

Ilusiones ópticas: cuerpo y distorsión

Límites y posibilidades de recursos constructivos en la Indumentaria contemporánea.

La Plata, Buenos Aires, Argentina.

Universidad del Este

Facultad de Diseño y Comunicación

Licenciatura en Diseño de Indumentaria

Autora: Paladini, Agustina



Índice

I.	Estructura de la tesis.....	8
	I.1 Resumen.....	8
	I.2 Introducción.....	8
	I.3 Estado de la cuestión.....	10
	I.4 Problema de conocimiento.....	11
	I.5 Marco teórico.....	12
	I.6 Fundamentación.....	16
	I.7 Objetivos.....	16
	I.7.1 Objetivo general.....	17
	I.7.2 Objetivos específicos.....	17
	I.8 Metodología.....	17
II.	Moda e Indumentaria.....	18
	II.1 Diseño de Indumentaria.....	18
	II.1.1 Herramientas del Diseño.....	18
	II.1.1.1 Elementos del Diseño.....	19
	II.1.1.2 Principios del diseño.....	20
	II.1.1.3 Recursos Constructivos.....	21
	II.2 Sistema de la Moda.....	22
	II.2.1 La moda y sus ciclos.....	22
	II.3 El cuerpo en el diseño y en la moda.....	23
	II.4 El textil.....	27
	II.5 Moldería.....	29
	II.1.5.1 Moldería tradicional.....	30
	II.1.5.1.1 Medidas estándar.....	30
	II.1.5.2 Moldería experimental.....	31
	II.6 Función del diseñador.....	36

III.	Belleza.....	38
	III.1 Concepto de belleza.....	38
	III.1.1 Armonía y proporción.....	40
	III.1.2 Armonía y proporción en el cuerpo humano.....	42
	III.2 La Industria de la moda y los estereotipos de belleza.....	43
	III.2.1 Estereotipos en el cuerpo.....	44
	III.2.2 Estereotipos de género.....	45
	III.2.2.1 Estereotipos de género en la Indumentaria.....	46
	III.2.3 Medios de comunicación.....	48
	III.3 Distorsión como símbolo de belleza.....	51
	III.3.1 Distorsión en la Indumentaria.....	53
IV.	Ilusiones ópticas.....	55
	IV.1 Ilusiones ópticas.....	55
	IV.1.1 Percepción visual.....	55
	IV.1.2 Percepción de la forma.....	56
	IV.1.3 Ilusiones ópticas.....	58
	IV.1.4 Percepción del movimiento.....	60
	IV.1.5 Percepción del color.....	60
	IV.2 Op Art.....	61
	IV.3 Ilusiones ópticas en la Moda.....	63
	IV.4 Ilusiones ópticas en el Diseño de Indumentaria.....	69
V.	Conclusiones.....	83
VI.	Referencias bibliográficas.....	86
VII.	Bibliografía.....	87

Índice de figuras

● Figura 1. Ilusiones ópticas.....	9
● Figura 2. Portada de la Revista Vogue.....	15
● Figura 3. Siluetas.....	19
● Figura 4. La moda y sus ciclos.....	23
● Figura 5. Puntos de articulaciones.....	24
● Figura 6. Variación según edad y sexo.....	25
● Figura 7. Variación según proporciones en un adulto.....	25
● Figura 8. Formas de la figura femenina.....	25
● Figura 9. Posiciones de la figura femenina.....	25
● Figura 10. Tipos y formas de las caderas.....	26
● Figura 11. Tipos y formas de las piernas.....	26
● Figura 12. Tipos y formas de los hombros.....	27
● Figura 13. Tipos y formas de la espalda.....	27
● Figura 14. Clasificación de los tejidos.....	29
● Figura 15. Moldería tradicional.....	30
● Figura 16. Posturas siglo XIX.....	30
● Figura 17. Moldes siglo XIX.....	31
● Figura 18. Tabla de talles femenina.....	31
● Figura 19. Issey Miyake (2016).....	33
● Figura 20. Rei Kawakubo (1992).....	33
● Figura 21. Comme des Garçons.....	34
● Figura 22. El hoyo.....	34
● Figura 23. El hoyo realizado en organza y debajo en gabardina.....	35
● Figura 24. El hoyo realizado en organza, colocada en la manga.....	35
● Figura 25. El hoyo realizado en gabardina. Colocada en las piernas.....	35
● Figura 26. Prototipo final.....	35
● Figura 27. Conjunto línea casual.....	36
● Figura 28. Muestra de intervención textil.....	36
● Figura 29. Discóbolo realizada por Mirón (450-460 a.C., Roma).....	38
● Figura 30. Los experimentos de Pitágora sobre las relaciones entre los sonidos.....	41
● Figura 31. Construcción de la <i>tetraktys</i>	41
● Figura 32. Doriforo realizada por Policeto.....	42
● Figura 33. Vientos, elementos, temperamentos, de Manuscrito astronómico, Baviera. Siglo XII.....	42
● Figura 34. Venus de Willendorf.....	44
● Figura 35. Revista Harper's Bazar (1867).....	48
● Figura 36. Metro Galdwyn Mayer.....	48
● Figura 37. Publicidad de Gucci.....	49
● Figura 38. Modificación corporal.....	51

- Figura 39. Esteatopigia.....52
- Figura 40. Miriñaque.....53
- Figura 41. Consecuencias del corsé.....54
- Figura 42. Relación figura-fondo.....56
- Figura 43. Ley de proximidad.....57
- Figura 44. Ley de semejanza.....57
- Figura 45. Ley de continuidad.....57
- Figura 46. Ley de cierre.....57
- Figura 47. Ley de simetría.....58
- Figura 48. Cubo de Necker.....59
- Figura 49. Triángulo imposible de Penrose.....59
- Figura 50. Triángulos de Kanizsa.....59
- Figura 51. Distorsión del tamaño.....59
- Figura 52. Efectos ópticos en blanco y negro.....61
- Figura 53. Efectos ópticos cromáticos.....61
- Figura 54. Peinado S. XVIII.....63
- Figura 55. Op Art en la moda.....64
- Figura 56. Ilusión óptica 1.....67
- Figura 57. Ilusión óptica 2.....67
- Figura 58. Ilusión óptica 3.....67
- Figura 59. Ilusión óptica 4.....67
- Figura 60. Ilusión óptica 5.....67
- Figura 61. Ilusión óptica 6.....68
- Figura 62. Gareth Pugh. Primavera Verano 2018.....72
- Figura 63. Gareth Pugh. Primavera Verano 2017.....72
- Figura 64. Iris Van Herpen. Primavera 2018.....73
- Figura 65. Iris Van Herpen. Otoño Invierno 2017/2018.....73
- Figura 66. Iris Van Herpen Otoño Invierno 2018/2019.....73
- Figura 67. Issey Miyake. Otoño Invierno 2016/2017.....74
- Figura 68. Issey Miyake. Pre otoño 2017.....74
- Figura 69. Issey Miyake. Crucero 2018.....74
- Figura 70. Jean Paul Gaultier. Primavera 2018.....76
- Figura 71. Jean Paul Gaultier. Primavera 2019.....76
- Figura 72. Jean Paul Gaultier. Primavera 2019.....76
- Figura 73. Junya Watanabe. Otoño 2016.....77
- Figura 74. Junya Watanabe. Otoño 2016.....77
- Figura 75. Junya Watanabe. Primavera Verano 2018.....77
- Figura 76. Modelos encapuchadas.....77
- Figura 77. Margiela. Primavera 2019.....78
- Figura 78. Margiela. Otoño 2018.....78
- Figura 79. Comme des Garçons. Primavera 1997.....79

- Figura 80. Comme des Garçons. Primavera 1997.....79
- Figura 81. Comme des Garçons. Primavera 1997.....79
- Figura 82. Yohji Yamamoto. Otoño 2019.....80
- Figura 83. Yohji Yamamoto. Primavera 2018.....80
- Figura 84. Yohji Yamamoto. Otoño 2017.....80
- Figura 85.Estampado.....81
- Figura 86.Estampado.....81
- Figura 87.Estampado.....81
- Figura 88.Estampado.....81
- Figura 89.Estampado.....82
- Figura 90.Prueba de estampados en el cuerpo.....82
- Figura 91.Prueba de estampados en el cuerpo.....82

Índice de cuadros

- Cuadro 1.....21
- Cuadro 2.....70

Capítulo I

Estructura de la tesis

I.1 Resumen

El Diseño de Indumentaria se encarga de estudiar la forma, movimiento y proporciones del cuerpo para crear indumentos que lo cubran y protejan. A raíz de ello, los diseñadores innovan y descubren nuevas formas, recursos y técnicas. Para lograr esto, la industria de la moda se vale de una técnica para crear el tipo de cuerpo que esta misma establece: la ilusión óptica. Esta se define como una ilusión del sentido de la vista que nos lleva a percibir la realidad de diferentes formas.

El objetivo de esta investigación es indagar los límites y posibilidades del efecto óptico para generar una alteración del cuerpo a través de recursos constructivos de la Indumentaria. Con este fin, la pregunta de investigación es la siguiente: ¿Con qué estrategias del efecto óptico se puede producir una alteración del cuerpo a través de recursos constructivos de la Indumentaria? ¿Cuáles son sus límites y posibilidades en relación con la idea del cuerpo para discutir los estereotipos de belleza? Para poder responderla se propone investigar al Op Art para obtener recursos sobre las ilusiones ópticas, explorar técnicas de manipulación textil, moldería y estampados para generarlas sobre la percepción del cuerpo, investigar efectos visuales con los que se puede lograr la alteración corporal y sistematizar alteraciones y referentes nacionales e internacionales. Con estos objetivos se logrará diseñar una colección que refleje la búsqueda de recursos de la Indumentaria para generar una alteración del cuerpo humano mediante efectos ópticos y así responder a la pregunta previamente formulada.

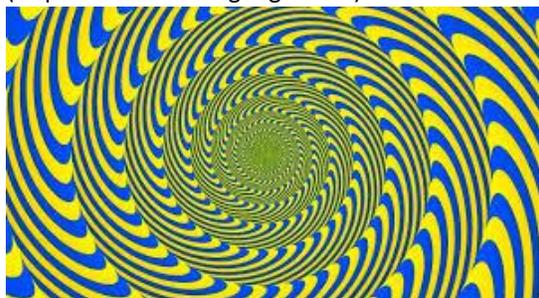
I.2 Introducción

Esta investigación se realizará partiendo de comprender al cuerpo, en relación con el indumento, como una estructura maleable y modificable, ya que desde hace tiempo la

silueta se adaptaba a las condiciones sociales y culturales de la época, y poder buscar nuevas formas de liberar al cuerpo creando nuevas siluetas y utilizando materiales con los que se pueda confeccionar una prenda y a su vez adquirir formas innovadoras. Como método de investigación se utilizarán recursos de la disciplina para poder generar alteraciones en el cuerpo, tales como recursos constructivos, moldería experimental y estampados.

