretendido interés de aprehender las conexiones entre este hecho social y las transformaciones socioestructurales acontecidas en dicho período. Se analizó este fenómeno a partir de algunas de sus determinaciones sociales: las lógicas productivas y las estrategias de creación de los actores sociales más relevantes que intervienen en su dinámica. Teniendo en cuenta las relaciones entre escasez- creatividad, producción artesanal- producción industrial así como las estrategias individuales y familiares como elementos fundamentales de la creatividad en el vestir fue posible adentrarnos desde una perspectiva cultural en algunos de los cambios sociales ocurridos en la sociedad cubana.

Estamos en presencia, por tanto, de un campo de la acción humana mediante el que los sujetos articulan su vida cotidiana y se *resisten* creativamente a las pautas y convenciones sociales que resultan de lógicas imperativas, con el fin de autodefinirse a través de códigos propios. De tal manera se hace perceptible su incidencia en la cultura de un país, región, comunidad o localidad.

La moda en tanto fenómeno sociocultural refiere elementos tanto de carácter individual como social. Se erige en espacio, instrumento y lenguaje simbólico específico, mediante el cual los sujetos construyen y modelan su relación con el contexto social y con los demás individuos. El campo representacional y simbólico de la moda es muy amplio y diverso, en la medida que es posible identificar en su dinámica la intervención de múltiples relaciones entre los individuos y entre estos y su entorno, entiéndase instituciones y demás estructuras socioeconómicas y culturales con las que los sujetos interactúan. En tal sentido, el primer signo clasificatorio/distintivo de los sujetos se expresa a través del contacto visual, donde la imagen se revela como vehículo encargado de dar a conocer la intención de su portador.

Existe pues, la necesidad de comunicar qué status poseemos, cómo vivimos, dónde trabajamos, quiénes son nuestras amistades, qué lugares frecuentamos. Y en este proceso se articula, para muchos, una agradable experiencia de aprobación y reconocimiento social en un sentido positivo y, para otros (no pocos), de censura, desaprobación y reconocimientos sociales en un sentido negativo. Esto se expresa a través de la indumentaria. O sea, la censura colectiva conduce al sujeto inmerso en redes múltiples de relaciones sociales a asumir distintos



signos y objetos valorados socialmente como significativos, al ser a la vez producto y productores de sentido. Se trata, en cuestión, de una realidad fáctica donde se constata la existencia de la estructura social.

Por eso al seleccionar diversas prendas de ropas se articula una experiencia de construcción, reconstrucción y reconocimiento de una identidad personal siempre cambiante y provisional, sólo en apariencia íntima e individual. Al poner en juego diversas estrategias de selección y combinación se participa en la construcción de una máscara: la imagen para los otros (Zavala, 2002:3) Por lo que adquiere especial connotación la significación de los espacios públicos y privados; el afuera y el adentro.

En Cuba, como en el resto del mundo, la indumentaria y la moda han estado estrechamente vinculadas a la cultura de la nación, sobresaliendo en sí mismas como hechos culturales capaces de denotar el espíritu y rasgos de una época determinada. De tal modo, es posible acercarse a la historia de este pueblo, región o país a través del conocimiento de su indumentaria. Se constituye en expresión cultural igualmente de individuos y grupos específicos y se realza como signo visual, tangible materialmente y portador de infinidad de mensajes. La ropa en sí misma y la forma en que se lleva contiene implícito enunciados mediante los cuales se pueden identificar determinados aspectos de los sujetos que la utilizan. La forma de vestir emite en lenguaje codificado, hábitos, valores, modos, conductas, prejuicios y estereotipos de sus portadores y el sistema donde surge. Esto es, la imagen se muestra como vehículo inmediato de la comunicación, a través de la cual, se comparten sentidos y símbolos comunes que expresan a su vez los marcos de una cultura determinada con la que se identifican los sujetos. La moda es, por tanto, una categoría de la existencia individual y colectiva.

Este hecho cultural y la forma de vestir como su expresión más perceptible y difundida, se hacen eco de una normativa social. Mediante el vestuario se afirma la pertenencia a un grupo o segmento social o por el contrario se niega; se muestra acuerdo o desacuerdo; se sugiere tristeza o alegría; se señala acontecimientos especiales en días significativos o expresamos total indiferencia. El vestir supone una relación entre la interioridad y la exterioridad, entre la individualidad y la colectividad, entre el yo y el otro, entre el individuo y su historia. Las personas necesitan reconocerse en los demás para no sentirse solos y aislados, pero al tiempo se quieren distinguir, porque de hecho, son diferentes en su individualidad. Esa posibilidad de distinción en un contexto de "homogeneidad" la da, entre otras cosas el vestido y la moda. Con la mediación de la indumentaria se puede al tiempo acercarse y marcar las distancias sociales precisas (Marinas, 2002: 24).

Un marco necesario

Penetrar en el campo de la moda desde un prisma analítico implica también identificar determinadas claves discursivas o conceptuales que a su vez se tornan imperativas en el ejercicio de las prácticas cotidianas relacionadas con la indumentaria. Se refiere al estilo del vestir y a la estética del vestir.

El estilo llama la atención sobre las ideas que se tienen y cómo se concibe la moda, que a su vez definen un modo particular de percibir y asumir los cambios suscitados en este campo.



La estética, por su parte, señala las vías, símbolos y códigos vinculados directa y estrechamente con la imagen corporal que los sujetos utilizan para proyectar pragmáticamente esas concepciones e ideas, o sea, un estilo en el vestir.

En este modesto intento de definir estilo y estética del vestir lo que me propongo es el reconocimiento de la moda como un fenómeno dotado de sentidos construidos socialmente que, en la misma medida, posee un significado para cada individuo y para el todo social. La moda, en tal sentido, se revela como un hecho cultural, institución e instituyente. Sin embargo, estos dos conceptos no se relacionan de manera antagónica, sino que se complementan y superponen hasta el punto de unirse en determinados contextos indicando una misma cosa. Por ejemplo: estilo estético, estilo artístico o estilo musical, es decir, un modo de ver y expresar la imagen, el arte o la música.

Tanto el estilo como la estética del vestir responden a condicionantes sociales e individuales a partir de la cuales se construyen y redefinen las identidades de los sujetos, resultado de la conjunción de códigos y patrones reconocidos socialmente, aceptados por la mayoría y de gustos personalizados y particulares. Nociones que constituyen un marco teórico válido para cualificar las complicadas relaciones establecidas por los actores sociales en el ámbito y el imaginario sociales.

Desde el punto de vista teórico existen algunas interpretaciones que sitúan a la moda en una perspectiva de análisis sociológico y antropológico. Entre las más importantes se encuentra la moda vista básicamente como: emulación de grupos de prestigio, expresión de necesidades de control social y como elemento de diferenciación entre los grupos (Hernández, 1984: 3)

Esto es, los sujetos articulan y dan coherencia a su atuendo personal en correspondencia a referentes externos, como *otros* sujetos, *otros* lugares, horarios, épocas del año diferentes, etc. Puede decirse entonces que la moda constituye en un sentido weberiano, una **acción social** a la cual el sujeto le atribuye un sentido y toma como referencia al "otro". Desde esta perspectiva la motivación subjetiva del individuo y/o el grupo y la orientación hacia el otro, actúan como agentes dinamizadores del proceso.

El status de los individuos va a determinarse por su rol social, lo que trae consigo todo un sistema donde la imagen que estos son capaces de transmitir implican determinadas expectativas de conducta que a su vez corresponde con el modo en que nos representamos a cada persona. Por tanto la indumentaria tiene un importante papel, claro está a nivel individual, en la clasificación de cada sujeto en la estructura social.

Si en la interacción individual el vestuario tiene un papel fundamental por lo anteriormente señalado, a nivel intergrupal este hecho pudiera resultar aún más significativo, puesto que los sujetos se constituyen y conforman sus identidades a partir de la interacción con los demás y en este sentido el grupo se convierte en modulador de las actitudes que el individuo particular presenta frente a la moda, al tratar de adecuarse a las normas que rigen y funcionan al interior de dicho grupo. Esta se erige en instrumento y medio de control social si se tiene en cuenta que cada grupo social adopta su propia forma de representarse y de ser reconocido.

