

# Moda islámica, metrónimo del cambio cultural

Pablo Francescutti

El concepto de moda islámica parece un oxímoron, toda vez que el islamismo (en su vertiente rigorista) se aviene mejor al código del uniforme —indumentaria prescriptiva e indiferente a la variación estacional— que a su contrario, el código de la moda. Sin embargo, en los últimos años ha surgido en algunos países de fe musulmana y en ciertas comunidades de ese credo radicadas en Occidente, la denominada *moda islámica*. Aplicando la definición de la moda elaborada por la semiótica de la cultura, esto es, índice ("metrónimo") del cambio cultural (Lotman 1992: 113), se propone aquí una aproximación a ciertas modificaciones producidas en la(s) semiosfera(s) islámica(s), inferibles a partir de la evolución y los rasgos del fenómeno estudiado.

Cabe aclarar que, como apunta Ugo Volli, la moda abarca mucho más que el vestuario; no consiste en cosas sino más bien constituye "cierta regla del cambio, cierto régimen del gusto" (2001: 57); por lo que abordaremos nuestro estudio conscientes de que su objeto concreto son las modificaciones habidas en el gusto en indumentaria en los países citados.

## Antecedentes

En determinados países musulmanes, la dimensión simbólica de la indumentaria y el peinado se ha visto realizada recientemente a raíz de las políticas públicas que pretenden regular estrictamente su uso (particularmente en Irán). En ese marco, la eclosión de una sedicente *moda islámica* proporciona al análisis una oportunidad para sacar provecho de algunas categorías estratégicas de la semiótica de la cultura (la de traducción semiótica, en concreto<sup>1</sup>).

Conviene recordar que la indumentaria y el aspecto personal han sido objeto de polémicas y reglamentaciones en dichas naciones desde hace varias décadas. De un lado tenemos los esfuerzos realizados en nombre de una "modernización" forzosa entendida, entre otras cosas, como el destierro de las prendas tradicionales (la prohibición del velo en Argelia por el colonialismo francés; la proscripción en la Turquía de 1934 del fez y las prendas femeninas prescritas por la religión; y la ilegalización del velo y el chador en la Persia de 1936, por orden del Shah Reza); del otro lado, las reacciones ante lo que se percibía como un avasallamiento extranjero (la interdicción fue sentida como una metáfora de la "violación" de Argelia a manos de los franceses, y el velo se tornó emblema de la resistencia

<sup>1</sup> Para Lotman, traducir es convertir una parte de la realidad en signos codificados, en cultura. La semiosfera tiene por base una red de traducciones (no sería sino un inmenso organismo traductor). La traducción se liga necesariamente al concepto de frontera semiótica, siendo ésta la suma de los filtros traductivos bilingües por donde el texto que pasa se traduce a otra lengua (o a otras lenguas), y que se encuentra fuera de una semiosfera determinada. La traducción entre estas fronteras, la interacción entre estructuras y subestructuras distintas, la "intrusión" semiótica directa e ininterrumpida de una estructura en el "territorio de la otra" impulsan la generación del sentido, el nacimiento de una nueva información (Lotman 1992: 17).

anticolonial; en Irán, la promoción de la vestimenta occidental fue percibida como una prueba más del carácter cipayo de la monarquía de los Palevi, de ahí que la instauración de la República Islámica en 1979 trajese consigo la obligación de las mujeres de cubrir su cuerpo y cabello con el velo, hijab). Por razones similares, los talibanes impusieron en Afganistán el uso del burka a las mujeres, una prohibición que perdura en algunas regiones del país (Craik 1993: 27ss).

En otros países árabes el código islámico de indumentaria no ha sido impuesto por vía legal, si bien se observa un aumento del número de mujeres que lo observan, en correspondencia con el auge de los movimientos islamistas (Turquía, Marruecos, Egipto...).

En ese contexto aparece la "moda islámica", cuyos orígenes se remontan a los años '90 del siglo XX.