El objetivo de este trabajo es indagar los límites y posibilidades del efecto óptico para generar una alteración del cuerpo a través de recursos constructivos de la Indumentaria.

Figura 1. Ilusiones ópticas. Fuente: Google (disponible en www.google.com)



Las ilusiones ópticas se definen como una ilusión del sentido de la vista que nos lleva a percibir la realidad de varias formas. Éstas pueden ser de carácter fisiológico (efectos de una estimulación excesiva en los ojos o el cerebro) o cognitivo (interviene nuestro conocimiento del mundo). Las ilusiones

cognitivas se dividen en ilusiones de ambigüedad, ilusiones de distorsión, ilusiones paradójicas e ilusiones ficticias (alucinaciones) donde las imágenes no son perceptibles con claridad por el ojo humano, ya que nuestro cerebro solo puede asimilar una imagen a la vez. Tal como se explica en un artículo de la Clínica Baviera¹, el cerebro maneja las percepciones de color, forma, movimiento y textura a través de diferentes áreas. Nuestro cerebro no posee la capacidad suficiente para manejar toda la información que es percibida por nuestros ojos y, por eso, nuestra mente tiene la necesidad de tomar atajos, de elegir la interpretación que le parezca más lógica. El cerebro procesa todas nuestras percepciones del mundo exterior y las interpreta según los conocimientos previos que tengamos. En el proceso, parte de la información puede ser reemplazada o borrada si va en contra de nuestra lógica, y completada, si se nos da incompleta. Esto origina las ilusiones ópticas.

¹ Instituto Oftalmológico ubicado en España.

Entender estos fenómenos es útil para comprender las limitaciones de la visión del ser humano y la posibilidad de distorsión, ya sea en la forma, el color, la dimensión y la perspectiva de lo observado.

Este concepto se lo relaciona con la disciplina utilizando la principal herramienta del Diseño de Indumentaria: el cuerpo humano. Este elemento brinda infinitas posibilidades de diseño y exige creatividad a la hora de diseñar. La forma y el corte de las prendas crean sensaciones visuales. Dependiendo de cómo estos sean, nuestro cuerpo parecerá de una forma u otra, transmitirá mensajes distintos.

I.3 Estado de la cuestión

En relación con el estado de la cuestión, específicamente de autores, investigaciones y publicaciones referentes al tema en cuestión, los cuales se exponen a continuación.

Con respecto a la presencia del Arte Óptico en la Indumentaria, Padilla (2013) en su libro *“Arte, magia e ilusión: las ilusiones ópticas en el arte y otras producciones visuales”* explica que el diseño de moda aporta numerosos ejemplos a lo largo del siglo XX hasta la actualidad con respecto a esta vinculación. Los diseñadores realizan estos efectos visuales a través de la imagen y el vestido, en la confección (corte y silueta), en las aplicaciones (volumen y relleno) y en los estampados.

En relación con los estereotipos de belleza en la moda, Moreno y Bovio (2018, p. 168) en su artículo *“Educación, cultura, estereotipos, cuerpo, género y diferencias sociales en la fotografía de moda”* realizan una investigación sobre la repercusión de la publicidad en las personas. Con respecto a esto comentan:

“La industria de la moda ha permitido que los productos que en ella se generan sean percibidos como algo más que un producto; los convierte en un promotor de los deseos individuales con la promesa del deseo de diferenciación con y ante los demás, y que, según la misma industria de moda inició por la burguesía emergente con el fortalecimiento comercial de las ciudades.”

A raíz de lo expuesto anteriormente, se llega a la conclusión que el Arte óptico ha sido utilizado en la Indumentaria mediante recursos del diseño y podemos afirmar que la industria de la moda repercute sobre la forma de pensar de las personas sobre sí mismos y los otros, especialmente el cuerpo. Sin embargo, no hay registros de que se utilice el Arte óptico y los recursos del diseño para discutir sobre el rol de la industria de la moda.

I.4 Problema de conocimiento

A través de la moda, desde su comienzo hasta la actualidad, hemos sido testigos de distintos estereotipos de belleza que reflejan el contexto social, cultural y político alrededor del mundo. El más conocido y criticado es el establecido por el capitalismo, definido por Naomi Wolf como “[...] una tendencia impulsada por los medios masivos de comunicación, la sociología y psicología populares, la industria de la moda y cosmética y una amplia gama de industrias culturales que producen imágenes para una economía de consumo en las que las propias mujeres son consumidores y bienes de consumo que se juzgan a sí mismas según parámetros inalcanzables [...]”. Una de las técnicas utilizadas en la industria de la moda para obtener un cuerpo adecuado a los estándares de belleza en la actualidad son las ilusiones ópticas, las cuales, mediante el engaño a la vista, ayudan a crear una silueta proporcionada siguiendo el concepto de belleza impuesto por autores como Santo Tomás que la definen como un objeto que visto o contemplado causa deleite, reuniendo sus partes la condición de la proporción o la armonía. Por el contrario, según Saltzman (2004, p.156) desde el ámbito del Diseño de Indumentaria se propone diferentes posibilidades para realizar un indumento, ampliando las morfologías y teniendo en cuenta la forma y movimiento del cuerpo. Para ello se comienzan a experimentar nuevas formas de trabajo, como jugar con las formas desde lo volumétrico, los materiales y la moldería, e introduciendo recursos constructivos, como las líneas y los planos, creando una nueva geografía del cuerpo y buscando qué tipo de vestido se busca. A raíz de este desarrollo se llega a la pregunta de investigación: ¿Con qué estrategias del efecto óptico se puede producir una alteración del cuerpo a través de recursos constructivos de la Indumentaria?

¿Cuáles son sus límites y posibilidades en relación a la idea del cuerpo para discutir los estereotipos de belleza?

I.5 Marco teórico

Para abordar este proyecto resulta necesario enfrentar dos conceptos principales.

Si bien el ***Diseño de Indumentaria*** surge dentro del mismo ámbito que la moda, son conceptos muy diferentes entre sí. El Diseño de Indumentaria, definido por Saltzman (2004, p.10), es un rediseño del cuerpo. Lo que proyecta el indumento influye en quién lo lleva, sus percepciones, sensaciones, la noción de su cuerpo, su sexualidad, su vitalidad. Mientras que a la ***Moda*** la define como un ciclo, que inicia con la concepción de ciertos líderes, cuya misión es replantearse las formas estipuladas y generar otras acordes, y si estas formas son aceptadas y los productos rinden, a la fase de difusión le sigue una de saturación, que anticipa la caída de este ciclo y su posterior recomienzo. La moda se refiere a aspectos externos de las personas y las cosas. Ambos conceptos pertenecen al mismo ámbito que la ***belleza***, entendida como un objeto que visto o contemplado causa deleite, reuniendo sus partes la condición de la proporción o la armonía². Siguiendo con lo expuesto por Jacinto Choza (2000), en su proyecto de investigación titulado “*Estética y Moda*”, en la medida en que la moda opera con la belleza, juega, como ella, una función similar de conexión entre lo superficial y lo profundo. (2000, p.32)

A través del vestido se ha modificado el cuerpo de acuerdo a los estándares de la época o a las diferentes culturas. Nicola Squicciarino en su libro “El Vestido Habla” (1986, p.69), describe diferentes modificaciones del cuerpo desde lo estético y cultural comenzando por deformaciones del cuerpo realizadas en pueblos primitivos como símbolo de inserción en las tribus, distinción, creencias o simplemente cuestiones estéticas. También detalla modificaciones a partir de la vestimenta, como la reducción de la dimensión de los pies mediante zapatos en las mujeres de la cultura china con la idea de que producía una hipertrofia en los órganos sexuales y las hacía más deseadas. Actualmente, Squicciarino

² Santo Tomás de Aquino en su opúsculo “De pulchro et bono”.

explica que la deformación de los pies sigue vigente pero de manera inconsciente priorizando la estética del calzado sobre la funcionalidad y comodidad, comenzando desde la infancia. La siguiente deformación que describe gira en torno a la **obesidad**. Las tribus primitivas consideraban el exceso de grasa como un símbolo de distinción social y buen cuidado del cuerpo. En París, a mitad del siglo XIX, circulaba el miriñaque inspirándose en la esteatopigia, definido por la autora como el “desarrollo excesivo de la grasa subcutánea que recubre las partes posteriores de la mujer, así como la parte más alta de los muslos.”. Este elemento consistía en una armadura colocada debajo de los vestidos para imitar artificialmente la esteatopigia creando cierta atracción y seducción del cuerpo femenino. También en Occidente se implementaba el corsé para comprimir la cintura y dar forma al cuerpo, alterando la posición de los órganos que con el tiempo provocaba ciertas enfermedades. Esta prenda también implicaba una posición socioeconómica y cierta virtud, donde las mujeres pobres las utilizaban solo para estas y quienes no lo usaban eran consideradas pecadoras.

A raíz del planteamiento de Saltzman (2004, p.143) en el cual busca que el diseño encuentre nuevas alternativas para vestir mediante la experimentación del textil sobre el cuerpo, se continúa describiendo una de las técnicas que se considera relacionadas a ello: la **moldería experimental**. Según Andrea Piraquive Ruiz, en su proyecto de investigación para la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo, el término “moldería experimental” se relaciona con el diseño deconstructivista de diseñadores japoneses, como Rei Kawakubo³ y Yohji Yamamoto⁴, por su forma de ver a la cultura y a la sociedad y por la preocupación hacia el cuidado estético y la forma en que el cuerpo resalta sobre el vestido. Como consecuencia de que el término no está estipulado en el ámbito de la moda, Ruiz realizó algunas entrevistas en busca de respuestas. Una de ellas la realizó a Cecilia Visciarelli (2013), ex estudiante de la carrera de Diseño de Indumentaria de la UBA, quien aprendió esta técnica durante el transcurso de su carrera y la define como el planteo de

³ Kawakubo desafía los ideales de la forma del cuerpo y de la construcción de las prendas, empujando los límites y combinando la moda con el arte.