En esta lógica dentro de los procesos de imitación e individualización que se superponen existen algunas motivaciones psicológicas tanto individuales como grupales que actúan como determinantes de la moda y que no deben verse como espontáneas ni autónomas como dijera



Margarita Riviere (Riviere, 1977: 93). Estas dependen en buena medida de aquellos factores que moldean el entorno donde se desenvuelve el individuo que a su vez influye en su proceso de socialización: ambiente familiar, modelos de conducta, valores, criterios.

¿Cuáles son entonces estas motivaciones? Fundamentalmente dos: el deseo de integración social, que se refleja y potencia a través del traje y el deseo de diferenciación a través de la indumentaria como forma de afirmar la superioridad y/o distintividad de ciertos grupos sociales. O sea, la moda va a ofrecer al individuo seguridad al no desentonar, al menos no radicalmente con el grupo, el individuo necesita gustar a los demás para integrarse. Pero esta integración tampoco se da espontáneamente. El medio social dice cómo debe integrarse, lo que lo ata a un "deber ser" (sumiso), a determinados modelos y valores estéticos que lo conducen a su vez a un conformismo con otro tipo de valores y estructuras (Riviere, 1977: 95)

Sin embargo, el individuo necesita, aunque a veces no lo logre, reafirmar su individualidad personal, dejar de ser para los otros para convertirse en dueño de sus propios anhelos. Es justamente en este punto donde se explica el deseo de diferenciación, que aparentemente parece entrar en contradicción con el de integración. Realmente ambos constituyen dos caras de una misma moneda: la identidad del ser social. Estos descubren los múltiples "disfraces" que asume el individuo a lo largo de un mismo día.

Entender la moda como uno de los campos de producción cultural que funcionan en la vida social ofrece herramientas operacionales útiles para analizarla en sus múltiples conexiones. Esto compromete su relativa autonomía, en tanto, comprende actores sociales - agentes, instituciones - y espacios - tanto físicos como simbólicos - que le son propios, respetando su dinámica interna. Al tiempo que se relaciona, funciona y se manifiesta por y a través de otros procesos sociales o campos como dijera Bourdieu.

"En el campo de la moda se da una relación entre dominantes y dominados, los poseedores de la legitimidad y los que luchan por pretenderla. Existe una lucha permanente dentro de este campo que a su vez constituye su motor impulsor. Los que luchan por la dominación hacen que se transforme y reestructure constantemente" (Bourdieu, (1985): 219)

Estamos, pues, en presencia de un conjunto de relaciones de fuerza, competencias y conflictos que expresan las posiciones más o menos desventajosas ocupadas por los actores sociales que intervienen en este campo. A partir de las cuales se manifiestan relaciones de poder, dominación y subordinación.

Otro aspecto a tener en cuenta sobre la moda es el referido al lenguaje corporal como elemento de distinción social. Análisis que coloca al consumo de alimentos, al consumo cultural y a la forma de presentación (incluyendo el consumo de vestuario, artículos de belleza, de cuidados y manipulación del cuerpo en general) como las tres maneras fundamentales que utilizan los sujetos en la relación con sus propios cuerpos y con los de los otros para distinguirse de acuerdo a la posición que ocupan en la estructura social, pues son reveladoras de las determinaciones más profundas del *habitus* (De Castro, 2003:4). En este sentido Bourdieu expresó:

"el cuerpo es la más irrefutable objetivación del gusto de clase, que se manifiesta de diversas maneras. En primer lugar, en lo que a apariencia parece más natural, esto es, en



las dimensiones (volumen, estatura, peso) y en las formas (redondas o cuadradas, rígidas y flexibles, rectas o curvas, etc.) de su conformación visible, pero que se expresa de mil maneras toda una relación con el cuerpo, esto es, toda una manera de tratar al cuerpo, de cuidarlo, de nutrirlo, de mantenerlo, que es reveladora de las disposiciones más profundas del habitus" (Bourdieu, (1985): 220)

Esto denota una vieja relación que hoy ha tomado matices verdaderamente sorprendentes y hasta contradictorios: la relación moda- cuerpo. O sea, analizar el fenómeno de la moda, sobre todo si lo hacemos desde el plano de la indumentaria, implica tener en cuenta al sujeto / cuerpo que la lleva y todos los procesos y mecanismos de ajuste que conlleva adecuarse a esta.

La moda en la contemporaneidad ha tenido una especial función en la conformación de identidades mediante la confluencia del cuerpo, el género y la sexualidad. Para su mayor comprensión se hace necesario entender los significados que ha adoptado el cuerpo, puesto que es a este a quien va dirigida y el que se viste para todos los acontecimientos sociales, desde el más relevante hasta el más cotidiano.

El cuerpo durante siglos ha servido de instrumento a múltiples propósitos y en consecuencia también ha sido explotado, ultrajado y condenado a sufrir las más inimaginables torturas por el hecho de amoldarlo a las exigencias de cada sociedad en cada período histórico. Pensemos, por ejemplo en la cultura china, donde la posesión de un pie chico, especialmente, si la portadora era mujer constituía uno de los principales baluartes con lo que podía contar para alcanzar el anhelado ideal de belleza. He de imaginarme, entonces lo sacrificado que habría sido calzar un zapato varios números menores que el que realmente se tiene y las consecuencias físicas de esta costumbre.

Existen otras como las sociedades árabes en las que el cuerpo femenino en su totalidad es sometido a un férreo enclaustramiento detrás de abundantes metros de telas. Tal cultura religiosa de la ocultación descansa sobre la idea ancestral del pecado y el pudor con sentidos contruidos por y a través de la religión. O en cambio la cultura occidental donde el cuerpo y las formas que este ha tomado han sido víctimas de las más ingeniosas creaciones tecnológicas, unas veces para mostrar y otras para realzar u ocultar. De la misma manera, en sociedades como la africana los sujetos se practican deformaciones craneanas, del labio inferior o del cuello (las llamadas tribus Jirafas) para satisfacer un gusto estético colectivo.

En virtud de esto y siendo consecuentes con la historia, el culto al cuerpo no debe verse desvinculado a conceptos como ideal de belleza, imagen, publicidad e identidad. En tanto, este constituye en sí mismo el vehículo por excelencia para la transmisión de mensajes individuales y/o colectivos de status social, modas y modos de vida. Todo generado, construido y mediatizado por el fenómeno de la publicidad.

El cuerpo al igual que la moda hoy día, se destaca por su valor de cambio. Tal es el caso de los modelos que exhiben figuras predeterminadas en alguna medida y llegan a convertirse en paradigmas estéticos. Ambos elementos han sido sometidos e involucrados en la dinámica del mercado y su universalización, siguiendo el esquema producción (cirugías estéticas, dietas, máquinas solares) – distribución (spot publicitario, desfiles de moda, cine, televisión, comerciales, promoción de dietas *Light*) – consumo (tiendas, hogar, espacios públicos y privados) (Buchbinder, 2003:3)



Sería, pues, un error hoy en día hablar de un cuerpo sistema en términos de belleza. Según cánones establecidos se ponen y pasan de moda no sólo los distintos tipos de cuerpos sino también las diferentes partes de este (*Op.cit*). Si en una época el estilo corporal llevado era la obesidad y la palidez, actualmente la esbeltez y el bronceado de la piel han sido atributos permanentes de la apariencia personal.

Si tradicionalmente la belleza se concebía como algo innato, invariable y estático, solamente influenciada por el paso de los años y sus consecuencias, también naturales, sobre el cuerpo y su imagen. En la actualidad asistimos al despliegue de diversos ideales de belleza contruidos a partir de los más complejos sistemas tecnológicos y de comunicación.

Pudiera decirse que el culto al cuerpo se encuentra ligado a la concepción de lo moderno, avalado por una filosofía de ser joven, practicar deportes y acogerse a los ritmos de la moda, prácticas que se hacen más marcadas en los espacios urbanos. Es necesario entonces plantearse el tema de la preocupación sobre el cuerpo íntimamente vinculado a la propia historia de la moda, que compromete imágenes sociales del mismo.

