

EL VINTAGE COMO PARTE DEL FUTURO

Ingrid Julieth Sarmiento Rodríguez
Grupo: 20113



Resumen

La palabra vintage proviene en el origen de tiempo pasado como cosecha, generalmente es una palabra que destaca los mejores años pasados y también tiene otro tipo de significado como lo antiguo, lo clásico y lo viejo, este término se fue extendiendo a medida del tiempo hasta tener otro tipo de concepto como lo logramos ver en el diseño en general y la moda. A medida del tiempo como todo término ha tenido un proceso y una historia, el vintage no se quedó atrás, pues fue importante para la guerra, el diseño y la moda siendo una potencia de inspiración y una tendencia que no tiene espera, ya que llevan años sobreviviendo y teniendo una nueva reutilización, este movimiento demuestra parte de una historia de un significado sentimental o nostálgico que cumple con un valor estético y funcional que puede llegar a ser nuevamente revalorizado.

Esta tendencia empieza a ser de forma masiva en 1970 por su gran variedad, exclusividad y autenticidad por prendas de épocas pasada.

Pasaremos a los 90s donde da un completo giro el tema del vintage, ya que paso de ser una necesidad económica donde la gente utilizaba prendas de segunda mano a dar una aceptación para la moda estéticamente

Abstract

The word vintage comes from the origin of past time such as harvest, it is generally a word that highlights the best past years and also has another type of meaning such as the old, the classic and the old, this term was extended as the time until we had another type of concept as we can see in design in general and fashion. Over time, like every term, it has had a process and a history, vintage was not far behind, as it was important for the war, the design and fashion being a power of inspiration and a trend that has no wait, since it has been surviving for years and having a new reuse, this movement demonstrates part of a history of a sentimental or nostalgic meaning that meets an aesthetic and functional value that can be revalued again.

This trend began to be massive in 1970 due to its great variety, exclusivity and authenticity for garments from past times.

We will go to the 90s where the theme of vintage takes a complete turn, since it went from being an economic necessity where people used second-hand clothes to giving acceptance to fashion aesthetically and thus little by little being a sustainable evolution, from

y así poco a poco ser una evolución sostenible, a partir de este momento empezó a ser una base fundamental en la inspiración para diseñadores reconocidos, la cual ayudaron a tener un poco más de conciencia en el medio ambiente y empezó a verse también reflejado en grandes y reconocidos actores que empezaron a utilizar estas prendas y así ayudar con la economía de prendas de colección o de segunda mano. Lo que nos demuestra en esta línea de tiempo que el vintage es parte del pasado, pero no menos importante que el futuro.

this moment it began to be a fundamental basis in the inspiration for recognized designers, which helped to have a little more awareness of the environment and began to be reflected in great and recognized actors who began to use these garments and thus help with the economy of collection or second-hand garments. Which shows us in this timeline that vintage is part of the past but no less important than the future.

Palabras Claves

- Historia
 - Línea de tiempo
 - Vintage
 - Consumidores
 - Sostenibilidad
 - Creación
 - Futuro
-

Términos

Vintage:

“Cosecha”, “vendimia” como sustantivo, pero tiene otros significados como clásico, antiguo o viejo. Su popularización ha hecho que llegue a adquirir una pronunciación específica en castellano como “vintich”.

Historia:

Conjunto de estos acontecimientos y hechos, especialmente los vividos por una persona, por un grupo o por los miembros de una comunidad social.

Sostenibilidad:

Cualidad de sostenible, especialmente las características del desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de futuras generaciones.

Crear:

Acción de dar existencia a una cosa a partir de la nada.

Futuro:

Que existirá o sucederá en un tiempo posterior al presente.

Introducción

Entrelazar el vintage como parte fundamental de la creación para un futuro, desde su historia y el comienzo de este movimiento cultural, que fue surgiendo a partir de una economía destruida por la sociedad, donde el enfoque se realizó por medio de la investigación de diferentes autores que han venido estudiando este tema y de esta manera permitir durante el texto un análisis desde diferentes puntos de vista.

Teniendo en cuenta las ideas principales de llevar a cabo la realidad sostenible para un futuro, ya que durante años el vintage ha sido uno de los movimientos culturales que encierra la importancia de la sostenibilidad y fue base fundamental para lograr una mejor estabilidad económica, desde entonces podemos ver como los diferentes estilos y diseños se han creado teniendo en cuenta parte del pasado. En esta investigación encontraremos algunos diseñadores reconocidos que nos brindan su inspiración desde el vintage y su importancia como moda sostenible.