⁴ Yamamoto, con una visión opuesta a la moda, la transformó radicalmente con diseños asimétricos y conceptuales inspirados en técnicas japonesas tradicionales.

una nueva estructuración desde el cuerpo, busca trabajar la indumentaria desde el mismo pensándolo como un soporte para nuevas formas.

Siguiendo con la idea del **cuerpo** como soporte de nuevas formas, la asesora de imagen personal y profesional Otis Rutinel crea una modificación de siluetas a partir de las **ilusiones ópticas**, a las cuales las define como elementos que permiten crear armonía en una silueta o figura. En esa concepción incluye características del Arte Óptico, como el color, textura, forma, figura, línea, además de los principios del diseño como son el ritmo, balance y proporción. En un artículo para la revista IMAGEN, el asesor de imagen Robert Colberg detalló diferentes técnicas para lograr ilusiones ópticas efectivas, siguiendo el estereotipo de belleza actual que consiste en hacer creer que una persona es alta, estilizada, con cintura pequeña o busto grande. Uno de los primeros métodos que plantea Colberg es la utilización de colores. Los colores vivos y brillantes, como el blanco, crema, verde esmeralda, sirven para resaltar partes del cuerpo sin agregarle volumen, mientras que los colores oscuros, como el negro, gris, marrón, se utilizan para áreas en donde se quiere ocultar. A continuación, le siguen las líneas. Utilizando líneas verticales se consigue una silueta alargada, pero si son muy gruesas puede ocasionar un efecto contrario. Las líneas horizontales aparentan que hay mayor volumen en un área. Colberg considera que los estampados se utilizan para que una parte del cuerpo se vea más voluminosa, por lo que aconseja que se debe evitar la combinación de diferentes texturas. Por otra parte, Saltzman (2005, p.86) propone configurar la silueta deseada y calificar la superficie mediante **recursos constructivos**, definidos en su libro *“El Cuerpo Diseñado”* como “la implementación, en la materia textil, de una toma de partido sobre el cuerpo.”. Estos recursos son divididos en dos, el primero son las líneas constructivas, que se clasifican a partir de su ubicación, los recorridos que dibuja, su calidad en función de los recursos constructivos utilizados (tipos de unión, de costuras, de articulación, etc.) y la relación que establecen entre si y en el conjunto, mientras que los planos se definen por las características de su superficie, su forma, su dimensión, su ubicación en relación con el cuerpo y el vestido, y la relación que establecen entre sí.

En cuanto al **Arte Óptico**, definido en el libro *“Historia Universal del Arte, Arte del siglo XX”*, como una de las corrientes que se basan en la pura visualidad y la psicología gestáltica. Los autores de este libro, Ferrer y Carrasco, explican que el movimiento en el arte óptico se basa en la percepción, ya que el movimiento no es real, sino que es sugerido de forma virtual y requiere un esfuerzo de concentración por parte del espectador. Este último es una parte fundamental de la obra óptica, siendo una de las primeras en reclamar la presencia activa del espectador, la cual crea obras abiertas que pueden ser transformadas y manipuladas por quien las contempla. *“Se trata, pues, de un tipo de arte que produce en el espectador una respuesta óptica y fisiológica pero también psicológica.”* (2000, p.32)

Según Martínez Muñoz, en su libro *“Arte y Arquitectura del siglo XX, Vol. 2”*, en los años 60, tanto en Estados Unidos como en Europa, se produjeron grandes exposiciones en las cuales se consolidó el término de *Op Art* y sus imágenes alcanzaron una gran popularidad en el grafismo comercial y la moda. En esa misma época, se producía una importante ruptura en la historia de la moda. Según un artículo de la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria (CIAI), los cambios sociales y culturales tuvieron un gran impacto en la

forma de vestirse, convirtiendo a la moda en una forma de expresión y dando comienzo al reinado de la juventud. En la segunda mitad de los años 60, los movimientos artísticos, como el pop art y el op art, y la música, como los Beatles, fueron los que influyeron en las creaciones de diferentes looks. El ejemplo más emblemático es el vestido de Yves Saint Laurent inspirado en los cuadros de Mondrian (Figura 2).

Según el libro *“Moda Vintage”*, *“el término op art se acuñó para designar los efectos ópticos de la línea y de las áreas de contraste entre la línea y el color [...]”* (2008, p.135) y los diseñadores del momento las acoplaron a sus diseños. Las tipologías de las prendas

Figura 2. Portada de la Revista Vogue.
Fuente: Revista Vanity Fair (disponible en:
<https://www.revistavanityfair.es/lujo/articulos/totem-vf-vestido-mondrian-saint-laurent/25964>)



contribuían con esta tendencia, ya que eran el lienzo indicado para aplicar esta tendencia por la severidad de los vestidos de línea A y la simplicidad de las chaquetas cortas y los abrigos.

Estos conceptos expuestos son fundamentales en esta investigación siendo de ayuda el concepto *belleza* de manera teórica para discutir los estereotipos de belleza establecidos por la industria de la moda, mientras que los *recursos constructivos* aportarán una forma de operar la Indumentaria contemporánea para identificar estrategias del efecto óptico que permitan alterar el cuerpo.

I. 6 Fundamentación

En la actualidad, según Saltzman (2004, p.143), el desarrollo de la vestimenta tiende a una mayor funcionalidad y confort, pero el modelo de cuerpo ideal que propone la cultura se ha vuelto tan estricto que un gran número de potenciales usuarios quedan excluidos del mercado. A raíz de esto, plantea que el diseño deberá buscar nuevas alternativas para vestir y tipologías innovadoras para visualizar el cuerpo humano, a partir de la experimentación del textil sobre el cuerpo, modificando las siluetas con la intención de contemplar un cuerpo deformado sin que lo afecte físicamente.

El propósito central de esta investigación es contribuir al debate de los ideales de belleza establecidos por la sociedad, principalmente al que está vinculado con la industria de la moda. Para ello se utilizarán técnicas que esta misma emplea para fomentar este estereotipo y proponiendo tipologías innovadoras desde el ámbito del Diseño de Indumentaria y sus recursos. Con esto también se buscará contribuir con el término de *moldería experimental*.

I.7 Objetivos

A partir del marco teórico expuesto, se describen los objetivos generales y específicos de esta investigación.

I.7.1 Objetivos generales

Indagar límites y posibilidades del efecto óptico para generar una alteración a la idea establecida del cuerpo a través de recursos constructivos de la Indumentaria.

I.7.2 Objetivos específicos

- Explorar técnicas de manipulación textil, moldería y estampados para generar ilusiones ópticas sobre la percepción del cuerpo.
- Analizar efectos visuales con los que se pueda alterar el cuerpo.
- Asociar efectos visuales que modifiquen el cuerpo con ideas de belleza.
- Sistematizar alteraciones con respecto a referentes nacionales e internacionales.
- Diseñar una colección que refleje la búsqueda de recursos de la Indumentaria para generar una alteración del cuerpo humano mediante efectos ópticos.

I.8 Metodología

El enfoque metodológico utilizado en esta investigación es cualitativo, ya que se recolectarán datos de diferentes fuentes bibliográficas, como artículos y libros. Con ellas se podrán definir tanto los conceptos principales como los secundarios, planteados en el marco teórico, y a partir de estos se obtendrán recursos los cuales se traducirán a la indumentaria para lograr posibles alteraciones corporales.

Esta investigación se situará en la Moda contemporánea, la cual comienza con el siglo XIX hasta la actualidad.

Capítulo II

Moda e Indumentaria

En el presente capítulo se desarrollarán los conceptos de Diseño de Indumentaria y Moda para entender las diferencias entre estos que a simple vista parecen similares. Se comenzará hablando del Diseño de Indumentaria como proceso y las herramientas necesarias para llevarlo a cabo, y cuál es el rol del diseñador. Mientras que en el ámbito de la Moda se desarrollará el sistema de la moda, los ciclos que la componen y, terminando, con la actualidad de la moda y cómo es percibida por la sociedad.

Se utilizarán como bibliografía base los aportes de Andrea Saltzman, Sue Jenkyn Jones, Antonio Donnanno y Wucius Wong.

II.1 Diseño de Indumentaria

Tal como se explicaba en el marco teórico, Andrea Saltzman (2004, p.10) define el diseño de indumentaria como un rediseño del cuerpo, proyectando en la ropa la calidad y el modo de vida del usuario, ya que la ropa propone y construye espacios, hábitos. Por lo tanto, el trabajo del diseño de indumentaria es reelaborar y repensar las condiciones de la vida humana y renovar nuestro modo de ser y habitar.

Por el contrario, desde un punto de vista más técnico, Sue Jenkyn Jones (2013, p.166), define el diseño como una mezcla de elementos conocidos como nuevos para crear productos y combinaciones. Mientras que Wong (1982, p.9) lo define como “[...] un proceso de creación visual con un propósito.”

II.1.1 Herramientas del diseño

Entendiendo los dichos de los autores anteriores (Jones y Wong), las herramientas del diseño son los instrumentos básicos que los diseñadores, en su sentido más amplio,

necesitan a la hora de crear. Con estas herramientas, el diseñador debe encontrar la manera de combinar de forma creativa e innovadora.

II.1.1.1 Elementos del diseño

Retomando la definición anterior del diseño dada por Jenkyn Jones, (ver II.1) aquellos elementos que deben mezclarse para obtener combinaciones y productos son siluetas, línea y textura.

La autora define a la **silueta** (Figura 3) como “[...] la primera impresión de una prenda, vista a distancia y antes de que se perciban los detalles.”(2013, p.168). Esta misma puede variar y se complementa con el *volumen*.

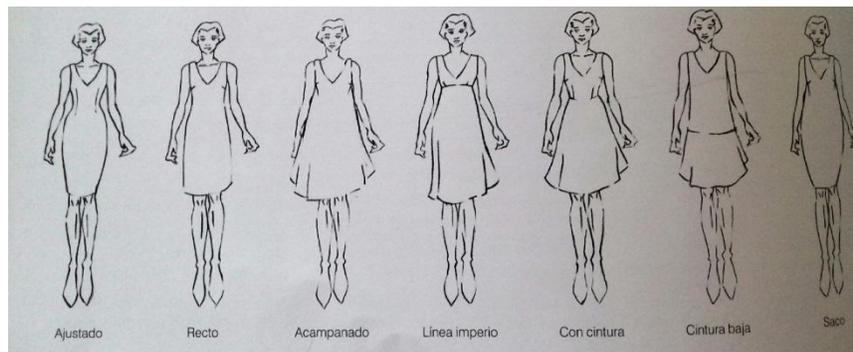


Figura 3. Siluetas. Fuente: *Diseño de Modas*, Sue Jenkyn Jones (2013, p.168)

Jones explica:

“Al acentuar el cuerpo femenino con una **línea en la cintura**, la silueta se divide en la parte superior e inferior, que necesitan un equilibrio visual y proporción para lograr un efecto armonioso.” (2013, p.168)

A continuación sigue la **línea**, las cuales pueden ser duras, suaves, rígidas o flexibles. Se pueden mover en varias direcciones y dirigen la mirada del espectador. También pueden crear ilusiones y disfrazar u ocultar.

