

Yohji Yamamoto, entre salas.

El posicionamiento del creador Yohji Yamamoto frente a la exhibición de su obra dentro del espacio museístico es paradójico, cuando no ambiguo, abriendo nuevas reflexiones sobre la incursión de la moda en contextos ya nada ajenos a ella. Este año, el Victoria & Albert Museum ha celebrado los treinta años del maestro japonés en la industria occidental con una retrospectiva abierta bajo el amparo de una institución capaz de sortear la aparente inquietud mostrada en estos casos por un diseñador que, en palabras de la comisaria Ligaya Salazar, es reacio a abandonar la presencia humana dentro de sus creaciones. En principio, esta afirmación no deja de ser incoherente si consideramos que, a lo largo de una carrera que suma cuarenta años, Yamamoto ha incurrido en piezas imposibles en su uso. De hecho, con más de cuarenta participaciones – colectivas o en solitario -, dentro de espacios como el National Museum of Modern Art de Kyoto (1989), Musée Galliera de París (1996), Metropolitan Museum (2004) o Museum at Fashion Institute of Technology de Nueva York (2006), podría afirmarse que el creador japonés no ha dejado de plantear ciertos retos a una práctica de descontextualización para la cual, por lo pronto, su obra está naturalmente preparada.

Al igual que sucede con el desnudo, la indumentaria despojada del cuerpo debe reflexionarse, por lo pronto, desde su potencia como representación, superando el sentido dramático de la pérdida de narratividad corporal por la que convencionalmente es transformada en mera naturaleza muerta – a la que, por otro lado, nos tiene acostumbrados la fotografía de moda. Esa ausencia del ser y su movimiento, que apelarían a la fundamental representación de lo corpóreo y, en última instancia, a esa “imagen en sí” que sólo “nace cuando la ropa es puesta sobre el cuerpo humano” (traducción propia, recogido en Anne Hollander, *Seeing through Clothes*, University of

California Press, 1993), sugiere una abstracción del objeto para reinsertarlo en discursos curatoriales afectados por una (re)figuración de su pensamiento. Este proceso ha permitido descubrir otros sentidos en el diseño indumentario, nuevos diálogos y seguras inserciones en los contextos culturales y artísticos. Un caso reciente lo ha protagonizado el icónico vestido de novia sobredimensionado con crinolina de bambú al que, hace trece años, acompañó en su memorable presentación en pasarela un no menos desproporcionado sombrero sostenido por cuatro asistentes al compás de una cuasi estática Sasha Pivovarova (Otoño/Invierno 1998 – 1999). Esta pieza ha sido el centro de *Making Waves*, una sobrecogedora instalación llevada a cabo por The Wapping Project en la que el vestido se suspendía invertido del techo con cierto aire gaudiniano, mientras sólo su reflejo en el agua con el que se había inundado magistralmente el espacio expositivo, la llamada Project's Boiler House, creaba una inestable imagen enderezada del mismo. Esta magnífica articulación poética de la prenda arquitectónica a modo de cúpula invertida a medio camino de una extraña metamorfosis en linterna de papel, se construía este año en paralelo a la mencionada retrospectiva (a la que debemos sumar otra muestra, esta vez fotográfica, en The Wapping Project Bankside), rindiendo definitivamente a Londres ante el diseñador japonés, y poniendo en cuestión sus propios miedos ante la exposición de su obra.

Lejos de ser ajena al destino de la prenda, esta redefinición es un proceso habitual al que se somete en la misma dialéctica de la industria de la moda. Desde los relatos desplegados en la pasarela, el creciente análisis crítico que sobrepasa lo puramente descriptivo, el omnipotente *image-making* de la fotografía, hasta alcanzar su disposición en los espacios comerciales, la ropa se somete a un ceremonial constante de definiciones deslizantes. Igualmente, más allá de su caducidad, se revisan contextos para permitir nuevas reinserciones bajo etiquetas como *revival*, o el idiosincrático *vintage*, que desafían el sentido de la moda y su frontera con

el estilo. En este marco, y sin obviar un exigente control en su trabajo, podría decirse que Yamamoto parte de una propicia apertura que no permitiría principios o finales en sus diseños, comenzando por el entendimiento del concepto de industria creativa como maquinaria en la que concertar y compartir dominios como autor. De esta manera, si bien es cierto que su nombre ha sonado en solitario, años antes de su irrupción en París (1981) y la consecuente formación de Yohji Yamamoto Inc. (1984), el diseñador había asentado en Tokio las bases de la compañía Y's Incorporated Ltd. (1972), rodeándose desde entonces de un equipo con el que ha llevado a cabo, por otra parte, a una inaudita crítica artística del sistema de la moda.