Dentro de toda esta vorágine se experimenta y juega con lo que Cristina Santamarina (*Op.cit*: 83) ha nombrado la "Cultura de la fragmentación". En medio de la cual el cuerpo fundamentalmente el femenino es sometido a un estricto autocontrol: dietas alimentarias, muchas veces tan contradictorias e irracionales que generan enfermedades muy de moda como la anorexia y la bulimia, largas jornadas moldeando o al menos intentando ajustar los contornos físicos a los parámetros del momento, intervenciones quirúrgicas que ocultan o pronuncian defectos o bondades naturales respectivamente, bronceados artificiales que permiten a los sujetos acostarse rubios y despertar morenos de acuerdo al prototipo ideal en boga. Y así los individuos viven en un constante ajuste/desajuste, construcción/deconstrucción de su cuerpo, buscando acercarse si no alcanzar los ideales de belleza o la imagen del momento.

Una búsqueda en la que se viven no pocas veces conflictos con un "yo interior" que muy a menudo se resiste a seguir siendo esclavo de un culto a una belleza que de modo alguno se cuestiona y que conlleva la pérdida relativa de la autenticidad. Surgen siempre nuevas imágenes, más ya no se pueden experimentar.

Incluso ya hoy se habla de la pérdida de lo corpóreo, en frases como "el cuerpo ha muerto" o "el adiós al cuerpo" en obras que describen los excesos y manifestaciones de lo que David Le Breton ha llamado el "extremo contemporáneo" (Le Breton, 1994: 198) que se desarrolla entre el deseo del control absoluto y el narcisismo. En su opinión el cuerpo se ha convertido en un accesorio que el sujeto controla a su antojo, constituyendo este, un medio para también intentar controlar su propia existencia, a partir de la proliferación de prácticas devenidas de la invención, el desarrollo y la explotación de las nuevas tecnologías.

"La formidable convergencia de prácticas relativamente recientes, o cuyo éxito es reciente, hacen que el cuerpo sea vivido hoy a menudo como un accesorio de la presencia. Un material a bricolar para ponerlo a la altura de la voluntad del individuo. El cuerpo es un objeto imperfecto, un borrador por corregir. Se intenta cambiar el cuerpo para luego cambiar la vida... no es cuestión de contentarse con el cuerpo que uno tiene, sino que hay que perfeccionarlo, controlarlo. Una tercera lógica está en juego: a falta de poder controlar la existencia en un mundo que se presenta cada vez más inaccesible, se controla el



cuerpo. Una manera simbólica de no perder su espacio en el tejido del mundo y de procurarse un sentido, un valor, proyectos, etc.” (Ídem)

Del mismo modo que otras costumbres y prácticas socioculturales, la moda como fenómeno social que implica la expresión, interiorización y reinterpretación de los códigos y símbolos presentes en la forma de vestir (lo que se lleva, cómo se lleva y dónde), dice mucho de la sociedad en la que se desenvuelve y de su idiosincrasia. Permite, además, identificar los elementos que revisten importancia en una cultura determinada, así como la manera en que estos son vivenciados y resignificados por y a través de las personas que participan de ella en un contexto sociohistórico concreto.

La moda por tanto **clasifica**, permite situar a los portadores y que ellos mismos se sitúen en una posición en la escala social; **simboliza**, ya que a través de ella, los códigos y el mensaje que lleva implícitos, los sujetos se ajustan y se reconocen portadores de determinados valores y “deber ser” propios del grupo social al que pertenecen y ofrece una **estética** mediante la cual se satisface la vanidad personal y colectiva de un estamento. (Riviere, *Op.cit*: 21)

Los actores sociales del campo de la moda: lógicas productivas y estrategias de creación.

La naturaleza de los cambios sociales acontecidos a raíz de la crisis de los años 90 en Cuba signaron de manera particular el desarrollo y los derroteros que tomaría no sólo la moda sino todos los actores sociales que de una u otra forma se involucraron en su dinámica en los años siguientes. La escasez suscitada en este período condicionó en buena medida la aparición de soluciones en el micronivel, o sea, en la realidad más inmediata y cotidiana de los sujetos para resolver eficazmente y a corto plazo las necesidades que se presentaban a todos los niveles. Por tanto, a los actores sociales se les plantearon situaciones límites que tuvieron que enfrentar a partir de la redefinición de sus prácticas y proyecciones ante la nueva realidad que imponía a su vez nuevas condiciones de existencia.

El impacto sufrido por la cultura del vestir durante la década de los 90 en Cuba puede ser analizado en dos sentidos: el primero nos orienta hacia la transformación de algunos elementos con un importante contenido axiológico. Noción como “la elegancia” y “el buen vestir”, tradicionalmente muy arraigadas en la conciencia colectiva de los cubanos fueron erosionadas en este período, fundamentalmente en los primeros años, en los que las excesivas carencias ejercieron su influencia en el imaginario social y de lo que se trataba era de “resolver”. Lo más importante y necesario en aquel momento fue vestirse con los recursos que se tenían en casa. Por lo tanto, la adecuación entre tejido- diseño y tiempo-espacio no constituyó un aspecto sobresaliente.

El segundo nos lleva a plantearnos el rescate de lo artesanal como factor identitario en la medida que los productos confeccionados y promovidos en espacios habilitados con este fin fueron portadores de valores expresivos a partir de comunicar un modo de hacer, una determinada cultura, costumbres y hábitos nacionales. Lo que se inició como estrategias encaminadas a paliar la situación de escasez, luego derivó en todo un movimiento generado



tanto a nivel social como individual, dirigido a rescatar elementos de la cultura cubana (tejido, bordado, cerámica, cestería, orfebrería, etc.) con aciertos y desaciertos, ya que no todos los nuevos artesanos dominaban las técnicas artesanales y esto generó cierto desbalance en la calidad de estos productos. Pero que no obstante, movilizaron con ayuda de las más diversas instituciones, las capacidades creativas de los sujetos en virtud de un desarrollo cultural y social con recursos nacionales.

En dicho escenario, la creatividad¹ y la innovación² se erigieron en elementos dinamizadores de las estrategias de la familia cubana y se convirtieron en las principales alternativas tanto familiares como individuales para enfrentar la carencia de indumentaria. Se retornó a las confecciones de tipo artesanal y a las producciones independientes como prácticas no sólo familiares sino también institucionales ya que este elemento sirvió, además, para reevaluar las políticas estatales con relación a la necesidad de brindar cierta autonomía a las más diversas instituciones culturales en el país y de estimular la capacidad de autogestión de dichas instituciones, a partir de los recursos propios con que contaban. Lo cual posibilitó la búsqueda y el retorno de elementos artesanales como el tejido, el bordado y otros como factores de identidad familiar, local y nacional.

Así mismo los sujetos volcaron su mirada a lo viejo, lo inútil, a lo que estaba en desuso e imaginativamente fueron capaces de aprovechar sus cualidades y devolverle la utilidad a aquel producto que algún momento habían estimado perdido. La ropa de invierno inutilizada, deteriorada o pasada de moda se transformó sobre la base de la estructura ya hecha en el hogar o en lugares particulares (costurerías) estatales habilitados con este fin como sastrerías o ateliers y volvían a adquirir una primera dimensión, aprovechable por cualquier miembro de la familia.

La situación de crisis enfrentada por el país en la década de los 90, demandó nuevas formas de organización de la vida cotidiana y de los aspectos que la conformaban, entre los que se encontró el vestuario y las necesidades surgidas en torno a él. Esto trajo como consecuencia el surgimiento de una relación cualitativamente diferente entre el individuo y su contexto social; proceso en el que se reestructuraron las representaciones, expectativas, hábitos y normas que articulaban la vida social, familiar e individual del país.

Es justamente, en la esfera de la cotidianidad donde es posible definir, reproducir y modificar el sistema de necesidades de los sujetos y las relaciones que estos establecen con ellas, los proyectos, objetivos sociales y las vías para su satisfacción. La moda en este sentido, es un hecho que permite percibir esa cotidianidad, expresada en el acto diario de vestirse y hacerlo con arreglo a cánones y normas establecidas y aceptadas por la mayoría.