Estas líneas pueden darse a través de costuras.

Jones aconseja:

“La líneas de costura verticales crean una sensación de longitud y elegancia porque dirigen al ojo arriba y abajo del cuerpo. Las horizontales tienden a ser más cortas y centran la atención en la anchura del cuerpo. Las líneas a través del cuerpo pueden hacer parecer la figura más corta y ancha. “ (2013, p.169)

En cuanto a la **proporción** “[...] es el modo en que uno se relaciona de manera visual todas las partes separadas en el conjunto y se lleva a cabo midiendo [...]” (Jenkyn Jones, 2013, p.169). Este elemento es útil para crear ilusiones de forma corporal.

Por último, la **textura** es una característica del textil que, en conjunto con las propiedades del mismo, debe permanecer en el proceso de diseño. Los diseñadores pueden inspirarse en ella y en el manejo del material antes que realizar bocetos. (2013, p.171)

Tal como explica Wong (1982, p.11), estos elementos están relacionados entre sí y no pueden ser separados fácilmente. Separados pueden ser indefinidos pero en conjunto determinan la apariencia y el contenido de un diseño.

II.1.1.2 Principios del diseño

La forma en que los elementos anteriormente desarrollados se combinan son llamados *principios*. Estos se detallarán a continuación, de acuerdo al aporte realizado por Jenkyn Jones (2013, p.177):

- A) **Repetición:** es el uso reiterado de los elementos de diseño, detalles o adornos. Es regular o irregular. Puede formar parte de la estructura de una prenda o ser una característica del mismo tejido.
- B) **Ritmo:** puede provenir de la repetición de elementos o de estampados.
- C) **Graduación:** es un tipo de repetición en el que los elementos se incrementan o decrecen.
- D) **Radiación:** es el uso de líneas que parten en forma de abanico.
- E) **Contraste:** Jones lo define como uno de los principios más útil. Se puede realizar a través de los colores o las texturas.
- F) **Armonía:** implica una similitud entre los colores, las telas y hasta en las prendas.

G) **Equilibrio:** la autora lo define como la tendencia visual hacia lo simétrico, y lo divide en vertical y horizontal. El equilibrio vertical son las características simétricas de izquierda a derecha, pueden ser solapas que hacen juego, bolsillos alineados o botones espaciados regularmente. Por otro lado, el equilibrio horizontal se diferencia en la parte superior e inferior.

II.1.1.3 Recursos Constructivos

Según Saltzman (2004, p.86) los recursos constructivos son la implementación de una toma de partido sobre el cuerpo, asociando la creación de la vestimenta a la anatomía. Uno de estos recursos son las **líneas constructivas** que realizan recorridos tanto sobre el cuerpo como en el textil para crear cierta silueta a través de la superficie de los **planos** y de las **uniones**. Estas líneas son la continuación de las líneas de la anatomía, las cuales ayudan a modelar las formas y favorecen el movimiento.

Para la autora, el vestido establece un espacio contenedor del cuerpo. Este espacio está determinado por la unión de planos textiles, los cuales se originan en la anatomía humana. Los planos pueden unirse entre sí o mediante un elemento externo. Estas uniones, a su vez, pueden ser continuas o discontinuas, fijas o desarticulables. A partir de esto se pueden crear cierres y accesos.

Líneas constructivas	Planos
Ubicación en relación con el cuerpo y el vestido	Características de la superficie
Recorridos	Forma
Calidad de los recursos utilizados	Dimensión
Relación entre sí y en conjunto	Ubicación en relación con el cuerpo y el vestido
	Relación entre sí

Cuadro 1. Cuadro de elaboración propia en base al libro de Saltzman, *El cuerpo diseñado* (2013).

II.2 Sistema de Moda

El sistema de la moda nació con la alta costura buscando el interés de la alta sociedad. Con el nacimiento del *pret a porter*, la producción de indumentaria se industrializó y se amplió el consumo a la clase media. El sistema se democratizó a causa del consumo masivo y cualquier grupo social pudo integrarse en él. (Saltzman, 2004, p.120)

La moda está en constante transformación y subsiste por los cambios que genera la incorporación de una novedad.

II.2.1 La moda y sus ciclos

Según Jenkyn Jones, el ciclo de la moda comienza con el estudio del mercado y la investigación del diseño para la obtención de una **inspiración**. A partir de ella, el diseñador comenzará una búsqueda de tejidos y materiales, creación de bocetos y el conocimiento del proceso, lo cual llevará a la **elaboración de prototipos**.

Estas primeras fases se unen con los proveedores de fibras o tejidos, los cuales realizan un pronóstico de tendencias y realizan una selección de muestras. Los diseñadores de telas de punto dictan la paleta de color para el resto de la cadena. La elección de los colores, los tejidos y los costos están a cargo de los ejecutivos, diseñadores, ayudantes y directores de producción.

Para la elaboración de prototipos, el cortador y el diseñador trabajan en conjunto para realizar las primeras muestras y la aprobación de estas está a cargo de los directivos. Esa selección se envía a las fábricas para que comience la producción masiva y distribuirlo en las tiendas o compradores mayoristas. Llegado a este punto, el diseñador estará comenzando con una nueva búsqueda de inspiración.

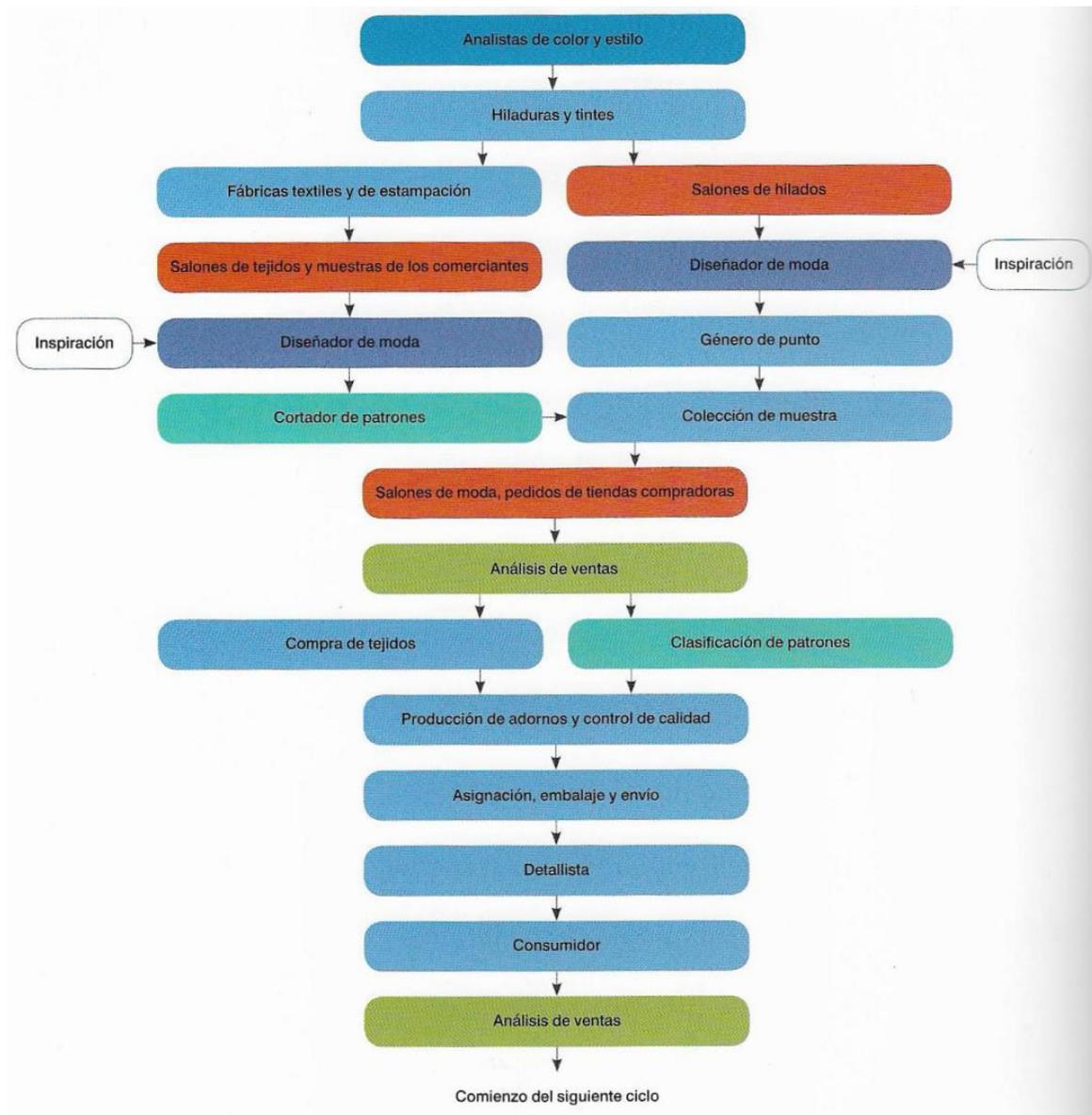


Figura 4. La moda y sus ciclos. Fuente: *Diseño de Modas*, Sue Jenkyn Jones (2013, p.152)

II.3 El cuerpo en el diseño y en la moda

Siguiendo los dichos de Saltzman (2004, p.19), hay que conocer en profundidad la anatomía y la movilidad humana para desarrollar el diseño de indumentaria. Se debe tener en cuenta tanto sus aspectos externos (contextura, anatomía, proporciones,

movimientos) como los internos (autopercepción, sensaciones táctiles y visuales, actitud corporal). La autora nos lleva a percibir el cuerpo como un espacio individual y colectivo, “[...] como usuario que percibe el mundo a través del vestido y como cuerpo integrante de una cultura y un contexto.”