En este sentido, y a pesar de las dificultades económicas con las que se ha tropezado recientemente, Yamamoto es uno de los nombres que más han trabajado para una nueva localización contemporánea de esta industria sin dejar de aceptara *priori* algunas de sus condiciones de funcionamiento más convencionales. Uno de los resultados más valorados ha sido la generación de nuevos códigos de representación para sus famosos catálogos; fenómeno logrado por la ejemplar confianza y cesión de competencias a creativos como el director artístico Marc Ascoli, a cuyas órdenes han trabajado diseñadores gráficos como Peter Saville, o fotógrafos como Ferdinando Scianna, Nick Knight, Paolo Roversi, Craig McDean y el dúo Inez van Lamsweerde y Vinoodh Matadin. Recorrer algunas de estas páginas pioneras, como el dossier fotográfico de Scianna, *In Ireland Connemara* (otoño/invierno 1993/94 para la línea de Yamamoto Y's for men), o *Behind the Scene* (otoño/invierno 1993/94 para Yohji Yamamoto pour homme), es adentrarse en un proceso de producción visual que queda perfectamente representado en este último catálogo. En él se acompañan retratos de cuantos trabajan en la experimentación de visiones a partir de los diseños de Yamamoto, desde el fotógrafo Nigel Scott, al actor Otto Sander o el bailarín y coreógrafo Stephen Galloway.

Conforme a este contexto, y siendo sin duda un elemento de marketing añadido en el caso de las firmas contemporáneas (remitámonos a las polémicas sobre las donaciones de las grandes casas a museos como el Guggenheim de Nueva York levantadas a partir del 2000 con el caso Armani), cualquier exposición de indumentaria y moda no deja de aliarse con familiaridad con esta industria creativa, al antojarse como una construcción más de discursos y puntos de vista en torno a sus diferentes elementos. Como diría María Luisa Frisa, la labor del comisario de moda es un “reconocimiento de huellas, síntomas y fragmentos alrededor nuestro” (traducción propia, recogido en Maria Luisa Frisa, “The Curator’s Risk”, en *Fashion Theory*, volumen 12, número 2, Berg, 2008). En último término, la exposición de moda se revela además como otra faceta añadida a un sistema de fronteras cada vez más difusas. Así, dentro del concepto de obra abierta, incompleta si se quiere, de Yamamoto, la mirada crítica del comisario encajaría como un agente ocasional pero decisivo en la configuración de nuevas interpretaciones para su trabajo.

No cabe duda de que esta confianza no ha sido fácil para un diseñador sobre el cual pesan varios opuestos que ha intentado equilibrar. Desde su entrada en las pasarelas parisinas, el creador participó de una revolución formal, material y técnica junto con otros creadores como Kawakubo; desafío que fue entendido desde lecturas socio-geográficas como contestación a los convencionalismos occidentales de la entonces postmodernidad indumentaria. Desde luego, existieron intersecciones evidentes partiendo de la fagocitación parisina de las propuestas del grupo, así como de sutiles comuniones desde el concepto de *second skin* o la creciente experimentación con nuevos tejidos. Esto no evitó que algunas de las exposiciones más representativas que han contado con Yamamoto recalquen una denominación de origen de la que, sin embargo, el diseñador siempre ha huido en sus declaraciones, afirmando que su ropa carece de nacionalidad. A pesar de ello, dos años después de su debut en Francia, el Arizona Costume

Institute ya contaba con este discurso para *A New Wave in Fashion: Three Japanese Designers*, al que seguirían otras muestras como *Made in Japan* del Central Museum de Utrecht (2001), o la reciente *Future Beauty: 30 Years of Japanese Fashion* de Barbican Centre de Londres (2010), que ha detonado de forma oportuna esta serie de exposiciones aniversario. Por ello, tal vez sea el momento de volver a revisar todas las facetas de hibridación que han aportado creadores como Yohji Yamamoto en la costura e industria europea – eso sí, desde su sede en Japón -, comenzando por la aún pendiente redefinición de lo nipón en la moda; tarea en la que se empleó con visión historicista Akiko Fukai como artífice de la extraordinaria exposición itinerante *Japonism in Fashion*, que desde 1983 y durante algo más de veinte años, pasó por Kyoto, Tokio, París, Nueva York, Los Ángeles y Nueva Zelanda. Es interesante meditar cómo en ese tiempo se produce el nacimiento de los estudios de la moda que pronto reivindicarían una superación del pensamiento de la indumentaria occidental como mero reflejo de los sistemas tecnológico, político y económico.