*¿Qué es la moda islámica?*

A efectos de análisis, diferenciaremos la "moda islámica" en sentido estricto (un sistema que abarca diseñadores, pasarelas — figura 1—, revistas con un discurso sobre la moda, fotografía de moda y un mercado, e incluso las distorsiones de la indumentaria prescriptiva realizadas por ciertas franjas de la población de dichos países como el uso "incorrecto" del pañuelo descubriendo parte del cabello o de pañuelos con los colores de la bandera estadounidense), a todo este sistema, decíamos, lo diferenciamos del fenómeno manifiesto en países más o menos laicos (Turquía, Marruecos), en donde las minorías integristas desafían la pauta dominante preconizando el uso del velo. Aquí se trata tanto de una protesta simbólica contra el laicismo vigente mediante la promoción de una vestimenta juzgada "piadosa", como de un rechazo de valores foráneos y de una reacción patriarcal contra lo que se percibe como una "subversión" del comportamiento femenino.

Dentro de la *moda islámica* se puede distinguir la ropa diseñada en países islámicos de la usada por las minorías musulmanas establecidas en países occidentales (Tarlo 2010), como la que promueve la revista *Emel* editada en el Reino Unido y dirigida a jóvenes de ese credo (figura 2).

Esta última no se ve constreñida por prohibiciones legales (exceptuando los intentos de prohibir el uso del velo en las escuelas, en países como Francia), mientras la primera debe lidiar con los límites interpuestos por la religión, algunos de ellos fijados con fuerza de ley.

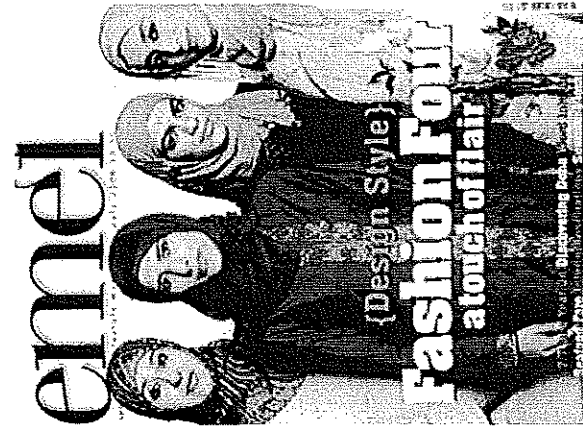


fig. 2.

Ambas modas comparten el afán por demarcarse de los códigos dominantes: las prescripciones legales y consuetudinarias en los países musulmanes en un caso; y los patrones de la moda occidental en Europa/Estados Unidos en el otro. Pero sus respuestas son distintas: la primera se distingue mediante la creación de un espacio semiótico nuevo, el de la moda; la segunda, buscando introducir un estilo distintivo en el seno de un espacio ya existente.

Tras estos prolegómenos extremos pues en el análisis de la *moda islámica*. Una polaridad central que la articula es la antinomia *Mostrar/ocultar* (el cuerpo de la mujer), una antinomia paradójica, puesto que el uso en público del velo y otras prendas *decorosas* busca precisamente dar visibilidad al hecho de la ocultación. Tal polaridad no es privativa de la *moda islámica*, pues constituye un principio de toda lógica de indumentaria (Pozzato 2005: 1); su peculiaridad se la da su contraste con la moda occidental, que viene modificando la correlación entre lo que se tapa y lo que se exhibe en el sentido de un aumento de la superficie corporal visible.

Digamos que del velo islámico existen variantes (figura 3), clasificables con arreglo al mayor o menor grado de ocultación que supongan, en una gradación que va de la ocultación total del burka (figura 4) a los velos que tapan todo menos el rostro y las manos, pasando por los que solo esconden la cabellera. El mandato de ocultación se extiende al conjunto del cuerpo femenino: pechos, caderas, piernas, todo debe quedar oculto bajo atuendos informes.

