

opusdei.org

Nafarroako Unibertsitatean VI Moda Kongresua ospatu zen

Azaroaren 3 eta 4an ospatu den edizio honetako gaia "Moda komunikatu, kultura eraiki" izan da

2005 Aza 12

Nafarroako Unibertsitateak VI Moda Kongresua antolatu zuen, moda ekoizpenak kulturen duen eraginaz haurtartzeko. Modaren dimentsio ugariak aurre egiteko asmoz,

Unibertsitateak jakintzagaiarteko hausnarketa bultzatu nahi du. Honen helburua arlo ezberdinetako profesional eta akademikideen arteko eztabaida aberasgarria garatzea da.

Moda produktuek dimentsio adierazgarria dute eta giza elkarrakzio era berrien molduran eragin handia dute. Moda fenomenoak momentu kulturalaren agerpen gisa sortzen dira eta zenbait giza joera berrindartzen dituzte.

Moda artikuluen ekoizpen eta salmentak ondorio ezberdinak dituzte gizarte eta kulturen. Eragin hauek komunikabideen bidez zabaltzen dira; baita joera estetiko eta toki ezberdinen moldura arkitektonikoen bidez ere.

Merkataritzako komunikazioak eta gizartearen joerak bat egiten dutenean merkatu berriak sortzen dira. Marketing teknikak

literaturaren salmentan edota zinemaren sustapenean erabiltzen dira. Arkitektura teknikak bizimodu aldaketen eta eraikuntzako gai berrien agerreren arabera aldatzen dira. Bizimoduak aldatu egiten dira, bai gizakion beharrei erantzun egokia emateko eta atsedena era berriak sortzeko; bai familia, gizarte eta lanbide bizitzaz bat egiteko.

“Unibertsitateak ezin dio utzi kultura berria egiteko modu berri bati behatzeari, eta egun, modak mundua aldatzen du”. Hitz hauek eman zioten hasiera Iruñean, azaroaren 3 eta 4an ospatutako Nafarroako Unibertsitateko VI Moda Kongresuari.

Ibiltokiaren munduko pentsalari, diseinatzaile, zein enpresaburuek hausnarketa komuna egin dute modak kultura munduan duen eraginaz: goi joskintzaren heriotza,

pronto modaren agerpena eta *pret a porter* deritzonaren etorkizunaz.

Gugan ala gugandik at dago moda?
ZARA fenomenoak irudiaren morroi
bihurtzen gaitu ala, aldiz, eskura
jartzen digu guztioi moda?
Diseinatzaileak bere obra ala
pertsona izan behar du kontuan?
Iradokizun horiek guztiak izan dira
hizpide, hainbat ikuspuntutik jorratu
direlarik.

Izan diren mahai inguruetan,
zeinetara 350 bat lagun abiatu diren,
TOUS, Llongeras, El Corte Ingleseko
Marketing Arduradunek parte hartu
dute; modaren komunikazio arloko
arduradunek, hots, Paco Caro - Gaudi
ibiltokiaren antolatzailea-, Diego
Valisi, Uomo Vogueren arduraduna
Italian eta Espainia estatu osoko
enpresaburuek, hala nola, Koldo
Ayestaran – Kukusumusuko Kide
Kofundatzailea -, Victor Serna,

Loreak Mendiaren Kide
Fundatzailea.

Gaiak zabalak izan dira eta hitzaldi
bakoitzak aukera berriak ireki izan
ditu.

Hona hemen gure irakurleentzat jaso
ditugun parte hartze
interesgarrienetako batzuk:

“ZARA iraultzak irudiaren bilaketa
egotzi du aurreranzko ihesa balitz
bezala. Modaren gehiegizko sonak
goi joskintzari bukaera eman dio,
horrela irudiarekiko morrontza
agertu delarik. Asaldatzeko obsesioa
dago. Modaren eta bildumen
dinamismoak, etengabeko
asegabekerira generaman. Gaur zer
jantziko dudan nor naizen bilakatzen
da.”

*Juan Miguel Otxotorena, arkitektoa
eta Nafarroako Unibertsitateko
Arkitektura Eskolako Zuzendaria*

“Agerian dagoenetik at modak zer egiten duen ikusi behar dugu. Ikur bat baino gehiago da, ez baitaude berdin jantzitako bi pertsona. Moda ez da sistema bat ekosistema bat baino. Ederraren zientzia bilatu behar dugu, baina ba al dago horrelako zientziarik? Non bizi da moda hori? Gudan ala gugandik kanpo?

Alfons Puigamau. Kataluniako Nazioarteko Unibertsitatea

“Komunikatzea gauzen egoera aldatzea da. Moda eragin handiko komunikabidea da. Komunikazio elementutzat hartuta, arropa hizkuntza gaitasun dinamikoa dugu. Gaurko kontsumitzailea gero eta aktiboagoa da. Garapen arineko giza testuinguru honetan, *pret a porter* deritzonak goi joskintzaren desagertzea dakar, kaleak arteari lekua hartzen dio. Kokapen aldaketa hori dela eta, moda sortzaileak ez du

jada bere lana sorkuntzat hartzen
soilik, komunikaziotzat baizik, kalera
abiatzen da, beste lagunen bizitzan
parte hartzen du.”

Paolo Volonté Bolzanoko
Unibertsitatea

“Moda aldizkarien eragina garrantzi
handikoa da. Merkatuan posizio
nabarmena duten nazioarteko
zenbait goiburuk, joerak markatzeko
beharra dute, nahiz eta marka
ospetsuek erabaki jarraitzen
dituztenentz. Voguek urte bateko
aurrea hartzen die dendetan
eskuratu daitezkeen produktuei”

Diego Valisi, Vogue Uomo (Milan)
Conde Nast Taldea

Koldo Aiestaranek, Kukuxumuxu
sorrera nola izan zen adierazi zuen.
Dena 1989 hasi zen bere lagun
Gonzalo, Koldo eta Mikelekin birra
batzuk hartzera elkartzan zirenean.
Sanfermineko kamisetak aldatzeko

nahia zuten. Bereak kamisetei buruz
ez zekien mauka motza eta luzea
baino gehiago baina bai margotu.
Orain 77 pertxon dira, Espainia
guztian 20 denda daukate eta *on-line*
saltzeko kanal ireki dute.

.....

pdf | document generated
automatically from [https://opusdei.org/
eu-es/article/nafarroako-
unibertsitatean-vi-moda-kongresua-
ospatu-zen/](https://opusdei.org/eu-es/article/nafarroako-unibertsitatean-vi-moda-kongresua-ospatu-zen/) (2026 Ots 22)