Debido a las contingencias y los cambios acontecidos en la realidad económica, política, social y cultural del país, se introdujeron desequilibrios en elementos esenciales de la vida cotidiana tanto a nivel individual, grupal como institucional y social. Por tanto, la crisis no sólo supuso pérdidas sino también posibilidades de crecimiento y desarrollo muy perceptibles a

¹ Se hace referencia a la creatividad como cualidad que pone en juego la capacidad de los actores sociales de resolver imaginativamente los problemas que se presentan durante sus prácticas.

² Se entenderá por innovación: los cambios que introducen elementos novedosos que con frecuencia pueden ser seguidos por un proceso de difusión. Estos se pueden constatar en los productos, procesos productivos, materiales empleados, procesos de mediación o en los mercados.



todos los niveles, pero especialmente, en el nivel individual. Aquello que por cotidiano pasaba inadvertido entonces se tornó objeto de análisis y cuestionamiento. Esto trajo como resultado exigencias adaptativas por parte de los sujetos. Aparecen nuevos objetos socialmente significativos, se transforman los referentes sociales y se reconfiguran los atributos de hechos y fenómenos sociales impactados por la crisis (Rodríguez y Pérez, 1995: 27). En tal caso, la población redefinió su quehacer y prácticas cotidianas a través de múltiples alternativas que dieran respuestas a los problemas planteados en el transporte, la alimentación, el vestuario y otros.

Esto significa que en el proceso de adaptación fue necesario afrontar las transformaciones dadas en nuestra realidad más inmediata y participar activamente en su modificación mediante la búsqueda de soluciones a los problemas planteados y la generación de ideas novedosas, adaptadas a las nuevas exigencias y al nuevo contexto.

Las instituciones relacionadas con el fenómeno de la moda en Cuba, encargadas de difundir, orientar y educar el gusto estético y el modo de vestir de la población vieron seriamente afectados su funcionamiento y capacidad empleadora. Entre ellas: Ministerio de la Industria Ligera, Ministerio del Comercio Interior, Empresas y Talleres de Confecciones Textiles, red de Tiendas y Medios de Comunicación.

Como impacto directo del período, puede decirse que de manera general, se vivenció por parte de las industrias (de calzado y confecciones textiles) un decrecimiento de los niveles de productividad, causa directa del cierre de muchos talleres que contaban con un suministro estable de materia prima, lo que permitía mantener un volumen de producción anual capaz de satisfacer en alguna medida las demandas del mercado nacional.

Los principales problemas identificados fueron de orden estructural. A saber:

- Disminución de los niveles de producción. Muchas empresas tuvieron que detener su funcionamiento, otras se unificaron. En correspondencia muchos de sus trabajadores no tuvieron otra alternativa que retirarse a sus casas con un subsidio estatal, en espera de mejorías. En tal caso se encontraron costureras, diseñadores, sastres y otras personas relacionadas con la Industria de la moda.
- De igual manera se incrementó el éxodo del personal de estas empresas en busca de mejores oportunidades de trabajo. Algunos de los cuales se ubicaron en lugares donde la actividad que realizaban no guardaba relación con su formación y otro porcentaje prefirió trabajar de manera independiente o emigrar del país.
- Como consecuencia de esto se fue perdiendo en gran medida el personal calificado, de experiencia, formado por la industria, en detrimento de la calidad de las confecciones al servicio de la población con el consecuente debilitamiento de la industria confeccionista.
- Orientación de la producción hacia el mercado en divisas. Algunas de las facilidades que ofrecía la libreta de productos industriales en términos de accesibilidad a determinados tejidos y piezas vestimentarias (confecciones femeninas, masculinas, juveniles e infantiles) se vieron interrumpidas en este período, debido a la disminución de las importaciones y al cierre de los talleres textiles relacionados con este tipo de artículos y, por tanto, el suministro a las tiendas que continuaron su funcionamiento.



- Debido a la despenalización del dólar y la apertura al capital extranjero se incrementó la red de tiendas en divisas y disminuyeron las ofertas de estos bienes en moneda nacional, quedando un reducido número de tiendas en las cuales se vendía ropa reciclada, que muchas veces no poseían la calidad requerida. Por tanto, se evidenció una disminución cualitativa y cuantitativa en la oferta y las opciones de estos servicios a la población. Existe en consecuencia, una deficiente oferta de vestuario que comprende todo tipo de artículos relacionados con la vestimenta, insuficiente para suplir las necesidades de la población.

El movimiento nacional de inventores y racionalizadores tuvo gran importancia y expresó el espíritu innovador presente en dicho contexto. Este movimiento permitió sustituir y modificar piezas y maquinaria industriales ya obsoletas, desfasadas en relación al desarrollo alcanzado por sus homólogas fuera del país. Este elemento es relevante en el análisis ya que la estructura económica del país, no había permitido mantener el ritmo de modernización de la Industria Ligera acorde a las variaciones inmediatas que exigía los lineamientos del vestir. Durante un tiempo, el cumplimiento y diversificación del surtido elaborado por esta industria se vio limitado, en gran medida, al priorizarse en el país necesidades sociales de otro orden (alimentación, educación, salud) y del mercado interno. Tal es el caso de la ropa de trabajo, uniformes escolares e institucionales. Lo que también limitó la calidad y oferta de confecciones textiles en el país y condicionó los planes de modernización de la industria.

Si en cualquier momento es posible innovar, en momentos de crisis como la experimentada no sólo fue necesario hacerlo, sino que se tornó de hecho imprescindible. En medio de tal contracción de la oferta tradicional, las personas se vieron obligadas a generar soluciones en el micronivel con los recursos que tenían a su alcance y desplegaron su imaginación y creatividad ante tal situación.

En el terreno de la indumentaria, las soluciones propuestas por la población fueron múltiples y muy novedosas. De tal manera que creatividad, imaginación e innovación fueron elementos erigidos en recursos paliatorios de la escasez de vestuario por la población cubana. Esta realidad se constató durante entrevistas³ cuando nos contaban que:

“En la crisis de los 90 hubo que utilizar la imaginación, o sea, ser creativo para poder salir adelante en esa crisis. La creatividad estaba en modificar, en enseñar a la gente, la creatividad viene dada a modificar, la modificación a inventar”

“Se tuvo que empezar a hacer cosas, surge esto de innovadores y racionalizadores, al crearse esto, producto de la escasez, también nos tocó a nosotros hacer innovaciones y lo que no se podía hacer porque no había una entretela, vamos a ver que entretela se usaba para eso aunque no sirviera, pero que por lo menos se asemejara algo. Sabíamos que la calidad no iba a ser la misma, pero por lo menos íbamos a resolver un problema...” (Sastre, 2003, 13/02)

En este período hubo muchas cosas desde el punto de vista vestimentario que se resolvieron a partir de la inventiva, o sea, de cómo las personas se cuestionaron soluciones para enfrentar la crisis, a partir de la reinterpretación de la nueva realidad. Así se convirtió en moda lo que constituía un problema real y concreto: la escasez de vestuario. Es decir, que las

³ Se realizaron entrevistas a diferentes actores sociales relacionados con la moda con el objetivo de conocer sus percepciones y estrategias de soluciones para enfrentar la escasez. A saber: costureras, sastres, jóvenes, diseñadores y expertos en el tema.



personas usaran los pantalones horadados en determinados lugares como rodillas, glúteos, etc. Esto era expresión, por una, parte de inconformidad ante tal situación y, por otra, reflejo de la propia crisis de indumentaria.

La *lycra* constituye un ejemplo fehaciente de la impronta que tuvo una determinada prenda vestimentaria en la población cubana por aquellos años. Un tejido cuya función es la de facilitar la práctica de deportes y actividades de este tipo como montar bicicleta devino “prenda nacional” sobre todo para la población femenina. En momentos donde las necesidades económicas y de todo tipo no daban cabida a la elección. Entonces era posible ver a una mujer en *lycra* y *tennis* cuyo destino era su centro de trabajo que en *lycra* y tacones en horario nocturno. Este es un ejemplo del uso de prendas deportivas en la vida pública de manera extendida, lo que tal vez, estuvo asociado a su comodidad, disponibilidad y accesibilidad por sus precios en el mercado.