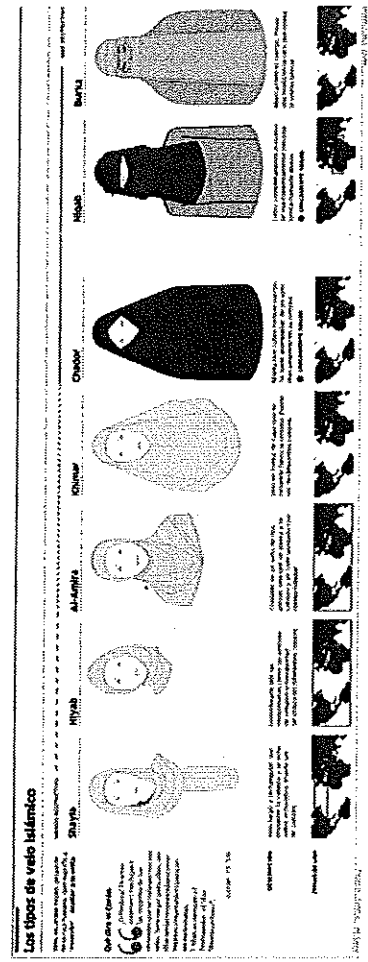


fig. 3. Infografía sobre velos islámicos publicada en el diario El Mundo.

Otra polaridad articuladora la forman los términos *Modestia/variedad* (equiparables a *decencia/impudicia*, y también a *hijo/ausentidad*), aplicable incluso a cualquier aditamento que "embellezca" el cuerpo (de ahí la limitada gama de colores textiles permitida, la prohibición de la cosmética, las restricciones a la exhibición de joyería, etc.). Y luego interviene la polaridad más politizada: *Tradicional/modernidad*, ya que entronca con la bandera del nacionalismo cultural enarbolado por el clero, los sectores gobernantes y un sector de la intelectualidad autóctona frente a lo que consideran una amenaza de colonización cultural por parte de Occidente. Desde esta perspectiva, los ropajes tradicionales funcionan como un "dique" contra el ingreso de elementos culturales externos (lo expresó el ayatollah Khamenei: "Más que artillería, armas y cosas del estilo, los enemigos de Irán necesitan propagar su anti-cultura de manera de provocar una corrupción moral. En lugar de bombas, nos envían minifaldas y abrigos cortos").

Sobre esos ejes de oposiciones se articula la *moda islámica*. Decía Simmel que la moda es un tanteo experimental de los límites de lo permisible. En el caso que nos ocupa, los tanteos se expresan en la exploración por parte de los diseñadores de la calidad y vistosidad de las prendas (colores estridentes y mejores tejidos que introducen el lujo en lo que deberían ser ropas modestas) y del grado de superficie corporal que exhiben. Sin cuestionar frontalmente la norma que impide mostrar el cabello y el cuerpo, la *moda islámica* apuesta por diseños más ceñidos, que dejan entrever las formas corporales; y a través de la fotografía publicitaria busca asociarlos a la modernidad mediante su combinación con iconos como el teléfono móvil.

Decía también Simmel que la moda es siempre moda de clase; aquí este aserto se verifica igualmente: la *moda islámica* tiene su base social en la pequeña burguesía ascendente, compuesta por las prósperas mujeres en la diáspora, o por el expansivo Tercer Estado de las sociedades islámicas; en contraste, las mujeres de las clases populares siguen apegadas a la indumentaria mientras las mujeres de las clases pudientes alternan el uso del chador en los eventos solemnes con el recurso a la moda occidental de gama alta en los encuentros sociales. La moda, continuaba diciendo Simmel, es propia de las clases intranquilas, inclinadas al cambio, que encuentran en la moda el ritmo de sus movimientos psíquicos; una definición muy ajustada a esa clase media de credo musulmán que se siente tensionada entre su apego a su tradición identitaria y sus aspiraciones de modernidad entendida en clave occidental.

Hasta aquí, Simmel; a continuación, sigamos con Lotman y su concepto de traducción semiótica. Trátese de diseñadores inmersos en la semiosfera islámica, que introducen en ella elementos externos de la semiosfera occidental; o de minorías mahometanas inmersas en una semiosfera occidental que integran sus componentes en sus diseños, el resultado es



fig. 4.



