

PROLETARIOS DEL MUNDO DE LA MODA, UNÍOS

Claudia Tania Rivera

La idea de la moda como una reina tirana que domina por capricho un imperio habitado por súbditos obedientes y pasivos se forjó en el transcurso del siglo XIX y sigue vigente hasta hoy. La diseñadora Coco Chanel, la editora Diana Vreeland o personajes ficticios como Edna Moda (diseñadora de trajes de superhéroe en la película animada *Los Increíbles*) y Miranda Priestly (editora en la cinta *El diablo viste a la moda*), encajan en este estereotipo. Anna Wintour, editora de *Vogue* y directora artística de Condé Nast, podría ser la encarnación actual de esa reina y la MET Gala fungir como el gran evento que reúne a su corte.

Aclaro por si alguien no lo sabe: la MET Gala es una cena que se realiza cada primer lunes de mayo en el Museo Metropolitano de Arte de Nueva York (MET). Con ella se inaugura la exposición estelar del Costume Institute, que suele ser de las más taquilleras del año. Es uno de los pocos eventos en donde se unen sin cortapisas el capital económico con el capital cultural: miembros de las élites de la industria del vestido y del espectáculo festejan en —y financian a— un recinto consagrado al arte.

Wintour manda en la MET Gala como los reyes mandaban en sus cortes. Asiste quien ella decide: nadie entra a este exclusivo evento sin su visto bueno, ni siquiera quienes están dispuestos a pagar miles de dólares por un lugar. Los invitados son gente famosa del mundo del espectáculo y la alta costura, influyente, bella o millona-

Exhibición *Art of the In-Between*, The Metropolitan Museum of Art. Fotografía de Daryl Ocampo, 2017 © ▶



En la MET Gala todos tienen prohibido publicar fotos o videos de la velada y llegan a la alfombra roja en el orden establecido por Wintour.

ria. Sean quienes sean, en la MET Gala todos tienen prohibido publicar fotos o videos de la velada y llegan a la alfombra roja en el orden establecido por Wintour. Es tal el poder de la editora en este evento que algunos visten lo que ella haya sugerido.

Pero no todo es oropel y ostentación.

La MET Gala tiene un fin concreto y material: recaudar fondos para financiar al Costume Institute, el único de los departamentos curatoriales del MET que no recibe apoyo monetario del museo. La organización de la gala no es, entonces, poca cosa. De su realización depende el funcionamiento del instituto y la conservación de una gigantesca colección —33 mil piezas— de indumentaria. Y eso cuesta mucho. Se necesita, por ejemplo, espacio suficiente para embalar cada prenda (los dobleces y el polvo son enemigos a vencer) y mantener una temperatura adecuada para evitar la humedad y las polillas. A esto hay que sumar que las exposiciones permanentes de indumentaria no son posibles y que cuando las piezas son exhibidas debe ser bajo una luz tenue y en un soporte adecuado porque de otra forma sufrirían desgastes significativos, como decolorarse o volverse polvo.

La MET Gala de 2020 se canceló por la pandemia de COVID-19 y la inauguración de la muestra *About time: Fashion and duration* (Sobre el tiempo: Moda y duración) con la que el Costume Institute celebrará los 150 años de la fundación del MET se pospuso para octubre de este año. La gala y la exposición prometían ser eventos a la altura de los festejos de aniversario del museo pero no lo fueron.

Tras anunciar la cancelación de la fiesta *Vogue* improvisó un programa llamado "A Moment With the Met" a través de YouTube. El evento propuesto fue simple evocación: los mejores momentos de la alfombra roja, un número musical en vivo con la cantante que animó la cena diez años atrás; charlas con famosos de la farándula que rememoraban sus atuendos de años pasados y una convocatoria al público para que recreara sus atuendos favoritos de otras galas a través de Instagram bajo la etiqueta #MetGalaChallenge. En pocas palabras, la propuesta de *Vogue* fue pura nostalgia, cero novedad.

Andrew Bolton, curador del Instituto, aseguró que *About time* es su proyecto más ambicioso hasta ahora: se exhibirán 120 vestidos en dos secuencias, una cronológica y otra estética, en dos salas que simulan dos caras de reloj. La sucesión lineal llevará al visitante por la historia clásica de la moda de 1870 a 2020 y servirá de guía y contraste a la otra serie donde las siluetas, los tejidos o las texturas develarán la faz cíclica de la moda. Esta disposición formal tuvo, además, otro grado de dificultad: para lograr el contraste entre ambas narrativas y acentuar las siluetas sólo se utilizaron prendas blancas y negras.