En cualquier caso, Yamamoto no ha dejado de conciliar la lógica de cosificación del diseño y la prenda – exaltando el sentido del proceso de ejecución material -, con el *image-making* del objeto. En este punto, uno de los juegos más interesantes lo planteó la serie de exposiciones que entre 2005 y 2006 formaron parte de *Tryptych: "Correspondences"* (Galleria d'Arte Moderna di Palazzo Pitti, Florencia), *"Juste des vêtements"* (Musée de la Mode et du Textile, París) y *"Dream Shop"* (MOMU, Antwerp). Tal vez el peso de este conjunto recayese no tanto en la exploración de las diferentes dimensiones de la firma, como en el aire personalizado, libre e intimista que desprendía su novedoso discurso, lográndose en consecuencia una vital simbiosis con los diversos espacios en los que se sumergían las creaciones. Este hecho llegó a justificar que, contradiciendo las actuales declaraciones de Salazar, el escritor de moda Olivier Saillard le calificase como "uno de los diseñadores que más rápidamente aceptan las

reglas y convenciones de los museos" (traducción propia, recogido en Olivier Saillard, "Eparpillements!", en *A Magazine # 2 curated by Yohji Yamamoto*, A Publisher, 2005).

En efecto, reforzada por el eco de atemporalidad que sugiere paradójicamente la exaltación de lo caduco en las prendas de Yamamoto, no sería extraño pensar que se siente igual de cómodo exhibiendo entre las salas de un museo que sobre el cuerpo de Pina Bausch o los personajes de las películas de Kitano. No obstante, si bien las normas teatrales o cinematográficas son compatibles con la poética de la movilidad de sus creaciones, aquellas de los museos y galerías deberán reajustarse para encajar con algunas cualidades de su obra. Si el museo abstraerá la prenda del cuerpo para cosificarla e inscribirla en sus discursos, Yamamoto aceptará inteligentemente las normas de esta institución para subvertirlas posteriormente a su conveniencia. La prenda será redefinida por el museo y el museo será redefinido por el modisto en un magistral juego. Es así como surgen los extraordinarios riesgos que elogia Saillard, desde la anulación de los dispositivos de separación entre la obra y el visitante en el Musée de la Mode et du Textile de París, al sometimiento de la ropa a espacios no cubiertos por los cuales sufriría las inclemencias del tiempo como sucedió en la exposición en los jardines del Hara Museum de Tokio en 2003. Alejándose de prácticas más sádicas hacia la materia indumentaria como las experimentadas por Margiela con sus contaminaciones bacteriológicas, Yamamoto mantiene una condición deterioradora desde el exterior (bien sea por contacto y manipulación del que deja de ser simple espectador, bien sea por la disposición al desgaste por el clima). Sin embargo, no es agresivo hacia sus propias creaciones sino que, aceptando el estatismo expositivo de esa prenda desnuda del cuerpo y jugando con los emplazamientos para lograr el intercambio justo de condiciones, logra la consumación perfecta y equilibrada de la plenitud en el uso.

A partir de *Triptych*, Yamamoto parece consagrar un método abierto de exhibición que permite pensar en nuevo estadio de democratización de la moda. Contando con el escenógrafo Masao Nihei – incondicional de Yamamoto y contemporáneos como Miyake, Kawakubo, Sander y Vuitton -, Victoria & Albert Museum respetó este año el mismo espíritu para la celebración del modisto, permitiendo la dispersión entre sus salas de diálogos directos entre las creaciones del japonés y los visitantes. El museo, del mismo modo que la galería, se percibe definitivamente como una segunda oportunidad para la prenda, el creador y un público normalmente ajeno a la exclusiva percepción de esos minutos de temporalidad, teatralidad y dinamismo que conforman los desfiles. Así, el creador de moda se desacostumbra a pensar únicamente en su primer espacio expositivo, la pasarela, para entrever la importancia del rescate de la pieza, haciendo de esta experiencia, como sucede en el caso de Yamamoto, una huella más de la vida de la prenda.