Fig 5. Modelos en el Festival de Moda Islámica en Teherán.

el mismo: la creación de una lengua franca que reúne elementos de la lengua extranjera (moda occidental) y de la propia (el código islámico de indumentaria). Dicha lengua franca sería la *moda islámica*.

Ejemplo de lo primero lo brinda Irán. Sin transgredir el código vigente en lo relativo a la visibilidad del cuerpo femenino, los diseñadores iraníes —muchos de ellos formados en Occidente— hacen desfilar en público *mannequins* maquilladas calzadas con tacones de aguja que lucen modelos caracterizados por una paleta cromática apartada de los preceptivos tonos oscuros, y por motivos estampados inspirados en el acervo persa (figura 5). En atuendo masculino, quizás lo más llamativo sea la corbata-espada del diseñador Hemat Komelli. Las corbatas, tachadas de "símbolo extranjero", se encuentran prohibidas en Irán desde la Revolución. La "traducción" de Komelli hace concesiones a la tradición con su corte en for-

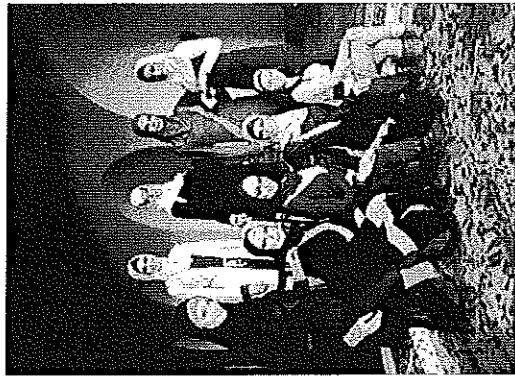


Fig 6. Modelos con burkínis.

ma de espada (la espada de Ali, el cuñado de Profeta) y las inscripciones con citas del Profeta.

Una muestra de la segunda operación lo ofrece el burkini (figura 6), la prenda de baño femenina concebida por miembros de la comunidad musulmana en Australia y que ha ganado adeptos en los países musulmanes y en la diáspora. El burkini es la traducción de la bikini a términos inteligibles/aceptables para la semiosfera islámica, en la medida en que este bañador —una pieza extraña al repertorio de la indumentaria tradicional— mantiene cubierto el cuerpo de la mujer (solo muestra la cara, las manos y los pies), si bien ceñiéndolo de manera estrecha.

No todos aceptaron esa traducción; a algunos doctores de la ley coránica la propuesta les parecía inasumible; al salir del agua la bañista, aducían, el burkini húmedo haría visible su cuerpo, con el riesgo de despertar el deseo de los hombres presentes en la playa. Para algunas mujeres, en cambio, ocultaba demasiado y resultaba incómodo para nadar. Su relativo éxito de ventas certifica de todos modos la existencia de una franja de mujeres deseosa de mantener una fachada de religiosidad mientras participa de hábitos occidentales como el baño. Similares soluciones de compromiso son características de cualquier moda, el resultado de la tensión entre la necesidad de integrarse y la necesidad de diferenciarse (Simmel dixit).

Interesa notar que el régimen iraní se sintió en la necesidad de responder al reto planteado por la moda occidental, encomendando a la policía organizar el primer desfile desde 1979 (aunque sin *mannequins* de carne y hueso, que fueron sustituidas por maniqués). De tal modo, la República Islámica realizaba su propia traducción semiótica: incorporaba un elemento extraño a su semiosfera (la pasarela) para una exhibición didáctica de vestidos tradicionales *ma non troppo*. Efectivamente, los modelos expuestos eran variaciones del llamado "chador nacional o estudiantil": chadores con mangas decoradas, de seda, abotonados por delante y que permiten usar botas debajo (figura 7). Si traemos a colación lo que decía Lotman: "insertar un elemento determinado en el espacio de la moda significa volverlo relevante, dotarlo de significado semiótico. La inserción en la moda es un proceso continuo de transformación de lo no significativo en significativo" (1992: 113), se hace evidente que la policía iraní, al subir el chador a la pasarela, transformó en moda lo que entonces era un uniforme.