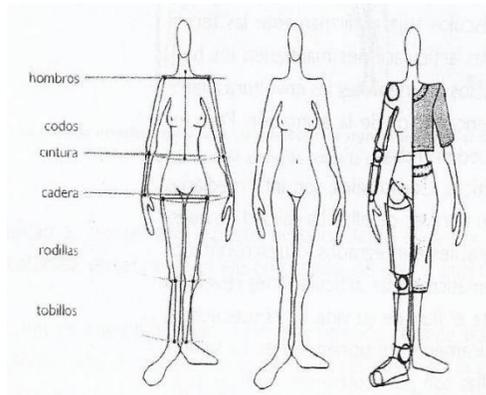


Figura 5. Puntos de articulaciones. Fuente: El cuerpo diseñado, Andrea Saltzman (2004, p.30)

Las **articulaciones** (tendones y músculos), su ubicación, ángulos de apertura y direccionalidad, son fundamentales a la hora de pensar la morfología teniendo en cuenta las actividades que realiza el usuario. Saltzman dice: “[...] las articulaciones plantean límites formales que es preciso considerar para evitar tensiones o impedimentos al desenvolvimiento natural del cuerpo.” (2004, p.29) (Figura 5)

En cuanto a las **proporciones**, y siguiendo los dichos de la autora, sirven para establecer parámetros de comprensión y representación del cuerpo y, así también, los diferentes elementos de la vestimenta (siendo la longitud de los planos y la ubicación de accesorios en las prendas). (Figura 6 y 7)

En relación a este aspecto, Saltzman (2004, p.31) aconseja:

“[...] debemos tener en cuenta que estas proporciones representan una medida postulada como **ideal**, y que finalmente es imprescindible indagar en las proporciones de los **cuerpos reales** para dar una respuesta efectiva a las necesidades del usuario.”

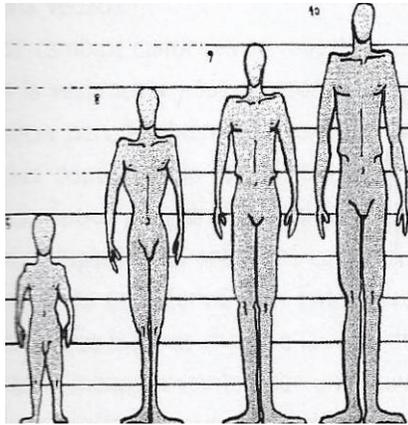


Figura 6. Variación según edad y sexo. Fuente: El cuerpo diseñado, Andrea Saltzman (2004, p.31)

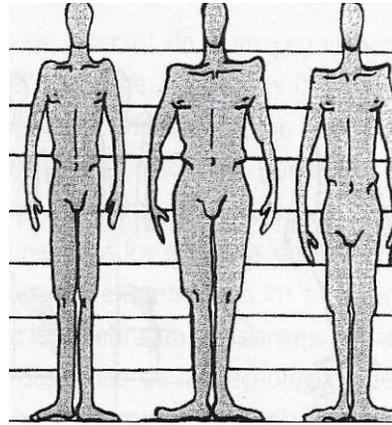


Figura 7. Variación según proporciones de un adulto. Fuente: El cuerpo diseñado, Andrea Saltzman (2004, p.31)

Por otro lado, Antonio Donnanno realiza una revisión de la figura femenina utilizada comúnmente en la industria de la moda. (2014, p.22)

Las formas de la figura femenina se relacionan con figuras geométricas. Se dividen en personas con hombros y caderas iguales y con cintura fina (Figura 8.1), personas con hombros y caderas iguales y con cintura gruesa (Figura 8.2), persona con cadera más anchas que los hombros (también conocida como forma de pera) (Figura 8.3) y persona con hombros más anchos que las caderas (Figura 8.4).

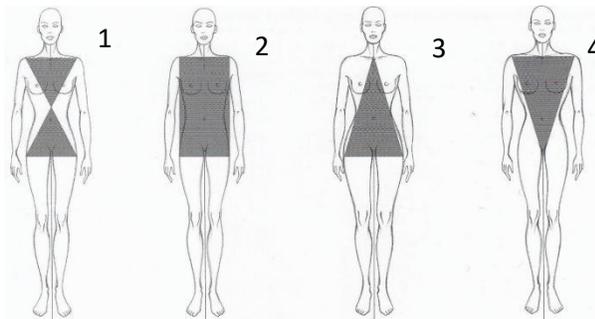


Figura 8. Formas de la figura femenina. Fuente: Técnicas de patronaje de moda, Vol. 1, Antonio Donnanno. (2014, p.22)

De acuerdo a las posiciones de la figura, Donnanno la divide en posición perfecta, cuando el lóbulo

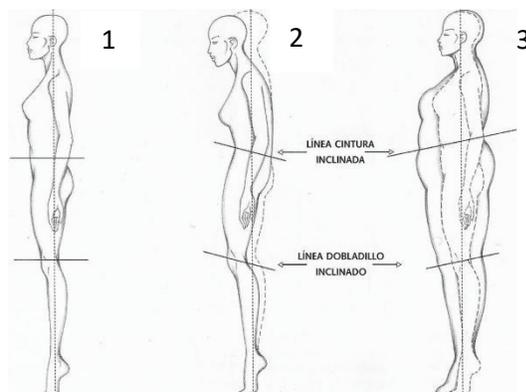


Figura 9. Posiciones de la figura femenina. Fuente: Técnicas de patronaje de moda, Vol. 1, Antonio Donnanno. (2014, p.22)

de la oreja se encuentra en perfecta línea vertical con la figura (Figura 9.1); posición hacia adelante, cuando el lóbulo de la oreja se encuentra hacia adelante respecto a la vertical de la figura (Figura 9.2); y posición erecta, cuando el lóbulo de la oreja se encuentra en línea, pero hacia atrás con respecto al centro de la figura (Figura 9.3).

Para las caderas (Figura 10), piernas (Figura 11), hombros (Figura 12) y espalda (Figura 13) las divide según su tipo y forma.

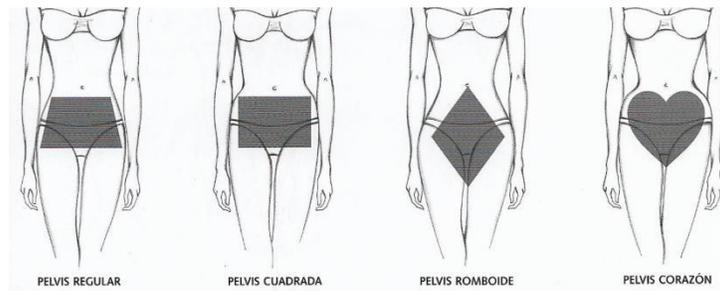


Figura 10. Tipos y formas de las caderas. Fuente: Técnicas de patronaje de moda, Vol. 1, Antonio Donnanno. (2014, p.23)

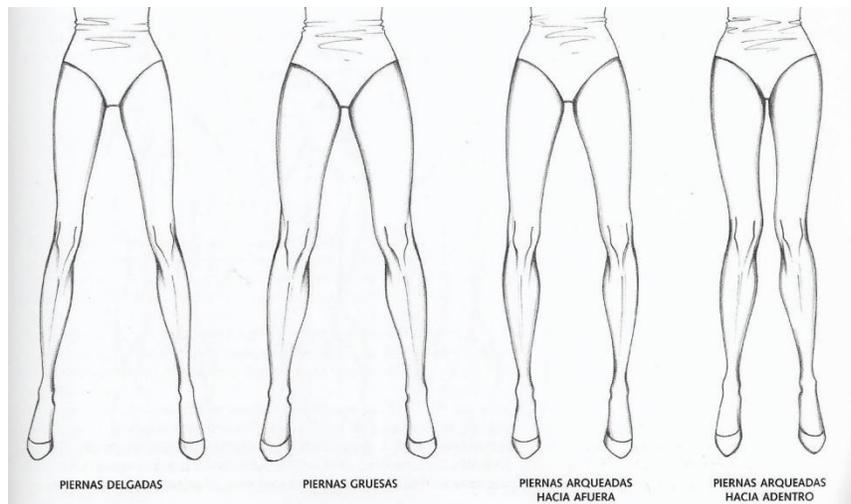


Figura 11. Tipos y formas de las piernas. Fuente: Técnicas de patronaje de moda, Vol. 1, Antonio Donnanno. (2014, p.23)

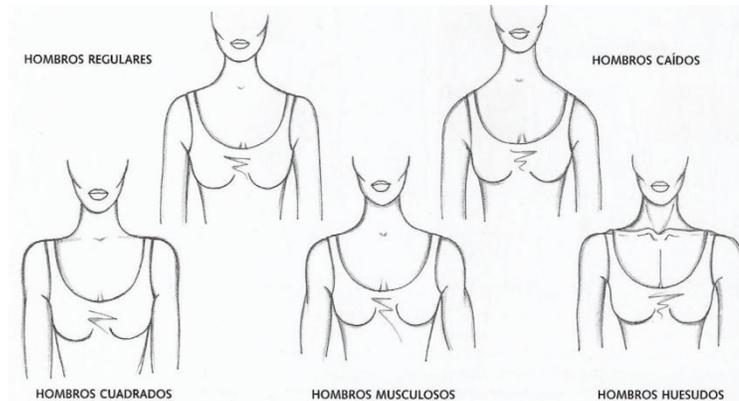


Figura 12. Tipos y formas de los hombros. Fuente: Técnicas de patronaje de moda, Vol. 1, Antonio Donnanno. (2014, p.24)

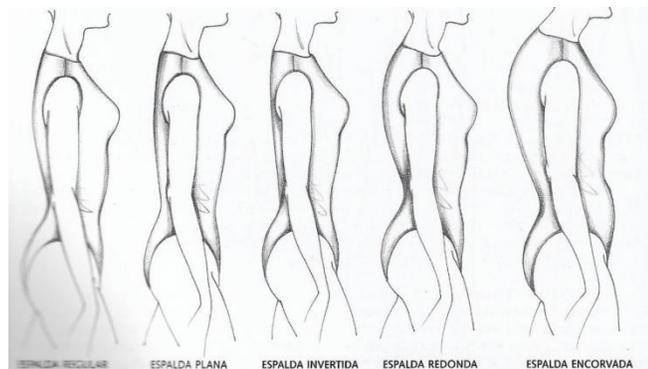


Figura 13. Tipos y formas de la espalda. Fuente: Técnicas de patronaje de moda, Vol. 1, Antonio Donnanno. (2014, p.24)

II.4 El textil

Tal como lo define Saltzman (2004, p.37), el textil es el elemento que materializa el diseño. Ayuda a conformar la silueta en relación con el cuerpo, lo contiene, provoca sensaciones tanto internas como externas.