La idea del vintage ha regresado recientemente como discurso en los medios de comunicación de la moda, convirtiéndose en un significado antiguo, clásico de la época, que llevan muchos años teniendo un respaldo de nostalgia y encanto, un antídoto que destaca por su calidad, donde empieza a ser un icono para coleccionistas o una manifestación de culturas donde se generan mezclas de distintas épocas y lugares. Parece ser una idea que diferencia lo histórico, lo antiguo de segunda mano que consiste en apreciar los detalles básicos como el año y el periodo (Altamirano, 2013). Partiendo de la idea continuaremos con la historia que nos ayude a entender y analizar desde diferentes contextos el vintage.

El fin de la primera guerra mundial para 1920 dio paso a un periodo de poder generar una reconstrucción tanto en sectores industriales y empresariales debido a la producción de las naciones europeas que en este momento se basaban en las industrias textiles y siderúrgica, las empresas tuvieron que recurrir a los préstamos extranjeros para poder sobrevivir, pero solo hasta el año 1924 la crisis empezó poco a poco mejorando y da inicio a la renuncia del crecimiento económico, pues a pesar de que algunos precios tanto de materias primas como alimentos empezaron a bajar sus valores pero el desempleo se seguía manteniendo. Para 1928 ya se estaba esperando una economía en crisis, en esta época los almacenes se encontraban llenos de mercancía, y estas grandes fábricas tomaron decisiones difíciles que llevaron al despido de gran parte de su personal, a medida que pasaba el tiempo en New York, para 1929 se declara que la bolsa quebró, esta crisis fue tan inevitable que se extendió para los bancos (Lascoiti, E. L. F. 2009).



En los años 20 la mayor problemática que se enfrentó fue la subida generalizada por los precios durante la guerra, este fue el principal causante de la destrucción, a pesar de que acaba la guerra la inflación continua a causa de reconstruir los países afectados y las miles de víctimas (Lascoiti, E. L. F. 2009).

Por otra parte el uso de ropa de segunda mano empezó por ser la necesidad de miles de personas por su falta de economía, debido al crack del 29 y la gran depresión, dando protagonismo a esta época siendo una de las mayores crisis económicas y siendo uno de los acontecimientos más importantes de la primera mitad del siglo XX que daría paso al fascismo y a la segunda guerra mundial, esto conllevó a cierre de empresas, bancos y paros de millones de ciudadanos que afectó a grandes inversionistas y pequeños accionistas de diferentes países en todo el mundo, wall street sufrió una caída en sus precios. En cambio, por parte de la industria textil usar ropa de segunda mano, lo podemos ver a partir de los años 1920, Este problema no solo afectó a Newyork esto domino prácticamente a todo el mundo. Sin quedarse atrás la moda, tras tiempos difíciles la gente decide comenzar a rechazar el llevar prendas ostentosas y daría comienzo al de la donación de abrigos y prendas llamativas (Lascoiti, 2009).

De 1930 a 1939 en la segunda guerra mundial la industria textil atravesó por un gran momento que pretendía dejar atrás por un nuevo futuro, fue entonces cuando se descubren los nuevos textiles sintéticos que son mucho más baratos y acordes con la nueva economía, ya que durante esta época eran muy pocas personas la cual tenían un estatus bastante alto que podían seguir con su estabilidad de sedas naturales,

terciopelo entre otras (Hermosín, N. 2020).

Desde entonces para esta época a mediados de los años 1940 hasta 1950 se mantiene en la historia los hechos por las guerras y la ropa en este caso no era de una existencia de producción en masa ya que cada prenda que se realizaba era única y posiblemente a la medida con precios bastante altos que no cualquier persona pudiera utilizar, así que lo que hacía la mayoría de personas era comprar ropa de segunda mano por que era un poco más accesible para su economía.

En 1950 más del 90 % de la ropa usada empieza a llegar a Europa por parte de Estados Unidos como una ayuda humanitaria, mientras transcurría el tiempo esto se convirtió en un negocio y venían apareciendo varios mercados de ropa usada era una solución en momentos de crisis de la guerra para una población que necesitaba todo de bajo costo y que fuera rentable (Ana Gómez, 2018).

Más tarde Karl Marx definió la bohemia artística por vínculos de clases sociales, y estos bohemios empezaron a creerse vagabundos cuya posición se caracterizaba por su economía, donde esta necesidad y elección sería parte de entender desde tiempos pasados en la moda vintage, pues aquellos que lograban comprar ropa de segunda mano buscaban una mejor impresión de status social más alto, este tipo de personas como los que vendían esta ropa en épocas pasadas eran tratados de forma diferente ya que eran bastantes sospechosos, incluso se consideraba una actividad delictiva, una forma simple de lavar dinero, pero en los años 50s el estilo de vida hippie se posicionó como anti consumista, lo que se comunicó a través del uso de ropa vieja, esta interpretación continuó a lo largo de las décadas siguientes.