La apuesta de la exposición está en esta última. A través de ella Bolton y su equipo demostrarán el conocimiento y la habilidad para seleccionar los trajes de la amplia colección de indumentaria que resguarda el MET y contar una historia donde las formas de los vestidos son la aguja que orienta el devenir. *About time* será espectacular, pero no será la mejor exposición de moda exhibida en el MET ni la apuesta más novedosa en este inusual 2020.

La imprevista y prolongada pausa de las rutinas en la vida pública provocada por la



Exhibición *CAMP*, Metropolitan Museum of Art. Fotografía de Regan Vercruyssen, 2019 ©

cuarentena propició el surgimiento de escenarios furtivos. Las ciudades enmudecieron. El trino de los pájaros resurgió para mostrarnos el posible ambiente sonoro de las ciudades de hace más de cien años. En medio de esto, una decena de chicas de entre 15 y 22 años se convirtieron en las organizadoras del sorpresivo evento de moda más relevante del año en el lugar menos esperado: el High Fashion Twitter MET Gala (@HFMetGala). Sin buscarlo, estas jóvenes hicieron evidente cuán vetusta y desfasada es la idea de la moda detrás de la organización de la MET Gala y de la exposición *About time*.

La idea de la HF Twit MET Gala surgió en noviembre del año pasado. La intención era organizar un divertimento para la comunidad de Twitter aficionada a la alta costura que año con año se reúne para comentar, en 280 caracteres, los atuendos de los asistentes a la fiesta del MET. A diferencia del evento de *Wintour*, la MET Gala de Twitter invitó a todo

mundo. Los asistentes debían registrarse a través de un formato de Google y podían mostrar su atuendo a través de un collage, con una ilustración, con la ropa de su clóset, inventando un traje basado en las colecciones pasadas de algún diseñador asignado al azar por las curadoras y coordinadoras del evento, o con cualquier otra propuesta que no cupiera en las anteriores.

La HF Twit MET Gala fue francamente novedosa. No sólo sorprende la juventud de las organizadoras que no se conocen en persona y habitan en distintas ciudades del mundo. El hecho de que la HF Twit MET Gala se haya realizado en Twitter hizo que las palabras fueran relevantes y eso es significativo, pues desde hace mucho lo visual ha dominado en el mundo de la moda, de ahí que YouTube e Instagram sean las plataformas favoritas para las marcas y las casas de alta costura. De alguna manera, Twitter abre cierta posibilidad de crítica y debate en un mundo co-



Exhibición *Heavenly Bodies Fashion and the Catholic Imagination*, Metropolitan Museum of Art. Fotografía de Regan Vercruyse, 2018 ©

lonizado por la mercadotecnia. En este sentido, es importante señalar que las organizadoras de dicha fiesta buscan promover la democratización de la moda al denunciar y rechazar las marcas que han estado envueltas en polémicas de apropiación cultural, al difundir información sobre diseñadores afrodescendientes o al promover la moda sustentable y el reúso de ropa.

Al compararla con los frutos de la HF Twit MET Gala, la exposición *About time* luce rancia y estrecha porque el hilo que conduce la propuesta de Bolton es la historia de bronce de la moda, es decir, la narrativa eurocéntrica que sólo mira cambios en los vestidos de las élites del viejo continente. En la HF Twit MET Gala surgieron otros relatos que permiten trazar historias más complejas e incluyentes. Por ejemplo, @YaaMazz diseñó un vestido de corte del siglo XVIII en una tela tradicional de Ghana llamada kente y el filipino Sean An-

gelo de Guzman dibujó el tradicional traje María Luisa, vestigio de la unión que hubo hace un tiempo entre Asia, España y América.

La HF Twit MET Gala dejó claro que la moda es más que alta costura, lujo y fama; que ese mundo existe porque hay un ejército de personas que encuentran en ella un camino para expresarse y organizarse; que el gusto por el atavío no es mera manifestación de la existencia de una economía de mercado —oh, maldito capitalismo— sino una constante antropológica que descubre dinámicas sociales y posibilita explicaciones más sesudas que aquellas que se limitan a señalar como enajenada a la gente que abarrotó tiendas de moda rápida y peluquerías cuando terminó el confinamiento en París. **U**

Sarah Lucas, *Luvah*, 2008. Yeso, alambre de acero y madera, 34 x 20.6 x 20 cm © Sarah Lucas, cortesía de Sadie Coles HQ, Londres ▶