En el diseño, uno de los aspectos fundamentales que hay que tener en cuenta sobre el textil son sus cualidades, es decir, su capacidad para crear volumen y de relacionarse con la superficie. También debe tenerse en cuenta las sensaciones visuales, táctiles, sonoras y olfativas, además de sus cualidades intrínsecas.

Coincidiendo con Saltzman, Jenkyn Jones define el tejido como el medio de expresión creativo del diseñador y su correcta elección es la clave para el éxito del diseño. La autora

explica que las telas tejidas se crean mediante el entrelazamiento de hilos verticales (**urdimbres**) con hilos horizontales (**trama**) en ángulos rectos unos con otros. La rigidez de una tela se debe al número de hilos de urdimbre y trama por centímetro. El borde de la tela se hace con una mayor cantidad de hilos, o hilos más fuertes, para estabilizar la tela (**orillo**).

Antonio Donnanno, en su libro *“Técnicas de patronaje de moda, Vol. 1”*, crea una clasificación o codificación de tejidos que considera “necesaria como un lenguaje común para los profesionales de las empresas de confección.” (2014, p.13)

1) Tejidos compuestos por dos o más series de hilos con disposición ortogonal.

Tejidos planos (Figura 14.1)

2) Tejidos de hilos parcialmente rectilíneos, paralelos entre sí y oblicuos a las dos dimensiones del tejido. Trenzas (Figura 14.2)

3) Tejidos con tres series de hilos. Gasas de vuelta (Figura 14.3)

4) Tejidos de hilos con disposición sinuosa transversal. Punto fr trama (Figura 14.4)

5) Tejidos de hilos con disposición prevalentemente longitudinal. Punto de cadena (Figura 14.5)

6) Tejidos de hilos sinuosos, longitudinales y envueltos en espiral unos con los otros. Tul (Figura 14.6)

7) Tejidos anudados. Redes (Figura 14.7)

8) Tejidos no tejidos. Fieltro, tejidos con tratamientos de agujas, tejidos obtenidos mediante fusión. (Figura 14.8)

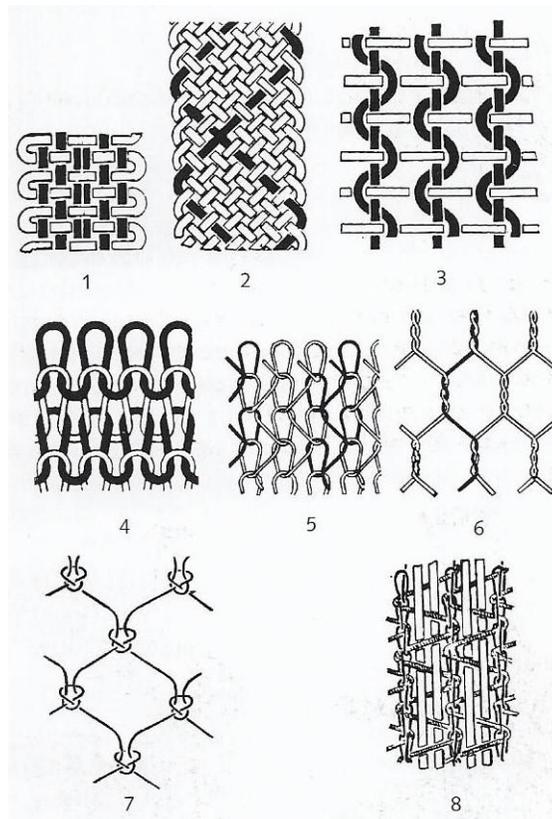


Figura 14. Clasificación de los tejidos. Fuente: Técnicas de patronaje de moda, Vol. 1, Antonio Donnanno. (2014, p.13)

Actualmente, Saltzman (2004, p.43) explica que los textiles son difícil de reconocer debido a las modificaciones realizadas en los materiales, mediante los procesos de acabado y tintorería y los materiales técnicos o inteligentes. En estos tiempos, lo que se busca es la funcionalidad del textil, no el espesor como años atrás, que pueda adaptarse a las condiciones y capacidades naturales, y que el usuario pueda adaptarse al medio de un modo más flexible y fluido.

II.5 Moldería

Desde el punto de vista del diseñador, Saltzman define la moldería como “un proceso de abstracción que implica traducir las formas del cuerpo vestido a los términos de la lámina textil.” (2004, p.85) La autora comenta que utilizando esta técnica que parte de talles y

formas preexistentes, se empobrece el diseño y se pierden las infinitas posibilidades que pueden surgir de la relación entre la anatomía del cuerpo y la tela.

II.5.1 Moldería tradicional

Según Antonio Donnanno, el molde es la “representación gráfica de la estructura de una prenda de vestir y constituye la base para las sucesivas fases de confección y acabado de la prenda.” (2014, p.16) (Figura 15). Se pueden realizar manualmente o por computadora. Dentro del primero se dividen en tres métodos:

1) **Drapeado:** se construye directamente sobre el maniquí con una tela de muselina de algodón. El autor comenta que se necesita una notable habilidad de manipulación. Esta técnica es utilizada por sastres.

2) **Trazado a medida:** Donnanno explica que se utiliza para personas con “[...] problemas de tallas cuyas medidas no se pueden adaptar fácilmente a los patrones de base estándar.” (2014, p.16). Este método consiste en una medición exacta de todas las partes del cuerpo que requiera la prenda que se va a realizar.

3) **Molde en plano:** se elabora un molde base a partir del cual se obtienen todos los demás.

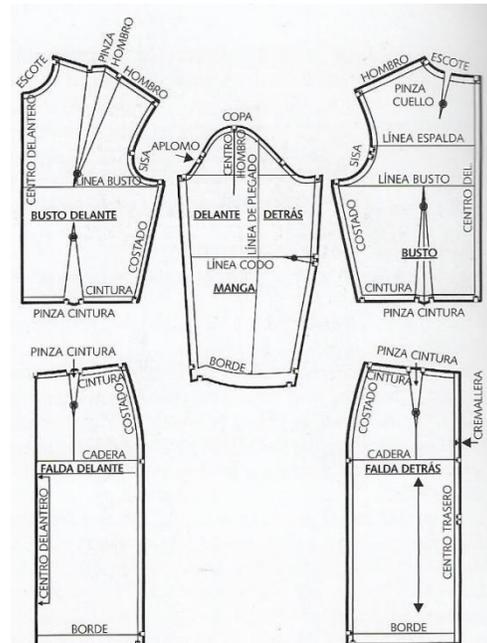


Figura 15. Moldería tradicional. Fuente: Técnicas de patronaje de moda, Vol. 1, Antonio Donnanno. (2014, p.16)

II.5.1.1 Medidas estándar

Jenkyn Jones hace una revisión hacia el pasado para hablar del inicio de la medición. Según su investigación, los sastres



Figura 16. Posturas siglo XIX. Fuente: Diseño de moda, Sue Jenkyn Jones. (2013, p.165)

notaron que la población se podía dividir en diferentes tipos de cuerpos (Figura 16). Gracias a esto, en el siglo XIX, la sastrería se convirtió en una ciencia, posteriormente llamada ciencia de la antropometría (Figura 17). Comenzaron fotografiando, catalogando y midiendo las diversas formas humanas en sus tierras y en otras más lejanas.

Actualmente, los fabricantes son los encargados de las medidas estándar, los diseños de moldes, la clasificación y el etiquetado. Según la autora, estos métodos de medida difieren de un país a otro pero, a pesar de eso, es posible designar talles de las prendas internacionalmente.

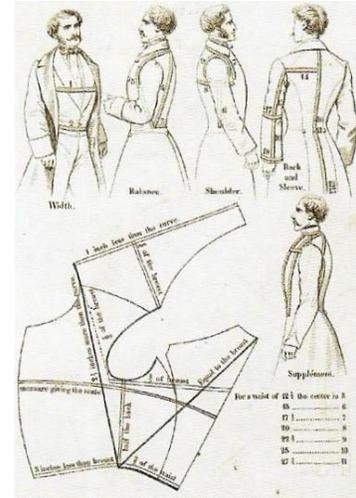


Figura 17. Moldes siglo XIX.
Fuente: Diseño de moda, Sue Jenkyn Jones. (2013, p.165)

Jenkyn Jones explica que la mujer promedio en el Reino Unido, Estados Unidos y el centro de Europa mide 163 cm de altura, su cuerpo tiene forma de pera y viste un talle entre el 42 y el 44. La mayoría de las empresas de moda producen prendas entre el talle 38 y 44, sin embargo hay un tercio de mujeres que usan más el talle 46.

Los fabricantes venden las prendas a los compradores con una gama de talles que depende del usuario al que va dirigido. Actualmente, hay más proveedores que empiezan a ofrecer, según la autora “[...] talles especiales (medidas grandes) [...]” (2013, p.165)

Tallas femeninas				
Talla	8	10	12	14
altura	157.2	159.6	162	164.4
busto	80	84	88	93
cintura	60	64	68	73
cadera	87	90.5	95	99.5
parte superior cadera	79.5	84	89	94
cuello	34	35	36	37
parte inferior busto	61	66	71	76
de nuca a cintura	38.8	40.4	41	41.6
espalda	31.8	32	33	34.2
pecho	28	29.8	31	32.2
hombro	11.5	11.7	11.9	12.1
de hombro a muñeca	56.2	57.1	58	58.9
axila	42.8	43.1	43.5	43.9
sisia	38.6	40.6	42.6	44.6
bíceps	22.9	24.7	26.5	28.3
muñeca	15	15.2	16	16.6
exterior pierna	99	100.5	102	103.5
interior pierna	74	74	74.5	74.5
talle	26.8	27.9	29	30.1
de cintura a rodilla	61	61	61.5	61.5
de cintura a tobillo	94	94	95	95
de la nuca al suelo	136	138	140	142

Figura 18. Tabla de talles femenina.
Fuente: Diseño de moda, Sue Jenkyn Jones. (2013, p.166)