Podemos leer estas traducciones en el ámbito del aruendo como indicadores de cambios graduales en sociedades connotadas por el proceso de modernización, cambios tendientes a buscar un acomodo entre la fidelidad a la tradición y la atracción ejercida por una globalización que lleva la impronta de Occidente. La *moda islámica* supondría un camino intermedio entre el tradicionalismo impuesto a la fuerza y la adopción sin reservas del vestido occidental.

Decíamos al inicio que el concepto *moda islámica* parece un oxímoron, y, en rigor, cabría decir lo mismo de los términos "revolución islámica", ya que difícilmente haya una idea más genuinamente occidental que la de "revolución" y más ajena a los valores tradicionales del islamismo. Figuras retóricas al margen, nadie puede discutir que en Irán hubo una revolución, aunque de un tipo muy peculiar; ni que la *moda islámica* sea moda, pese a sus particularidades. A la vista de ambos casos, el análisis queda advertido de que, con frecuencia, los fenómenos designados con oxímorones se refieren a resultados de la traducción semiótica.

Esta clase de traducciones ponen sobre la mesa la dimensión conflictiva del contacto cultural. Este es un problema bien conocido por la antropología cultural estadounidense. En los años 30, dicha escuela designó la incorporación en una cultura de elementos procedentes de otra con el término de "aculturación" (Bogardus 1949). Su enfoque tenía el mérito de subrayar la conflictividad subyacente a la adquisición "involuntaria" de una cultura ajena por parte de un individuo o colectivo a expensas de la suya propia (los autores estadounidenses tenían en mente la violenta imposición de los valores anglosajones

y protestantes a los aborígenes norteamericanos y hawaianos). Esta corriente concebía la aculturación como un juego de suma cero cultural, donde no se producía nada nuevo. Con esta premisa teórica, se impedía a sí misma dar cuenta de los infinitos fenómenos de mestizaje inherentes al contacto cultural<sup>2</sup>. En este punto se aprecia la superioridad del concepto de traducción semiótica, especialmente dotado para comprender el surgimiento de novedades inexistentes tanto en la cultura de "partida" como en la cultura de "llegada" (aculturada).

En contrapartida, el concepto de traducción semiótica tiende a sugerir un proceso pacífico, homologable al del traductor aislado que, espoleado por el afán de saber, transcribe pacientemente a su lengua el texto de una lengua extraña (un proceso tan apacible como el sugerido en el antiguo concepto de "préstamo cultural"). Si bien no es descartable la incorporación pacífica de elementos externos por pura emulación, el contexto actual en el que tienen lugar las traducciones semióticas es el de la globalización (término eufemístico para designar a la expansión global de la semiosfera occidental y del capitalismo, caracterizado por relaciones de dominio y subordinación entre unos países y otros). Difícilmente, por tanto, podrá haber trasiego de elementos culturales al margen de tales relaciones, por lo que no habría traducciones "apolíticas". Tan política es la adopción del jean por los jóvenes iraníes (una protesta contra el autoritario nacionalismo preconizado desde el Estado), como el "camino del medio" buscado por los creadores de la *moda islámica*, o el rechazo a la ropa occidental por parte de los custodios de una identidad nacional definida en confrontación con "el exterior".

Decíamos arriba que la moda funge de metrónomo del cambio. ¿Qué nos indica la *moda islámica* del cambio cultural en curso en Irán? Grosso modo, dos cosas: a) una aceleración en el seno de una formación con algunos de sus estratos en rápida modificación (lo ejemplifica la carrera nuclear promovida por las autoridades) y otros estratos mantenidos en ralentí (los concernientes a la moral social y el gusto); y b) el gradual establecimiento de un nuevo "régimen de pudor" asociado a un igualmente novedoso régimen de visibilidad (Lozano 2002).