La creatividad y la innovación fueron elementos determinantes de la moda en esos años, caracterizado a su vez, por la búsqueda de estrategias tanto individuales como familiares para enfrentar la escasez de indumentaria. La asignación de recursos humanos y materiales a actividades que permitieron maximizar su aptitud para adaptarse a un entorno social adverso fue una constante en las prácticas llevadas a cabo por la población, en general, y en el ámbito de la moda, en particular.

Las estrategias individuales especialmente en el sector juvenil estuvieron influenciadas por la diversidad emergida también en el área subjetiva, en la que se modificaron expectativas, valores y normas culturales. Estrategias encaminadas a la búsqueda de soluciones a partir de la gestión individual y de salidas competitivas, como consecuencia del brusco cambio del nivel de vida acontecido y de las contradicciones generadas ante la incertidumbre creciente ante el futuro.

En el ámbito familiar acudir a lo viejo, a la ropa discontinuada, deteriorada o que sencillamente el diseño no se adecuaba a las exigencias del momento fue una constante. Se transformaron y se hicieron otras piezas con la ropa de otras épocas convirtiéndolas en útiles nuevamente, que aprovechaba cualquier miembro de la familia. En este sentido lo que antes se miraba con desdén, en esta etapa tomó un valor inapreciable. Fue un período sobre todo que favoreció el apoyo y la unión no sólo familiar sino que supuso un afianzamiento y rescate de las relaciones interpersonales armoniosas.

“... por ejemplo una saya que haya sido tuya, que el tejido se encuentre en buenas condiciones, de ahí se podía hacer una blusita a la niña o al varón una camisita. De los pantalones y los pitusas igual, se zafaban y se hacía una cosa más pequeña, de acuerdo a como estuviera el tejido y uno resolvía...” (Costureras, 2003, 23/02)

“... de las patas de los pantalones hacíamos shorcitos a los varoncitos y de la ropa que tenía un modelo antiguo, le quitábamos las mangas, el cuello. A las camisas de los niños si los cuellos estaban muy malos los forrábamos o los virábamos al revés y así resolvíamos un tiempo más. Esa fue la crisis de verdad que golpeó bastante. En ese sentido tuvimos que trabajar” (Ídem)

La búsqueda de la versatilidad de la ropa también constituyó una estrategia ante la escasez de vestuario. Una misma prenda podía servir para distintas ocasiones en diversos



horarios del día con sólo agregarle o combinarla con otros elementos de muy sencilla confección y otros adquiridos en la tienda (tira de encaje, bordado, cenefa a rayas, etc.) u otros accesorios (collares, carteras, chaquetas, chalinás, pañuelos)

“... yo traté de buscar ropas de colores enteros y además de modelos muy simples que me ayudaran a cambiar la imagen de un adorno, con un pañuelo, con un collar, o sea, con un accesorio que hace que se cambie según la ocasión para que lo iba a utilizar... una de mis estrategias fue hacerme un vestido línea A, cuando se usaba, de color negro y ese mismo vestido me podía servir así de simple para una salida normal, cualquier, que iba a depender más bien de los zapatos y de la cartera que usara. Ese mismo vestido me lo podía poner con un cinto de cadena dorada que le daba además de un aire juvenil, también un poco de sport. Me lo podía poner con un lazo que preparé de rayas lilas que puesto con un interbibrillo en el escote daba una salida un poco más formal, y ese mismo vestido negro con un guipur blanco, nada más que con unas puntadas puesto bajo el busto, ya era un vestido de noche de ir al teatro con una cartera y zapatos blancos. (Ídem)

Este testimonio ilustra muy bien las capacidades imaginativas que entran en juego y se ponen de manifiesto en momentos críticos, a través del despliegue de estrategias individuales y familiares que dinamizan la inventiva y la creatividad de los sujetos.

La década de los 90 fue un momento en el que se percibió un rescate y el retorno a prácticas tradicionales como el tejido, el bordado que no sólo se erigieron en alternativas y respuestas adaptativas, sino que fueron expresión también de un desempeño estético y artístico, que encontraron espacio en lugares como la Catedral, la Rampa y otros destinados a la compra y venta de artículos vestimentarios.

Se asistió a un proceso de reajuste y adaptación a partir de lo autóctono, de lo nacional, lo propio: en el caso de los diseñadores tuvieron que proyectar sus diseños en función de la calidad de los tejidos. En este sentido se dejaron de hacer unas cosas y se incursionaron en otras. Un elemento novedoso de la etapa fue el trabajo con la técnica de *patchwork* (trabajo con parches) que facilitaba el aprovechamiento de los retazos de telas con un resultado bonito y de calidad. Con esta técnica se hicieron chalecos, carteras, bolsos, sayas, vestidos, etc.

Otra de las estrategias utilizadas fue el entintado, a través del cual se le daba uso a las telas de desecho, manchadas o con cualquier otro inconveniente, se pintaban y aquellas telas adquirían nuevamente una primera dimensión con esta técnica. Muy utilizada no sólo por los diseñadores sino por la población que en muchos casos se convirtió en verdadera protagonista (sobrecamas, colchones, cortinas y otras). La solidaridad entre familiares y amigos, expresada en el préstamo e intercambio de ropas y los donativos, muy extendidos en aquel momento también constituyó una estrategia para enfrentar la situación.

Algunos diseñadores se dedicaron a comprar ropas y sobre ese tipo de estructura básica trabajar y redecorar con otros elementos, en virtud de enriquecerla, lo que en el mundo de la moda se llama reciclaje del vestuario. Hecho que actuó como punto de partida de las tiendas de ropa reciclada tan extendidas y populares.

Muchas personas vieron en el trabajo artesanal además, de una fuente de empleo que permitía generar ingresos con un valor aceptable en el mercado, una posibilidad de resolver la inexistencia de productos vestimentarios a partir de medios propios.



El retorno a las confecciones artesanales, que también sirvió de agente dinamizador en la búsqueda y desarrollo de una industria nacional de confecciones, no fue un hecho que apareció en los años 90, puesto que el *Fondo Cubano de Bienes Culturales* y el Centro de Desarrollo Artesanal- Industrial *Quitrín* desde la década anterior tenían como línea central de su actividad el trabajo con tejidos de producción nacional: algodón y fibras naturales. Además del trabajo con alforzas, encajes, bordados, deshilados, crochet, richeliú, bobeeé que rescataron una tradición de los siglos XVIII y XIX en Cuba.

Fueron protagonistas también de este desarrollo artesanal las ferias generadas en todo el país con gran aceptación popular. Las que no sólo devinieron en espacios de manifestación de la creatividad y el ingenio personal sino donde se pusieron en práctica y se consolidaron nuevas formas de relación con el sector turístico. Esto implicó la redefinición de las ofertas artesanales y su calidad, con vistas a atraer un mayor número de turistas.

Se retomaron prácticas que habían estado marginadas y limitadas a la persona de más edad de la casa: las abuelas. Tal es el caso del tejido, el bordado, que sirvieron para rescatar una tradición y además para vestir e inclusive calzar a los miembros de la familia. Toda suerte de artículos fueron confeccionados mediante el tejido: blusas, sayas, medias, shorts, manteles, sombreros, zapatillas, con propuestas muy interesantes y de muy buen gusto. En este sentido también se percibió un proceso de reevaluación y revalorización de lo útil y lo inútil, atravesado por la concepción predominante en aquellos momentos: “todo es aprovechable para resolver”.

En este clima los actores sociales del campo de la moda vieron influenciadas sus prácticas y se vieron abocados a interactuar en un campo cada vez más competitivo y complejo, readaptándose a las nuevas exigencias y condiciones.

