

# BOLSOS VINTAGE Y SU EVOLUCIÓN DE LUJO

**L**as últimas décadas se han vivido desde la moda femenina como una revolución en la que la mujer toma el poder, entendiendo que el contexto por el cual la mujer vivía era un esquema de moda "estándar". Los colores vivos, las faldas y los bolsos se han tomado las calles para adornar y dar una libertad de expresión a las mujeres, emergiendo así las grandes marcas del diseño de moda.

Tomando de referencia algunos autores puedo decir que del libro "Vintage Handbags: Collecting and Wearing Designer Classics" de Marnie Fogg que habla sobre la evolución de los bolsos desde los años 20's y 90's menciona algo relevante sobre los bolsos de los 80's: "En los años 80, los bolsos se convirtieron en símbolos de estatus y lujo, y los diseñadores comenzaron a usar técnicas más innovadoras para crear piezas de alta calidad. Los bolsos de Chanel de los años 80, por ejemplo, se caracterizaron por el uso de materiales como el cuero de cordero suave y la cadena de oro, y presentaban el icónico logotipo de la doble C en relieve. Los bolsos de Gucci también fueron muy populares en los años 80, con el uso de materiales exóticos como la piel de serpiente y el cocodrilo y diseños clásicos como el estampado GG".

Del libro "Vintage Fashion Complete" de Nicky Albrecht sen que habla sobre la importancia y del cómo las grandes marcas llegaron a ser justamente, grandes, menciona lo siguiente sobre los bolsos de los 80's: "Los años 80 vieron la introducción de algunos de los diseños de bolsos más icónicos de la historia de la moda. El Birkin Bag de Hermès, nombrado en honor a la actriz Jane Birkin, se convirtió en un símbolo de estatus y se asoció con las celebridades de Hollywood. El bolso acolchado de Chanel, también conocido como el 2.55, fue reinventado en los años 80 con la adición de una cadena más larga para que pudiera ser llevado cruzado en el cuerpo. Los bolsos de Gucci también fueron muy populares en los años 80, especialmente el Hobo Bag, que presentaba una silueta relajada y suave y un estampado distintivo de doble G en la lona".





La época de los 80's fue una década de reinención y construyó las bases de un comercio de bolsos masivo, en la que "el producto icónico" era aquel que todas querían tener, y termino agigantando a las que hoy conocemos como grandes marcas de diseño y grandes nombres de diseñadores, sin embargo me queda como reflexión lo visto en las sesiones acerca de modernidad líquida, y contextualizando con el capítulo 3 "La moda y su destino en la modernidad líquida" la cual sugiere que la moda es una forma en la que las personas en la sociedad moderna buscan deshacer y reformar constantemente la solidificación de objetos y relaciones en la cultura y las normas sociales.

En resumen, Bauman argumenta que la moda es una expresión de la modernidad líquida, y que su constante necesidad de cambio y renovación es una respuesta a la inestabilidad y la incertidumbre de la sociedad moderna. La globalización, los procesos industriales y el crecimiento acelerado de medios tecnológicos se ha visto ejemplificado en la producción masiva de estas marcas de lujo a lo largo de los años. Esta estandarización y homogeneidad del mercado de lujo a promovido el fast fashion y promovido una cultura de consumo, dentro de sus procesos industriales. Hay una creciente preocupación por el impacto ambiental que estas mismas generan además de problemáticas referentes a su saber hacer, pues la mecanización y producción seriada ha impulsado a las marcas de lujo a buscar maneras más rápidas y económicas de producir y vender, externalizando su producción en países con mano de obra más barata, y dejando de lado la producción artesanal y la atención a los detalles que algunas de estas marcas tenían como base. Y es que la labor del artesano en un contexto de mercado de lujo viene casi que implícita desde el contexto de la producción.

La industria mundial del lujo se ha construido un posicionamiento a lo largo de las últimas décadas, por diferentes medios, ya bien sea por algún producto icónico de la marca; como es el caso de la marca Hermes y su icónico bolso Kelly, o por alguna técnica aplicada a sus materiales; como es también el caso de Prada y su manera de troquelar y dar textura al cuero, entre muchas otras maneras como se han logrado posicionar y adquirir prestigio y reconocimiento, aterrizando esto al mercado nacional, podemos ver como el arduo trabajo de empresas como Vélez o Mario Hernández ha dado frutos al lograr consolidar una marca reconocida a nivel nacional que da empleos a miles de personas y construyen país, sin embargo ha sido de la misma manera evidente como el artesano se ha ido excluyendo y sacado de la ruta de producción de estas grandes marcas, al punto de ser inexistente en estas etapas.

Quizá esta exclusión se deba por el afán de crecimiento y alcanzar prestigio por la cual externalizan su producción a lugares donde la mano de obra es barata y los tiempos para producir mayores cantidades de productos es menor, y esto puede ser visto desde diversos puntos de vista tanto positivos como negativos, puesto que en la etapa de producción es importante reducir tiempos de producción con el fin de abarcar mayor capacidad de producción, no obstante hay que analizar que etapas de la producción se pueden reducir en tiempo para no perder ese trabajo artesanal. Y es en parte la tendencia en la que el mercado de lujo ha ido decantándose, dejando de lado la relación directa con el artesano que tiene el conocimiento y las habilidades técnicas para crear un producto desde cero y pasado a un operario que cumple con funciones específicas en el proceso productivo pero que difícilmente tiene la capacidad de crear un producto desde su etapa inicial hasta su etapa final, esto mismo lo dice Dana Thomas quien es una de las voces más influyentes en el mundo de la moda como periodista, en su libro “Deluxe: How Luxury Lost Its Luster” (2007), en la cual hace una crítica constructiva explorando cómo la industria del lujo ha evolucionado de ser una industria basada en la artesanía y la exclusividad a una industria impulsada por la producción en masa y la mercadotecnia masiva.

El libro también analiza los efectos de la globalización y la tecnología en la industria del lujo. Thomas argumenta que estas fuerzas han llevado a una disminución en la calidad y la artesanía en algunos productos de lujo, y han llevado a una estandarización de la oferta de lujo. A través de entrevistas con expertos de la industria, incluyendo diseñadores, ejecutivos y expertos en marketing, Thomas ofrece una visión detallada de cómo funciona la industria del lujo hoy en día y cómo ha cambiado a lo largo del tiempo. También reflexiona sobre lo que significa realmente el lujo en un mundo cada vez más globalizado y consumista y define el lujo como: “es un objeto, servicio o experiencia que se siente personalizado, único y auténtico, y que ofrece a su propietario un alto nivel de placer sensorial, emocional o intelectual” (página 15).

En conclusión, es importante que se empiece a marcar una tendencia de volver a los orígenes del oficio del cuero en cuanto a su producción, recuperando los valores del artesano, dentro de la industria y permitir de esta manera prestar más atención a los detalles de un producto, esto se lograría trabajando de la mano con artesanos en el oficio y de alguna manera bajando la masificación de una marca y/o producto. Es claro que esta forma de manejar la producción eleva los costos y reduce la capacidad de producción sin embargo recordemos que para esta ocasión hablo de una alternativa de producción en marcas de lujo, que manejan precios elevados, por una producción barata.



# Piedra pulida y tallada

MARTES A DOMINGO

9:00 A.M A 5:00 P.M

**Figura antropomorfa**  
1 - 900 D. C.

Inmortaliza tu imagen y poder ideológico en una escultura. Líderes escultores, que sobre piedras volcánicas tallan la imagen metafórica de la figura humana.



**Invitan:**



Museo  
Nacional  
de Colombia