La pasarela organizada por la *policía de la moda* iraní nos advierte de que las autoridades han decidido jugar la partida en el campo de su adversario, una decisión que implica cierto

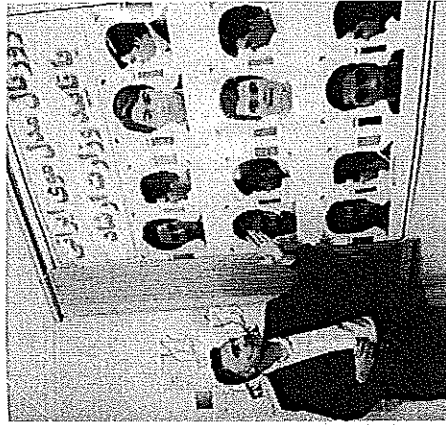


fig. 8. Corres de cabello apropiados, según el gobierno iraní.

El concepto de aculturación, paradigma dominante en la antropología del contacto cultural durante décadas, ha sido cuestionado desde varios ángulos. Desde la perspectiva cuantitativa, se le reprocha la dificultad o la imprecisión a la hora de operacionalizar los indicadores del grado de aculturación en un grupo dado (Webster Rudmin 2006). A sus promotores se les achaca asimismo su sesgo ideológico: liberales, amigos del consenso, la elección libre y el pluralismo, derivaron de su ideología conclusiones políticas tales como la defensa de una "aculturación democrática", o "integración", en la que la minoría conserva su acervo cultural a la vez que adquiere los valores dominantes imprescindibles para una participación plena en la vida pública (Bogardus 1949: 127-128).

reconocimiento de la futilidad de sus esfuerzos por impedir *manu militari* la difusión de la moda. Mas sus intentos por canalizar el cambio estilístico en la indumentaria, o por regular el corte de cabello y barba masculino (figura 8), se nos antojan tan inútiles como su cruzada contra la televisión por satélite, otra medida dirigida a atajar la "contaminación extranjera", de cuya eficacia hablan elocuentemente las antenas parabólicas que atestan los tejados iraníes.

Esta pugna no puede reducirse, como quiere la mirada liberal, a una lucha entre la libertad individual y la intolerancia opresiva de los ayatollahs. Nos resistimos a ver en un eventual triunfo de la moda en los países islámicos la victoria total del individuo frente al totalitarismo religioso. La moda no es el reino del libre albedrío en materia de estilo; sino más bien "la modificación obligatoria del gusto" (Simmel 1946: 124). Es un fenómeno coercitivo<sup>3</sup>, cuyas cadenas, eso sí, son mucho más sutiles que las impuestas por la ley de Dios. Con su ruptura de lo cotidiano, su apertura, sus promesas, la *dizablanda* de la moda acompaña y a la vez fomenta la eclosión de libertades sociales e individuales propias de procesos de movilidad creciente. Esto es lo que atestigua el lento abrirse paso de la *moda islámica*: el tránsito de sociedades *ribias* al estado de *calientes*, pese a los intentos de los aparatos estatales y religiosos por impedirlo.

#### Bibliografía

- Bogardus E. S. (1949), "Cultural pluralism and acculturation", *Sociology and Social Research*, nº 34.
- Craik J. (1993), *The face of Fashion. Culture Studies in fashion*, Routledge, London.
- Lotman J. M., Uspenskiy B. A. (1973), *Tipología della cultura*, Milano, Bompiani 1975.
- Lotman Y. M. (1992), *Cultura y explosión. Lo previsible y lo imprevisible en los procesos de cambio social*, Gedisa, Barcelona 1999.
- Lozano J. (2002), "La diosa de las apariencias", *Espéculo* n.º 21, <http://www.ucm.es/info/especulo/>
- Pozzato M. P. (2005), "Velature e svelamenti. Un problema di semiotica delle culture", en *Il vestire degli altri*, a cura di Franci G. e Muzzarelli M. G., Milano, Lupetti.
- Redfield R., Linton R., Herskovits M. J. (1936), "Memorandum for the Study of Acculturation", *American Anthropologist*, Vol. 38, n.º 1.
- Simmel G. (1946), *Cultura femenina y otros ensayos*, Espasa Calpe, Buenos Aires.
- Tarlo E. (2010), *Visibly Muslim: Fashion, Politics, Faith*, Berg, Oxford.
- Vollí U. (2001), "Semiotica de la moda, semiotica del vestuario", *deSignis* n.º 1.
- Webster Rudmin F. (2006), *Debate in Science: The Case of Acculturation*, The Anthro Globe Journal, <http://www.anthroglobe.info>.