Artesanos y costureras se insertaron en la nueva dinámica social, donde emergieron, por una parte, prácticas portadoras de valores culturales a nivel familiar y se erigieron portadores de una artesanía menor (familiar), dirigida a los remiendos, arreglos de poca envergadura en el plano del vestuario. De tal manera se generaron soluciones en el micronivel muy eficaces no sólo a nivel individual y familiar sino a nivel comunitario y social. Tanto artesanos como costureras se presentaron como agentes orientadores de las creatividades individuales y muy eficaces en la solución de problemas relacionados con la indumentaria.

El cierre paulatino de los centros formadores de sastres y de un número importante de sastrerías fue condicionando el escaso desarrollo de este oficio y la pérdida de reconocimiento y de su importancia en la familia cubana, en los jóvenes especialmente. Para las nuevas generaciones que no gozaron de sus beneficios este oficio no tenía el mismo significado.

En otro orden de cosas tanto las costureras como los demás actores sociales del campo de la moda se reinsertaron en la nueva lógica de las emergentes relaciones mercantiles cada vez más competitivas y complejas. Dichas relaciones suponían dominar los resortes que entraron en juego: diseño, tejidos, terminación, colores y tendencias difundidas, en virtud de coexistir competitivamente o como alternativa a las distintas ofertas de productos vestimentarios existentes en los más variados circuitos de consumo tanto formales como informales, circuitos de los que también formaban parte. Puede decirse que si algún día se escribe la historia de la moda de los años 90, se va a tener que hablar de los artesanos, por cuenta propia, porque actuaron como importantes difusores de las tendencias de la moda y, además, ofrecieron a las



personas alternativas de productos y precios que signaron notablemente la dinámica de este fenómeno en Cuba.

Los diseñadores definen, por su parte, el período como “muy creativo y de grandes retos”. La necesidad de suplir el alza de la década predecesora y restringirse a materiales más naturales y poco convencionales dentro del mundo de la moda, exigió un mayor esfuerzo y el desempeño de una labor más constante y sistemática. Hecho que le imprimió singularidad a la práctica del diseñador. Este como actor trabaja e impone a su creación un sello artístico resultado de su imaginación y lo que desea expresar. Por tanto, aún cuando algunos diseñadores tienen una concepción del diseño orientada a la utilidad y funcionalidad del mismo, existen espacios (eventos internacionales y nacionales) en los que se hace posible un mayor despliegue artístico. En tal sentido, la competencia supone otros matices.

“... yo pienso que tuvimos más trabajo, porque además hubo que ejercitarse un poquito más, es muy fácil cuando tú tienes todo, que tengas por ejemplo todos los componentes para hacer un vestido, es muy fácil hacerlo, a mí me resulta fácil, pero lo más difícil es cuando tú no tienes es cuando tú tienes que aportar un trabajo, un trabajo de una envergadura como el que tuvimos que hacer en esa época y seguimos en presentaciones internacionales, nacionales y hacer espectáculos con materiales que eran menos nobles que esos que eran comunes y corrientes.” (Diseñador, 2003,10/02)

Esta etapa no sólo marcó pautas en los diseños y tejidos utilizados para realizarlos sino que delineó un modo de hacer y de concebir la moda. Lo cual, quizás sea un elemento que distingue el quehacer de los diseñadores cubanos. La práctica del diseñador se modificó en buena medida porque en muchas ocasiones hubo que trabajar sobre un diseño anterior. Por tanto fue muy difícil mantener una congruencia con los lineamientos de la moda internacional, al no tener los recursos necesarios para hacerlo.

Los jóvenes como paradigma, receptores y propulsores más dinámicos de las tendencias de la moda en nuestro país, se identifican como tales a partir de la asunción de determinados modos de ser, hacer y comunicarse. Lo que define la moda como un fenómeno por excelencia viabilizador de sus necesidades más serias en esta etapa de la vida: la necesidad de exhibir una identidad propia, al tiempo que integrarse a un grupo de iguales, con los conflictos que esto implica. En la medida que existe siempre una aspiración latente o manifiesta de alcanzar un determinado *status*, exhibido precisamente por determinado grupo referencial.

Los jóvenes entrevistados otorgaron especial significado al hecho de estar a la moda y a la necesidad de adecuarse al contexto social a través de las prácticas que realizaban y la manera en que vestían. ¡Era vital la adecuación en tiempo más que en espacio! O sea, no marchar con las tendencias de la moda sería pertenecer al grupo de los “desfasados”. Tal hecho posibilita no sólo la exclusión y la no identificación por determinado grupo sino que funciona como medio de autoexclusión el propio individuo, al no poder alcanzar la meta social. No importaba el lugar de paseo, sólo interesaba exhibir la moda y determinada imagen corporal. Esto se relaciona, quizás con el predominio y aceptación que ha tenido la ropa deportiva en los últimos tiempos, condicionado por la tropicalidad, la informalidad y la comodidad que tiene implícito.

Se quebró en algún sentido el significado social de vestir según la ocasión, apropiadamente. Fueron priorizadas otras necesidades: vivienda, alimentación, etc. Por tanto, para un importante grupo de personas el interés se centró en las posibilidades propias de manera modesta, con un



privilegio distintivo de limpieza e integridad de la pieza como atributos fundamentales de la indumentaria. Bajo esta lógica era posible ver combinaciones incompatibles desde las perspectivas de otros (tejidos de rayas con bolas o colores totalmente incongruentes), explícitas en frases como “estás fajao”, “si te coge el come rayas”.

Puede decirse que los actores sociales del campo de la moda (sastres, costureras, diseñadores y jóvenes) vieron influenciadas sus prácticas en cuanto tales en la medida que:

- Se modificó a saber, el quehacer no sólo de ellas (costureras) sino de todos los actores sociales en tanto aparecieron nuevas competencias y conflictos y muchos dejaron de orientar de algún modo la manera de vestir, en relación a la fisonomía individual para insertarse en la lógica del mercado, reproduciendo los mismos diseños existentes en los distintos circuitos de consumo en divisas que actúa como jerarquizador de las necesidades de indumentaria de la población.
- Otros en virtud de poder competir en el mercado nacional y con los productos disponibles en los distintos circuitos de consumo tanto formales como informales ofrecieron propuestas novedosas e interesantes como: *el patchwork*, *el entintado*, etc.
- En tal caso sus prácticas se vieron limitadas en un primer momento y potenciadas luego por un reajuste en la significación social de la costurera como la persona encargada no sólo de cortar y coser sino también de orientar adecuadamente. En la segunda mitad de la década de los 90, se impuso el desarrollo de las relaciones mercantiles y la inserción en una nueva lógica mercantil les planteó desarrollarse en un campo cada vez más conflictivo y competitivo.
- La escasez acuciante de recursos que enfrentaron, conllevó en gran medida al debilitamiento de sus actividades, en tanto, las posibilidades de creación que ofrecía trabajar con el tejido adecuado para cada diseño, fueron gravemente limitadas.
- Tal situación exigió de su parte una potenciación de sus capacidades creativas e imaginativas para resolver las dificultades que en la práctica se presentaban. Por tanto, el trinomio competencias (lo que saben) –recursos (con qué cuentan)- innovaciones (que hacen con lo que tienen) constituyó el eje rector de sus prácticas en el período.
- Como consecuencia, la interrelación de estos tres elementos fue vital para dar continuidad a su desempeño profesional, en la medida que se necesitó ser más investigativo y emplear a fondo el conocimiento adquirido, en virtud de utilizar eficientemente los escasos recursos y lograr un resultado adecuado.
- La aparición de actores sociales espontáneos (costureras y diseñadores, grupos de modas) abrió un escenario aún más competitivo en el que algunas personas impulsadas por la necesidad y la precariedad incursionaron en la costura y aprendieron a coser y diseñar su propia ropa.
- La espontaneidad de dichos actores con propuestas más y menos acertadas, resultaron de la movilización y autogestión de los sujetos para salir o al menos enfrentar una situación crítica. Y se caracterizó por el desarrollo de múltiples habilidades en un mismo sujeto que le permitieron desempeñar prácticas innovadoras y legítimas.
- El desajuste entre aspiraciones y posibilidades reales de satisfacción tanto a nivel social como individual fueron expresión de posiciones caracterizadas por la imitación de valores foráneos fuera de las posibilidades reales, sobre todo en el campo del vestido y la moda,



donde indudablemente se alojó la competencia y el deseo de imitar. Así como escenario de contradicciones entre una moda ideal y una moda posible.