II.5.2 Moldería experimental

Tal como se había explicado previamente en el marco teórico, la moldería experimental es una técnica muy nueva por lo que su término no se encuentra fácilmente en libros. Por ello, se recurrió a diferentes proyectos de investigación para encontrar una definición certera del término. La estudiante de la Universidad de Palermo, Andrea Melissa Piraquive Ruiz, plasmó en su tesis *“La nueva arquitectura del vestido. La influencia del deconstructivismo en el Diseño de Indumentaria”* dos definiciones otorgadas por docentes que trabajan con esta técnica. Cecilia Visiarelli, graduada de la Universidad de Buenos Aires de la carrera Diseño de Indumentaria, la define como:

“Para mi la moldería experimental es una forma de trabajar la indumentaria desde el cuerpo, o sea el cuerpo pensado como espacio habitable como soporte para plantear nuevas formas. Lo que es moldería experimental es justamente eso el planteo de una nueva estructuración desde el cuerpo.” (entrevista de Piraquive Ruiz, 2013)

Por su parte, la docente de la Universidad de Córdoba, Soledad Simón, la describe como:

“Se trata de la experimentación alrededor de la manipulación tridimensional de la forma, planteando otra mirada sobre el protagonismo de la moldería en el proceso creativo, ayudando a percibirla como una estrategia proyectual que propone el diseño de prendas desde la relación entre el textil y el cuerpo. En esta búsqueda se pretende incorporar nuevas percepciones de la silueta y de las relaciones que pueden establecerse entre la indumentaria y el portador. Surgen de esta experimentación nuevas estéticas y se redefine lo bello.” (entrevista de Piraquive Ruiz, 2013)

La autora del proyecto de investigación agrega una tercera definición a raíz de una entrevista personal a la diseñadora argentina Vero Ivaldi. Explica que a partir de las transformaciones que se le pueden hacer a las bases empieza a surgir la moldería experimental, y estas transformaciones se pueden dar como un recurso para diseñar y al mismo tiempo cubren ciertas necesidades antropométricas y de carácter morfológico del cuerpo mismo (entrevista de Piraquive Ruiz, 2013).

A partir del entendimiento que la moldería experimental implica una separación entre el textil y la anatomía para crear nuevas siluetas, resultan útiles los recursos que propone Andrea Saltzman para lograrlo (2004, p.80). El primero es la **intervención de la superficie textil**, el cual genera nuevas cualidades en el material sin la necesidad de utilizar recursos de confección. Técnicas como drapeados, plisados y torsiones logran tomar las formas del cuerpo sin realizar recortes ni costuras (Figura 19). Estas intervenciones se pueden realizar sobre la materia, sobre su estructura o sus cualidades, agregando elementos externos. La morfología del vestido se puede dar tomando la forma del cuerpo o, por el contrario, rigidizar el textil con diferentes procesos.

Figura 19. Issey Miyake (2016).
Fuente: <https://www.pinterest.es>



Otro de los recursos es el **planteamiento de diferentes resoluciones de confección**. Esto se puede dar a través del corte y moldería de la prenda o mediante el uso de distintos recursos de modelado como los fuelles, frunces o pinzas. (Figura 20)

Por último, Saltzman propone **incluir estructuras independientes** articulando el vestido, como marco del cuerpo, y el elemento externo, que permite conformar la silueta. Estos elementos se pueden superponer o anteponer, y se debe tener en cuenta las necesidades del cuerpo y la funcionalidad del vestido (Figura 21).



Figura 20. Rei Kawakubo (1992). Fuente: <https://www.metmuseum.org>

Para realizar la colección final del presente proyecto de investigación⁵ se empleó como referencia el libro *“Pattern*

⁵ Se puede visualizar en el Anexo A.

Magic” de Tomoko Nakamichi, en sus 5 tomos. En él se plasman técnicas innovadoras de moldería y con cierta tradición japonesa, las cuales se pueden transformar según el realizador lo requiera. Del tomo 1 (2012), se tomó la técnica del hoyo (Figura 22) que fue utilizada de diferentes maneras, con textiles de diversas características en proporciones variadas (Figura 23, 24, 25 26). La elección de esta estructura se debe a que genera una silueta volumétrica que no es vista usualmente, esto se debe a que el objetivo del autor de estos libros no es crear siluetas lindas, sino darle vida a aquello que le resulta interesante y a la prenda (Nakamichi, 2014, p.3). Nakamichi fomenta la técnica de moldería experimental afirmando que no existe una norma establecida para crear prendas, sino que se debe descubrir lo que nos resulte más conveniente. (Nakamichi, 2005, p.12)

Figura 21. Comme des Garçons. (2010-2011). Fuente: <https://www.yatzer.com>



Figura 22. El Hoyo Fuente: Pattern Magic, Vol. 1 (2012)



Figura 23. El hoyo realizado en organza y debajo en gabardina. Fuente: Elaboración propia.



Figura 24. El hoyo realizado en organza, colocada en la manga. Fuente: Elaboración propia.



Figura 25. El hoyo realizado en gabardina y colocado en las piernas. Fuente: Elaboración propia.



Figura 26. Prototipo final. El hoyo realizado en organza. Fuente: Elaboración propia.

A su vez, se experimentó con una técnica que consiste en una estructura interna de triángulos de plástico, la cual le da rigidez, y está sostenida por costuras realizadas en forma triangular. Esto provoca una distorsión en la silueta de forma geométrica. (Figura 27)



Figura 27. Conjunto línea casual.
Fuente: Elaboración propia.

Siguiendo los recursos que propone Saltzman, expuestos anteriormente, se realizaron técnicas más artesanales, como la intervención de superficies textiles. (Figura 28)

II.6 La función del diseñador

Coincidiendo con Saltzman, en el Diseño de Indumentaria el cuerpo es la estructura base de lo que se va a proyectar, tomando la forma de la vestimenta y la vestimenta contextualiza el cuerpo. (2004, p.10)

Como hemos dicho al inicio de este capítulo, el Diseño de Indumentaria es un rediseño del cuerpo. Lo que proyecta la vestimenta afecta al usuario, tanto la calidad como el modo de vida, ya que propone y construye conformaciones. Por



Figura 28. Muestra intervención textil.
Fuente: Elaboración propia.

lo tanto, el diseñador debe repensar y reelaborar las condiciones de la vida del usuario. Según Saltzman (2004, p.12), el diseño está asociado a la ética, plantea mejorar lo que ya existe e intervenir con un aporte personal. “Requiere que el diseñador le entregue sin reservas todos sus saberes y experiencias. Cuando esto sucede, ese espacio de creación se vuelve sagrado.” (2004, p.12)

Capítulo III

Belleza

En este capítulo se desarrollará el concepto de belleza, para luego discutir los estereotipos impuestos por la industria de la moda y valorar el cuerpo humano como tal, con sus defectos e imperfecciones.

Los autores que se utilizan como base para este capítulo son Umberto Eco, Naomi Wolf y Nicola Squicciarino.

III.1 Concepto de belleza

Algunos de los primeros conceptos de belleza son otorgados por parte de filósofos hace varios años atrás. Previamente, la belleza estaba plasmada en el arte, principalmente el arte egipcio, la escultura y la pintura griega (Figura 29). Umberto Eco en su libro *“La Historia de la Belleza”* (2004), la escultura griega “[...] busca una belleza ideal efectuando una síntesis de cuerpos vivos en la que se expresa una belleza psicofísica que armoniza alma y cuerpo, o bien la belleza de las formas y la bondad del espíritu [...]” (2004, p.45)

Eco continúa explicando que esta belleza se expresa de manera más adecuada de forma estática, ya que la simple expresión resulta mejor vista que la abundancia de detalles. También se prefiere la belleza de las formas orgánicas que la de los objetos inorgánicos.

Por otro lado, por parte de los filósofos, Sócrates fue uno de los primeros en elaborar el tema de la belleza. Tal como explica Eco (2004, p.48), Sócrates dividió el concepto en tres categorías: la belleza ideal, que representa la naturaleza a través de una composición de las partes; la belleza espiritual, que expresa el alma a través

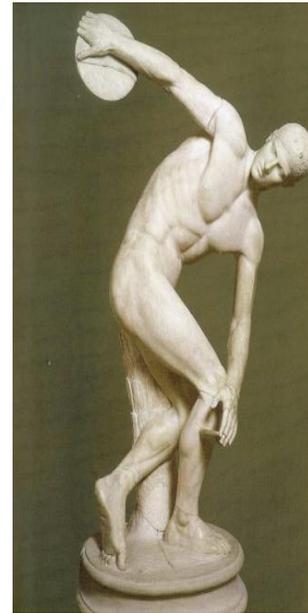


Figura 29. Discóbolo realizada por Mirón (450-460 a.C, Roma) Fuente: *La Historia de la Belleza*, Umberto Eco (2004, p.45)

de la mirada, y la belleza útil o funcional. A su vez, a partir de la postura de Platón, surgirán las dos concepciones de belleza más importantes a lo largo de los siglos. Estas son la belleza como armonía y proporción, y la belleza como esplendor. Para Platón, “[...] la belleza tiene una existencia autónoma, distinta del soporte físico que accidentalmente la expresa; no está vinculada, por tanto, a uno u otro objeto sensible, sino que resplandece por todas partes.” (Eco, 2004, p. 50)

Por otra parte, Raymond Bayer en *“La Historia de la Estética”* (1961), propone la visión de Aristóteles sobre la belleza. Para él, la principal cuestión estética es la de las relaciones entre lo bello y el bien o lo útil (1961, p. 45). Divide en concepto en *“lo bello moral”*, que según Bayer, es una estética del bien; y lo divide en cósmico, práctico y útil.

El bien cósmico es definido como la causa final. Todo lo que surge de la naturaleza y el arte tiene como único fin el bien. En segundo lugar está el bien práctico, el cual es un principio de acción, de actividad, que está ligado al esfuerzo y a la acción humana. Por último, el bien útil sirve de medio, se desea para otro fin. (1961, p.46)

Aristóteles también divide el concepto de belleza en *“lo bello formal”*, el cual está relacionado con las matemáticas. Bayer cita a Aristóteles (Metafísica. XII-3-1178-1) : “Las formas supremas de lo bello son la conformidad con las leyes, la simetría y la determinación, y son precisamente estas formas las que se encuentran en las matemáticas, y puesto que estas formas parecen ser la causa de muchos objetos, las matemáticas se refieren en cierta medida a una causa que es la belleza.” (1961, p.49)

El filósofo divide la belleza en tres categorías matemáticas:

1) La conformidad de las leyes: Según Aristóteles, la belleza no es arbitraria, contingente ni irracional; es la razón en forma de leyes, y es razón es la que fija y crea las leyes a las que están sometidos los objetos bellos.