<sup>3</sup> Lo puede comprobar cualquier mujer que en nuestras permisivas sociedades acuda a cumplir funciones de atención al público ataviada con una blusa transparente que deje ver sus pechos. Si además se trata de una mujer de cierta edad (sesenta años, pongamos), los tabúes infringidos serán dos: habrá violado la norma que las mujeres sólo pueden mostrar sus pechos en públicos en espacios habilitados para ello (*playas topless*, obras teatrales...) y la que estipula la ocultación del cuerpo *anciano*. A buen seguro, jefes y colegas le impedirán inmediatamente trabajar en esas condiciones, generando un escándalo que podría costarle el puesto.

## La parodia de la monarquía y la familia real española en los programas de humor de televisión

Manel Vinyals i Corney y Carmen Echazarreta Soler

La monarquía es una institución que representa un conjunto de valores asociados al poder y a una tradición histórica y política que no todas las personas valoran del mismo modo. El actual sistema democrático, de acuerdo con la Constitución Española de 1978, se define como una monarquía constitucional. Los principios y libertades que contempla permiten que, desde el respeto, se pueda hacer uso de la libertad de expresión. Al amparo de la misma, y en el contexto de la multitud y variedad de contenidos que podemos encontrar publicados y emitidos por los medios de comunicación, ocupa un pequeño pero significativo espacio el juego de la parodia.

Actualmente, todos estamos familiarizados con la parodia de personajes políticos y mediáticos y no nos sorprende que se pueda parodiar a la monarquía, no tanto como institución, sino en cuanto su representación a través de los miembros de la familia real.

En este artículo vamos a analizar cuáles son los aspectos y elementos que, tras treinta y cinco años de democracia, algunos programas de televisión se han atrevido a parodiar. Para ello, compararemos dos programas de humor de dos televisiones públicas, Televisión Española y Televisión de Cataluña. En la cadena estatal, el primer programa que parodió a miembros de la familia real fue el de Martes 13, en el que se parodió a las infantas y sus maridos. Unos años más tarde, se parodió al Rey en el programa especial de fin de año 2010 realizado por el humorista José Mota. En Televisión de Catalunya se empezó a parodiar a la familia real al completo en el programa *Polònia* desde el año 2006. Entre ambos programas observamos importantes diferencias en cuanto al tratamiento y uso de la parodia, tal como vamos a exponer en este artículo.

El análisis de la parodia nos permite acercarnos a un conjunto de elementos formales que nos descubren los distintos puntos de vista con que puede ser observado un mismo fenómeno cultural y social como son la monarquía y la familia real. En un primer nivel de análisis observamos que el contenido de los programas de humor suele nutrirse de las noticias de todo tipo que difunden y popularizan los medios de comunicación. Entre esta gran variedad de contenidos y escenificaciones suelen destacar determinados personajes, situaciones o incidentes que por sus características llaman la atención. En todos los casos, gracias a la intertextualidad, es fácil relacionar los temas y personajes parodiados con otros contenidos difundidos previa y recientemente en los medios de comunicación.

Además de trabajar con la intertextualidad, los medios de comunicación suelen ser grandes artífices en la utilización y creación de estereotipos. Entendidos éstos como visiones simplificadas acerca de personas, géneros, razas, posiciones políticas, sociales o culturales, los estereotipos inciden en fragmentos de la realidad que se convierten en temas comunes dentro de una misma cultura y que, de acuerdo con Lotman, "conservan para la colectividad la memoria de aquellas acciones, ideas o emociones que corresponden a una situación determinada" (Lotman 1989: 9).