La década de los 90 en general marcó pautas en el modo de vestir, en la moda y en su significación social e impuso a sus agentes más consecuentes, grandes retos en el desempeño de sus prácticas. Fue preciso readecuar y redefinir sus competencias en función de los recursos que tenían y empezaban a escasear.

Se modificaron los sentidos otorgados a la vestimenta, al modo de llevarla y a la imagen en general de acuerdo a coordenadas de espacio y tiempo. Eventos sociales como las bodas o una función teatral e incluso actividades realizadas en instituciones religiosas (iglesias) que tradicionalmente devengaban una forma particular de vestirse y llevar la indumentaria, devinieron en espacios de manifestación y expresión de los gustos individuales e identidades grupales. Todo ello acompañado de un proceso de informatización en el vestir, en la que la ropa de *sport* era utilizada a cualquier hora del día y para todo tipo de ocasión.

Las fronteras entre los diseños y el modo de asumir la indumentaria en los distintos segmentos de la población se tornó cada vez más indiferenciada. Niños, jóvenes y adultos asumieron un modo de vestir muy similar porque, en primer término, las opciones de vestuario también dejaron de diferenciarse en los distintos circuitos de consumo y, en segundo nivel, las condiciones económicas y culturales (cambio de referentes mediatizada por una mirada al exterior y la introducción de valores ajenos a los promovidos socialmente) determinaron una transformación de los lineamientos tradicionales del vestuario de unos y otros según sus características, edad, intereses, etc. De hecho muchos de los códigos comunicativos de estos grupos (modo de ser, andar, expresarse, representarse e identificarse) se entrelazaron y desplazaron continuamente de uno a otro. Este es un fenómeno que se mantiene en la actualidad.

¿A MODO DE CONCLUSIÓN?

Hablar acerca de la pertinencia o no de moda cubana fertilizaría el terreno a una discusión que trasciende cualquier disquisición conceptual o semiótica. La existencia o no de una moda cubana lleva a cuestionarse sobre:

- La presencia de un soporte tecnológico, industrial y económico que permita la producción de tejidos a partir de recursos nacionales.
- La preparación de personal en todos los niveles capaces de desarrollar una forma de vestir y diseños vestimentarios acorde a nuestras exigencias climáticas, geográficas y culturales.
- La presencia de una o varias líneas de piezas vestimentarias que respondan a un proceso histórico que a su vez le imprima singularidad y tipicidad a la creación.
- La adecuación a patrones y elementos culturales que definan una identidad nacional, reconocidos a nivel internacional.



- La implementación de políticas que contemplen el conocimiento, la orientación y la educación del gusto de la población que propicie el reconocimiento de un modo de vestir cubano por la mayoría.

En este sentido considero arriesgado corroborar la existencia de una moda cubana en la actualidad. Más bien me inclino por el criterio que defiende la presencia de un modo de concebir, asumir y llevar el vestuario muy particulares, en tanto, el cubano se define entre otras cosas por sus formas de expresión en todos los ámbitos: musical, artística y gestualmente. Gestualidad atravesada por una determinada manera de asumir la imagen y proyectarla. Más que una estética, que hay que estudiar, hay un estilo propio.

La moda debe ser concebida como expresión de los cambios que se suceden en una sociedad. Esto es, como reflejo del contexto sociohistórico en el que se inserte. En Cuba, así como en el resto del mundo la moda se ha convertido en imperativo, y las personas, en esclavas de ésta, muchas veces perdiendo o solapando su identidad para ajustarse simplemente a “lo que se usa”, desechando todo tipo de mirada crítica acerca de las coordenadas físicas, espaciales y temporales en las que se mueve. Por tanto, resulta de vital importancia trabajar junto a la moda la cuestión ética además de la estética y para eso es necesario ver este hecho no como una trivialidad sino como un fenómeno sociocultural estrechamente vinculado a la industria y a la cultura nacional en la medida que, como elemento dinamizador de la primera permite dar opciones de expresión cultural y se inserta dentro el desarrollo científico y tecnológico del país.

Cuba posee un potencial inestimable en este sentido (diseñadores, costureras, sastres, modelos, población en general) que aún no ha sido aprovechado al máximo, puesto que en muchos casos no existen las estructuras necesarias para que estos desarrollen sin limitaciones sus prácticas creadoras. Y aún cuando podemos mencionar algunas instituciones que trabajan en esta dirección como la Asociación Cubana de Artesanos y Artistas de Cuba, el Fondo Cubano de Bienes Culturales por citar las más conocidas, no existen suficientes espacios para que los actores sociales que de una u otra forma tienen responsabilidad con la moda en Cuba se agrupen y puedan intercambiar de manera sistemática experiencias, creaciones, criterios fuera del contexto de los eventos internacionales que se producen anualmente. Hecho que brindaría la posibilidad de dar unidad y coherencia a los trabajos realizados en todo el país en medio de un contexto de diversidad necesaria, y ofrecería a la población canales de acceso a esas producciones, que estaría en capacidad de comparar y elegir sobre la base de un conocimiento amplio y bien orientado. Es decir, la influencia sobre la cultura del vestir sería mayor y mejor recibida.

El tema de la moda en Cuba en la década de los 90 está muy lejos de ser agotado, más aún cuando cada análisis derivado de una realidad tan compleja y cambiante sugiere nuevas interrogantes, susceptibles de conformar una nueva investigación.

¿Pueden vestir los cubanos una moda cubana? ¿Es la moda en Cuba un reflejo de la cultura? Y consiguientemente ¿Llevamos la ropa como reflejo de lo que somos o somos esclavos del mercado? ¿Cómo pudieran influir los diseñadores en la cultura del vestir del cubano? ¿Articular nuevos mecanismos capaces de orientar sobre el diseño de las confecciones textiles sería suficiente para modificar los estilos, valores y modos de vestir de la población? ¿Qué pasaría con los actores sociales que trataran de rescatar y/o crear un modo



de vestir propio? ¿En las actuales condiciones sería esto posible? De ser afirmativas las respuestas ¿Cómo acogería la población cubana los proyectos dirigidos en ese sentido?

Estos y otros cuestionamientos revelan la complejidad y las difíciles relaciones sociales que comprende el fenómeno de la moda, justamente porque precisan para su respuesta de investigaciones, pensamientos y acciones concretas que articulen los niveles social e individual.

Referencias bibliográficas

- 1) Entrevista a diseñador. Hotel Habana Libre Tryp. 5/03/2003. p.2
- 2) Lauro Zavala. El vestido en la vida contemporánea. En: www.modaes.net, 2002. p.3
- 3) Miguel Marinas. El malestar de la Cultura del Consumo. En: **Rev. Política y Sociología**. Universidad Complutense, Volumen 39, Núm. 1, Madrid, España, 2002. p.3
- 4) Ángel Hernández. **Estudio sobre las características y dinámica de la moda en Cuba**. Convención Internacional de la Moda, La Habana, ICIODI, 1984. p.4
- 5) Margarita Riviere. **La moda ¿Comunicación o Incomunicación?** Edit. Gustavi Gili, Barcelona, España, 1977. p.4
- 6) **Ídem**. p.5
- 7) Pierre Bourdieu. La lógica de los campos. En: **Selección de lecturas sobre Sociología de la Cultura**. Universidad de La Habana, 2000. p.5
- 8) Ana Lucía De Castro. Culto al Cuerpo. Modernidad y Medios de Comunicación. En: www.modacuerpo.com, 2003. p.5
- 9) Pierre Bourdieu. **Op.cit.** p.5
- 10) Cuerpo y contemporaneidad. Revista Topía. En: www.modacuerpo.com, 2003. p.6
- 11) **Ídem**. p.6
- 12) Cristina Santamarina. **Nuevos conflictos de las mujeres en la Sociedad de Consumo: Cuatro perspectivas sobre la construcción de la identidad femenina en la España de final de siglo**. Universidad Complutense de Madrid, 2001. p.7
- 13) David Le Breton. Lo imaginario del cuerpo en la tecnociencia. En: **REIS. Revista española de investigaciones sociológicas**, No 68, 1994. p.7
- 14) **Ídem**. p.7
- 15) Margarita Riviere. **Op. Cit.** p.8
- 16) Rosa Rodríguez y Alina Pérez. **Los 90: una década de retos para los jóvenes cubanos**. Centro de Estudios sobre la Juventud, La Habana, Cuba, 1995. p.9
- 17) Entrevista a Sastre. Sastrería "El Elegante", 13/02/2003. p.11
- 18) Grupo de Discusión con costureras, 10/02/2003. p.12
- 19) **Ídem**. p.12
- 20) **Ídem**. p.12
- 21) Entrevista a diseñador, 10/02/2003. p.15



Bibliografía

Alonso, Aurelio. *Catolicismo, política y cambio en la realidad cubana actual*. En: **Rev. TEMAS**, Núm.4, 1995.