Esta continuación de la línea del tiempo es una de las más importantes teniendo clara la historia anterior y sus problemáticas ya que para el año de 1960 la historia de las prendas de segunda mano da un giro total empieza la globalización de producción de comercio informal, a partir de este momento se genera la cultura de utilizar prendas de segunda mano que posteriormente para el año de 1980 ya se genera el termino prendas vintage.

Hasta los años de 1990, se describe como un cambio estético que va ayudando al ahorro en tiendas y mercados de pulgas de su estigma y los elevó a convertirse en fuentes aceptables de la moda. Esta vez el vintage ha sido el cambio de un estilo diferente que saquea la historia, viene desafiando la jerarquía y a medida del tiempo ha sido capaz de sobrevivir por la curiosidad histórica que guarda cada prenda, esa mirada hacia el pasado de tiempos anteriores generada por emociones que conllevan a la seguridad. Esta tendencia de estos años ayudó a que las antigüedades auténticas tomarán un nuevo rumbo donde las personas en lugar de confiar en un estándar universal pudieran transformarlas en identidad personal, donde el gusto por la moda puede llegar a ser modificada o combinada por artículos originales de tiempos pasados (De Long, M., Heinemann, B., & Reiley, K. 2005).

En estas épocas los compradores de ropa. Objetos y demás consideran una aventura adictiva, donde nunca se sabe que es lo que se pueda encontrar, para los consumidores de este estilo vintage después de un gran estudio empiezan a volverse un poco complejos debido a que el consumidor pasa a ser un conocedor y puede llegar a discriminar lo auténtico y empezar a brindarle otro valor.



A medida del tiempo se ha venido demostrando el logro de que un simple vestuario pasa de ser cualquier prenda a ser piezas de calidad con su valor agregado respectivo de historia que mantienen una esencia. Incluso en diversas épocas se mantiene el pensamiento que la autenticidad que ha dado la industria del consumo cultural no suele llenar las expectativas de los consumidores de prendas antiguas (De Long, M., Heinemann, B., & Reiley, K. 2005).

A mediados del siglo XXI las raíces cambian y pasó a ser parte importante de la bohemia como individualidad y elitismo artístico, algunos comercios y marcas en Londres empezaron a ser reconocidos y se les dio privilegio de estar y aparecer en revistas de moda, y empezaron a ser considerados importantes para la industria ya que tenían clientes como las estrellas de la actuación entre otros, después de esto en New York se empieza hacer fuerte la tendencia donde se realizan colecciones completas basadas en la moda vintage. En Hollywood principalmente muchas celebridades empiezan a darle vuelta a la cara de la moda vintage de pasar de ser por problemas económicos a pasar a ser una moda individual para distinguirse de la moda dominante (Van Roojen, P. 2019).

Entonces se deduce que el vintage se trata de tener lo que nadie más puede tener, lucir maravillosamente y con autenticidad para no parecerse a los demás un entrelazado de diferentes estilos del pasado, donde empieza ser aplicable a la moda con estados de ánimos por el trasfondo de cada prenda que viene demostrando a medida del tiempo, que puede ser una forma de comunicación que permite transmitir mensajes.

A través de diferentes conocimientos las personas empiezan a reconocer el estilo vintage adecuado, por medio de la construcción social de la identidad y mediante la capital cultural de su entorno donde se puede definir su estatus. Otros están destinados a representar estilos de vida específicos que están relacionados en diversos grados con la forma en que la gente realmente vive las personas también adoptan estilos que a su vez popularizados por los medios y comercializados por industrias de la confección.

Desde tiempos históricos se ha tenido como consecuencia de que la moda sirve para distinguir clases altas y cuando la clase baja se coloca al día, nuevamente podemos ver el reinvento dentro de la moda (Veenstra, A., & Kuipers, G. 2013).

También hay un retorno a la mentalidad de posguerra a medida que los consumidores antiguos adoptan la actitud de "reparar, reutilizar y reciclar". Esto desafía la idea de la "moda desechable" ya que las personas se aferran a las prendas por más tiempo y eligen repararlos en lugar de desecharlos.



Por otra parte, los diseñadores siguen inspirándose en la ropa vintage para producir prendas actuales y colecciones. Como afirma un entrevistado de Little Red Vintage, “todas las tendencias de la moda son recicladas, vienen de estilos vintage.” Décadas pasadas seleccionadas han sido un punto focal de las tendencias de la moda durante gran parte de las últimas dos décadas y todavía parecen ser inspiraciones clave durante algún tiempo. Estas inspiraciones provienen desde la historia del vestido para crear antigüedad hasta la modernidad, muchos diseñadores importantes como Lauren, McQueen, Donna entre otros, usaron la moda vintage como ropa de referencia (Cassidy, T. D., & Bennett, H. R. 2012).

