

La moda como revolución individual, social y cultural

Por **Gisela Arroyo Andrade**
 Editora Revista Likán

La moda es un fenómeno social que se articula con lo individual, lo cultural y lo político, lo que la convierte en una herramienta de expresión que establece posturas y genera aportes a la sociedad.

La moda es un campo que en el imaginario colectivo suele relacionarse con banalidad y superficialidad; sin embargo, esta mirada limita su comprensión como un fenómeno social importante que se articula con lo individual y lo cultural e, incluso, con lo político, lo que la convierte no solo en una herramienta de expresión de la personalidad, sino también en una forma de expresar posturas y generar aportes a la sociedad; de tejer, literal y figuradamente, redes; de visibilizar culturas y técnicas históricamente invisibilizadas y, en términos generales, de contribuir a un mundo mejor.

Lo anterior resume, en parte, esta nueva edición 2024-1 de Likán, la cual recoge artículos que presentan marcas con un sentido social, humano y sostenible, que se convierten en apuestas para construir un mundo más verde, pero también más equitativo. Marcas que son el fruto del esfuerzo y la dedicación de diseñadoras y artistas talentosos que, con una visión emprendedora, han logrado visibilizar su trabajo y llegar a personas que se conectan e identifican con sus diseños y sus posturas. De diseñadores y artistas que reconocen que la moda es también un proceso colectivo, que reconocen los aportes de sus equipos de trabajo como fundamentales para el crecimiento de sus marcas.

El primer artículo presenta a la marca Paradigma, un emprendimiento familiar que se distingue por su alto compromiso no solo con el cliente, sino también con el medioambiente. Paradigma es solo un ejemplo de las diferentes formas en las que la moda se convierte en un vehículo para aportar a la sostenibilidad: el segundo artículo evidencia cómo la ropa de segunda mano es una opción amigable con el planeta y da cuenta de las transformaciones a nivel social y cultural que se han venido dando en relación con el uso y consumo de la ropa de segunda mano.

Los siguientes dos artículos, ubicados en la sección En Poder, muestran, justamente, cómo la moda se convierte en un vehículo que visibiliza y empodera el trabajo de comunidades indígenas. Los diseñadores Laura Laurens y Juan Pablo Socarrás trabajan de la mano con comunidades colombianas y latinoamericanas, respectivamente, reconociendo la belleza y el valor de su trabajo sin caer en la apropiación cultural.

Pero la moda no solo tiene que ver con ropa o diseños. La moda es también estilo y cuidado capilar, expresión de la personalidad a través del color y el corte. El artículo sobre El Taller del Pelo, peluquería alternativa, refleja esto muy bien y evidencia cómo la moda es también producto de la visión y del legado de personas; en este caso puntual, de su creador, Carlos Álvarez, quién no solo logró construir un lugar para la creatividad y la expresión de la personalidad, sino también un espacio cultural y de formación en técnicas capilares que crea oportunidades para jóvenes talentosos.

La edición cierra presentándonos Franca, una marca emergente que resalta el valor y la esencia de las mujeres contemporáneas, así como la valentía y el valor de su fundadora.

Y a propósito de resaltar el trabajo colectivo a lo largo de los diferentes artículos, esperamos disfruten esta edición, realizada conjuntamente entre estudiantes y docentes de los programas de Comunicación Social-Periodismo, Medios Audiovisuales, Diseño de Modas y Diseño Gráfico del Politécnico Grancolombiano.