Appadurai, Arjun. **La vida social de las cosas. Perspectiva social de las mercancías**. Edit. Grijalbo, México, DF, 1986.

Azcuy, Hugo. *Estado y sociedad Civil en cuba*. En **Rev. TEMAS**, Núm.4, 1995.

Barbero, Martín: *“Prácticas de comunicación en la cultura popular”*. En: Rev. **Sociedad**, N° 5, octubre, Buenos Aires, 1995

Barthes, Roland: *“La cocina del sentido”*. En: **La aventura semiológica**, edit. Paidós, Barcelona, 1990

Basail Rodríguez, Alain: *“Las máscaras de lo social. Cultura y Sociología.”* En: **Selección de Lecturas de Sociología de la Cultura (Introducción)**, Departamento de Sociología, U.H., 1997.

Basail, Alain y Roberto Dávalos. **Materiales de Antropología Sociocultural**. Departamento de Sociología, Universidad de La Habana, 2003.

Bohannan, Paul y Mark Glazer. **Antropología. Lecturas**. Editorial McGraw, Madrid, 1998.

Bourdieu Pierre. *La lógica de los campos*. En: **Selección de lecturas sobre Sociología de la Cultura**. Departamento de Sociología, Univ. de La Habana, 2000

_____ : *“La fuerza de la reproducción”*. Akal, Madrid, 1985

_____ : **El sentido práctico**, Taurus, Madrid, 1991.

_____ : **Sociología y Cultura**, Grijalbo, México, 1990.

_____ : **La distinción: Criterio y bases sociales del gusto**, edit. Taurus, Madrid, 1991.

Carranza Julio, Pedro M., Luis G. **Cuba: la reestructuración de la economía, una propuesta para el debate**. Edit. Ciencias Sociales, La habana, 1995.

Castilla, José L. *El multiculturalismo y las trampas de la Cultura*. En: **Rev. Política y Sociología** de la Universidad Complutense, Vol.39, Núm.1, 2002.



Castro, Miguel. *La imagen de la investigación cualitativa en la investigación de mercados*. En: **Rev. Política y Sociología** de la Universidad Complutense. Vol.39, Núm.1, 2002.

Certeau, Michel de: *“Prácticas cotidianas”*. En: **Les cultures populaires**, París, 1979.

Colectivo de Autores. **La presión de la moda. La composición corporal de las jóvenes en la adolescencia y algunas repercusiones clínicas**. Departamento de Biología y Antropología. Universidad Autónoma de Madrid, España, 2002.

Colectivo de Autores. **Cuadernos de realidades sociales**. Instituto de Sociología Aplicada de Madrid, Núm. 57/58, enero, 2001.

Domínguez, María I, M. Elena F. **Jóvenes cubanos, expectativas en los 90**. Edit. Ciencias Sociales. Colección Pinos Nuevos, 1996.

Cuerpo y contemporaneidad. Revista Topía. En: www.modacuerpo.com, 2003

De Castro Ana Lucía. *Culto al Cuerpo. Modernidad y Medios de Comunicación*. En: www.modacuerpo.com, 2003.

Encyclopedia of sociology. Borgatta, Machillan. Edit. Board, 1992.

Espina Prieto, Mayra. *Transformaciones recientes de la estructura socioclasista cubana*. En: **Rev. PAPERS**, Núm. 52. Universidad Autónoma de Barcelona, 1997.

García Canclini, Nestor: *“La puesta en escena de lo popular”*. En: **Culturas híbridas**, edit. Grijalbo, México, 1989.

_____. *“Los estudios culturales de los 80 a los 90: perspectivas antropológicas y sociológicas en América Latina”*. En: **Alain Basail, Sociología y sociedad de la cultura, Editorial Félix Varela, La Habana, 2004**

Geertz, Clifford: *“Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura”*. En: **La interpretación de las culturas**, edit. Gedisa, Barcelona, 1987

Grignon, Claude y J.C.Passeron: *“Simbolismo dominante y simbolismo dominado”*. En: **Lo culto y lo popular**, edit. Nueva Visión, Buenos Aires, 1991

Grimberg, Máximo: **Comunicación alternativa y cambio social**, edit. UNAM, México, Grijalbo, México, 1989



Hernández Ángel. **Estudio sobre las características y dinámica de la moda en Cuba.** Convención Internacional de la Moda, La Habana, ICIODI, 1984.

Jameson, Friedric: "Posmodernismo y capitalismo tardío". En: Rev. **El Cielo por Asalto**, N° 3, Buenos Aires, 1991-2.

Konig, René. **Sociología de la moda.** Editor A. Redondo, Barcelona, 1972.

Larenas, Angie. **La inserción social del Rastafari en Cuba. ¿Tendencias contraculturales?** Departamento de Sociología, Universidad de la Habana, 2002.

Le Breton David. *Lo imaginario del cuerpo en la tecnociencia.* En: **REIS. Revista española de investigaciones sociológicas**, No 68, 1994.

Maestre Alfonso, Juan. **La investigación en Antropología social.** Editorial Península, Barcelona, 1990.

Mañach, Jorge. *Elogio de la guayabera y vejamen de la chambrita.* En. **Rev. Bohemia**, Núm. 24, 1947.

Marinas Miguel. *El malestar de la Cultura del Consumo.* En: **Rev. Política y Sociología.** Universidad Complutense, Volumen 39, Núm. 1, Madrid, España, 2002.

Martín Algarra, Manuel. **La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schutz.** Edit. Universidad de Navarra, S.A. Pamplona, España, 1993

Neufeld, María Rosa: "Crisis y vigencia de un concepto: La cultura en la óptica de la Antropología". En: Lizchetti, Mirtha (comp.), **Antropología**, edit. EUDEBA, Buenos Aires, 1996.

Riviere Margarita. **La moda ¿Comunicación o Incomunicación?** Edit. Gustavi Gili, Barcelona, España, 1977.

Rodríguez Rosa y Alina Pérez. **Los 90: una década de retos para los jóvenes cubanos.** Centro de Estudios sobre la Juventud, La Habana, Cuba, 1995.

Rubio Irene. **La guayabera: Prenda nacional cubana.** ONDI, 1989

Santamarina Cristina. **Nuevos conflictos de las mujeres en la Sociedad de Consumo: Cuatro perspectivas sobre la construcción de la identidad femenina en la España de final de siglo.** Universidad Complutense de Madrid, 2001.

William, Raymond: "Cultura". En: **Marxismo y Literatura**, edit. Península, Barcelona, 1980.



_____: *"Hacia una Sociología de la cultura"*. En: **Sociología de la cultura**, edit. Paidós, Barcelona, 1992

_____: *"Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación"*. En: Simpson William, Raymond: *"Ideología"*. En: **Marxismo y Literatura**, edit. Península, Barcelona, 1980

_____: *"Hegemonía"*. En: Ídem.

_____: *"Ideología"*. En: **Marxismo y Literatura**, *op. cit.* (pp. 10).

_____: *"Hegemonía"*. En: **Ídem.** (pp. 10).

Zavala Lauro. *El vestido en la vida contemporánea*. En: www.modaes.net, 2002.