Lo que demuestra que algunos se apegan artículos mercantilizados o comercializados por la industria de la confección, donde la subcultura y la creación de estilo de cultura rebelde y se vuelve más visible como por ejemplo el (punk), que genera parte del vintage donde los accesorios emergentes de la época demuestran si pertenece o no a una escena, aunque para algunos consumidores del estilo vintage es un tipo de reacción contra la moda masificada, la cual ha llevado a que los ideales de moda sean más ecológicos y sostenibles dando como solución a los problemas actuales del medio ambiente que actualmente son inherentes a la fabricación de la industria.

No podemos dejar a un lado a las celebridades porque también ayudan a mejorar la imagen de la moda vintage. En el pasado, la comunidad de la moda desaprobaba usar prendas usadas previamente y la cultura de segundamano era vista como algo que solo las personas con ingresos más bajos comprarían como una forma de necesidad en vez de deseo. Recientemente, las celebridades han dado a la escena de la moda vintage un cambio de imagen de una manera más consciente se logra observar en las diferentes alfombras rojas de diversas épocas. Los medios también inciden donde logramos observar que la moda vintage aparece en revistas, cine y televisión y se promociona como individualidad y conocimiento de la moda.

Con esto logramos demostrar que el vintage ha sido parte fundamental de la inspiración a medida que ha pasado el tiempo y sus diferentes épocas, lo que también comprueba que la moda en la actualidad ya estuvo de moda en épocas pasadas y se puede observar en diversas marcas y tiendas de ropa que no se han quedado atrás en complemento del sector de prevención y de la sostenibilidad.

El moderno valor de "auténtico", la novedad de segunda mano ahora está en aumento y el estigma se ha borrado para mucha gente. La reconocida diseñadora de moda Stella McCartney dijo que cree que "el futuro de la moda es circular, será restaurativo y regenerativo por diseño y la ropa que amamos nunca terminará como un desperdicio".



Conclusiones

- A comienzos de esta investigación se plantea como objetivo buscar y analizar el vintage en su naturalidad, trazando una línea de tiempo.
 - Se logra exponer su asociación con el diseño de modas del presente.
 - La investigación demuestra que se puede tener una identidad futura por medio de la creatividad, sin dejar características naturales del pasado.
 - A raíz de que se fue avanzando en el análisis se puede comprobar que el termino vintage es importante tanto para el consumidor como para el diseñador que lo toma de referencia como inspiración.
 - La búsqueda de información en el vintage nos demuestra que es una evolución constante, que se mantiene en tendencia por su fortaleza con la sostenibilidad y épocas pasadas que representan una historia de colección que genera un consumo de prendas más responsable y amigable.
-

Bibliografía

- DeLong, M., Heinemann, B., & Reiley, K. (2005). Hooked on vintage! *Fashion Theory*, 9(1), 23–42.
 - Lascoiti, E. L. F. (2009). CRACK DE 1929: Causas, desarrollo y consecuencias. *Revista internacional del mundo económico y del derecho*, 1, 1-16.
 - Herмосín, N. (2020, 14 abril). El renacer de la moda tras el «crack» del 29: la belleza de los años 30. Harper's BAZAAR. <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias/moda/a32125422/moda-crisis-crack-del-29-disenadores-siluetas-anos-30/#:%7E:text=Las%20faldas%20se%20alargaron%20en,la%20moda%20del%20siglo%20XXI.>
 - Ropa de segunda mano VS pronta moda, a nivel local y global. (2018, marzo). Ana Elisa Gómez Velásquez. <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/4871/Ropa%20de%20segunda%20mano%20VS%20pronta%20moda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
-

- <https://doi.org/10.2752/136270405778051491>
 - “The Rise of Vintage Fashion and the Vintage Consumer.” *Taylor & Francis Online*, 27 April 2015, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/175693812X13403765252424>. Accessed 15 April 2022
 - Veenstra, A., & Kuipers, G. (2013). It is not old-fashioned, it is vintage, vintage fashion and the complexities of 21st century consumption practices: Vintage fashion and consumption practices. *Sociology Compass*, 7(5), 355–365. <https://doi.org/10.1111/soc4.12033>
 - (S/f). Researchgate.net. Recuperado el 16 de abril de 2022, de
 - https://www.researchgate.net/profile/Tracy-Cassidy-2/publication/263469162_The_Rise_of_Vintage_Fashion_and_the_Vintage_Consumer/links/5a02ca91aca2720df3cef7c6/The-Rise-of-Vintage-Fashion-and-the-Vintage-Consumer.pdf
 - Cassidy, T. D., & Bennett, H. R. (2012). The rise of vintage fashion and the vintage consumer. *Fashion Practice*, 4(2), 239–261. <https://doi.org/10.2752/175693812x13403765252424>
 - Van Roojen, P. (2019). *Vintage fashion: Label & sticker book*. Pepin Press.
-