2) La simetría: Son simétricos los objetos conmensurables por el mismo patrón. Para Aristóteles, solo hay belleza en la simetría cuando los dos objetos simétricos son grandes. “[...] la simetría es símbolo de lo perfecto.” (Bayer, 1961, p. 50)

3) La determinación: es una modalidad del orden. Es definir la esencia de un objeto en oposición a los caracteres esenciales de otro objeto.

Bayer explica también las ideas de Plotino, el cual parte de cuatro grandes tradiciones: la tradición estoica, basada en la simetría; la tradición aristotélica; la tradición socrática y la tradición platónica. A partir de ellos creo tres tratados estéticos:

1) El tratado de lo bello: Plotino, siguiendo las ideas de Platón, partió de la belleza de la vista y del oído y luego a la belleza intelectual de las ocupaciones, de las acciones, de la ciencia y de las virtudes.

2) El tratado de la belleza inteligible: El segundo tratado tiene como objetivo la estética de Aristóteles, y es el reconocimiento de la forma del objeto. Para Plotino, la belleza es la perfección de la esencia.

3) El tratado del bien: En el último tratado habla de una belleza distinta: el esplendor, el deslumbramiento. Bayer cita a Plotino (Id., VI , 7, 22): “Aún aquí abajo - escribe Plotino - debe decirse que la belleza consiste menos en la simetría que en esplendor que brilla en esta simetría, y es el esplendor lo que debe amarse.” (1961, p.82)

Por último, Bayer comparte la definición de Santo Tomás de Aquino, en la Edad Media (1961, p.83). Él parte del hecho de que hay ciertos objetos que nos agradan y otros que nos desagradan. Esto está dado por ciertas facultades nuestras. Explica que las formas sensibles de las cosas son percibidas por el sentido común, mientras que las formas de las cosas exteriores se conservan mediante la memoria y la imaginación. Una vez que procesamos esta información realizamos un juicio. En conclusión, lo bello pasaría a través del agrado, el placer.

III.1.1 Armonía y proporción

A partir de la anterior exposición de los diferentes artistas y pensadores con respecto a la belleza, resulta necesario ampliar los conceptos de armonía y proporción.

Primero, conforme con la definición de la Real Academia Española sobre la armonía, se puede entender que es la “unión y combinación de sonidos simultáneos y diferentes, pero acordes” y la “proporción y correspondencia de unas cosas con otras en el junto que componen.” En cuanto a la proporción la definición que se obtiene es la “disposición, conformidad o correspondencia debido a las partes de una cosa con el todo o entre cosas relacionadas entre sí.” (disponible en: <https://dle.rae.es>)

Tal como explica Eco (2004, p.61), juzgamos una cosa por bella de acuerdo a si está bien proporcionada, eso está en nuestro sentido común, y es gracias a estos personajes.

Pitágoras es quien surge con la visión, en el siglo VI a.C., de que las cosas existen porque están ordenadas, y están ordenadas porque existen las leyes de las matemáticas “[...] que son a la vez condición de existencia y de belleza.” (2004, p.61) La idea de la armonía musical comienza en la escuela pitagórica (Figura 30). Para ellos “la idea de la armonía musical se asocia estrechamente a cualquier regla para la producción de lo bello.” (2004, p.63)



Figura 30. Los experimentos de Pitágora sobre las relaciones entre los sonidos. (1492) Fuente: La Historia de la Belleza, Umberto Eco (2004, p.63)

Por su parte, Boercio observó que los martillos de un herrero al golpear producían diferentes sonidos, los cuales eran proporcionales al peso de la herramienta. También notó que estos sonidos distintos influyen de diversas maneras en la psicología de las personas (ritmos duros y suaves, ritmos blandos y lascivos).

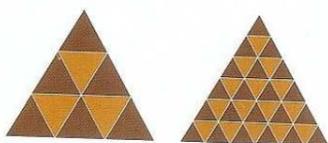


Figura 31. Construcción de la tetraktys. Fuente: La Historia de la Belleza, Umberto Eco (2004, p.64)

En cuanto a la arquitectura sucede lo mismo. Para esto, Eco pone como ejemplo el *tetraktys*, que es la figura simbólica por la que realizan los juramentos (Figura 31). En ella, se condensa la reducción de lo numérico a lo espacial de forma perfecta. (2004, p.64) Cada uno de los

de la figura a la posición del espectador.

En la Edad Media, la cultura medieval utilizaba una teoría que se llamaba *homo quadratus*, en la que el número adopta significados simbólicos. En este caso, se creía que la naturaleza se dividía en cuatro partes (puntos cardenales, los principales vientos, las fases de la luna, las estaciones), por lo tanto, el número del hombre era el cuatro. La anchura del hombre con los brazos extendidos será igual a su altura y formará la base y la altura de un cuadrado ideal (Figura 33). A su vez, el número cinco simboliza la perfección mística y estética. Cinco es el número circular, que al multiplicarse vuelve para sí mismo ($5 \times 5 = 25$, $25 \times 5 = 125$, $125 \times 5 = 625$, etc). Cinco son las esencias de las cosas, las zonas elementales, los géneros vivos.

Eco explica que en el siglo XII, Hugo de San Víctor afirmó que el cuerpo y el alma reflejan la perfección de la belleza divina; el primero porque se basa en un número par, imperfecto e inestable; la segunda porque se basa en un número impar, determinado y perfecto. (2004, p. 80)

III.2 La Industria de la moda y los estereotipos de belleza

Se puede definir “estereotipo” como estandarizaciones: “Entendemos por “estereotipo” [...], aquellas creencias populares sobre los atributos que que caracterizan a un grupo social (por ejemplo, los alemanes, los gitanos, las mujeres), y sobre las que hay un acuerdo básico. La relación entre los conceptos “estereotipo”, “prejuicio”, “discriminación” es muy estrecha. (González, 1999, p.72). Respecto a esto se puede entender que estas “creencias” van cambiando de acuerdo a la época o el lugar, a la situación política, económica y social en la que se encuentran, y son aprendidas a lo largo de sus vidas. Actualmente está muy relacionado a la belleza, por lo cual tiene sentido que el autor (González) lo relacione con discriminación, ya que hay personas que son juzgadas o discriminadas por no cumplir con los requisitos de este grupo social.

III.2.1 Estereotipos en el cuerpo

Tal como explica Squicciarino, siempre se ha intentado adaptar el cuerpo al ideal de belleza manifestado por los modelos estéticos típicos de cada sociedad. (1986, p.124)

El autor explica que el cuerpo ideal antiguo era muy diferente al actual. Hasta las primeras décadas de este siglo, ser corpulento era símbolo de bienestar, en contraste con el aspecto delgado de los obreros que pasaban hambre. (1986, p.124). Por ejemplo, en la India, el Buda es representado de manera corpulenta.

Por el contrario, en la sociedad actual donde rige el “superconsumo alimenticio” (Squicciarino, 1986, p.125), una persona obesa no es atractiva ni para el hombre ni para la mujer, sino más bien prefieren una figura esbelta y atlética.

“Los magos de la moda consiguen actualmente ocultar con habilidad las figuras de una corpulencia media o, con el efecto de sus vestidos, hacer que señoras que no están del todo en el peso ideal, parezcan modelos.” (Squicciarino, 1986, p.125)

Según Squicciarino, hay diversas razones por las que las “mujeres robustas” siguen considerándose atractivas, en menor medida que en el pasado. “El hombre descubre en su exuberancia un atributo sexual secundario: efectivamente, entre los músculos de la mujer se forman más capas de grasa que en la musculatura masculina y especialmente las partes anatómicas más llamativas actúan sobre él como estimulante sexual.” (1986, p.125) Otra de las razones se da principalmente en los pueblos orientales y del de África. Ellos creían que las mujeres de estas características eran más fértiles que la “[...] bruja, delgada, vieja y estéril.” (Squicciarino, 1986,p.127), incluso llegó a ser un símbolo cultural que llegó a Asia, Europa y América Central. (Figura 34)



Figura 34. Venus de Willendorf. (28000-25000 a.C.) Fuente: Squicciarino. El Vestido Habla. 1968, p. 125.

Para Squicciarino, las mujeres corpulentas podía generar seguridad y protección, como también agresividad, en otros individuos. Las primeras características se relacionan al recuerdo inconsciente de la niñez en relación con la madre, mientras que la segunda se da a través de individuos frustrados que buscan liberar a través del contacto físico.

El autor concluye:

“El cuerpo, en su materialidad y sexualidad, ya sólo tiene una función de soporte de dos leyes totalmente distintas a las de la satisfacción: el imperativo de la moda y el imperativo de la muerte.” (Squicciarino, 1986, p. 128)

III.2.2 Los estereotipos en el género

Uno de los estereotipos que se ha mantenido a lo largo de la historia es el del sexo. Se han realizado descripciones sobre los grupos de hombres y mujeres que engloban ciertas características. González cita a Williams y Beast (1982): “Estas descripciones retratan a las mujeres como sensibles cálidas, dependientes y orientadas a la gente, en tanto a los hombres se les ve dominantes, independientes, orientados hacia el trabajo y agresivos.” (1999, p.82). Con estas características se indica el rol que cada individuo debe ocupar en la sociedad; en el caso de la mujer, en el hogar, y el hombre fuera del hogar.

González define los estereotipos del género como un subtipo de los estereotipos sociales en general. Estos estereotipos los define como creencias consensuadas sobre las diferentes características de los hombres y mujeres en nuestra sociedad. Estas características tiene una gran influencia en el individuo, en su percepción del mundo y de sí mismo y su conducta. (1999, p.84)

Según Squicciarino, a lo largo de la historia del mundo occidental, la mujer y el cuerpo han sufrido el mismo grado de sumisión. La mujer se ha visto confundida con una “[...] sexualidad maléfica [...]” (1986, p.128), y como consecuencia de esto su atractivo físico ha sido combatido como fuente de atracción, particularmente por la Iglesia.

Como hemos visto anteriormente, los términos “*derecha*” e “*izquierda*” eran símbolo de bien y mal. “*Derecho*” significaba bueno, recto, mientras que “*izquierdo*” era todo lo malo.

Estos adjetivos eran atribuidos al hombre y a la mujer, derecho para el hombre (conservando sus aspectos positivos y vitales) e izquierdo para la mujer (se concentraban en sus aspectos negativos).

Para Naomi Wolf, en *“El mito de la belleza”*, la cualidad *“belleza”* es objetiva y universalmente. La mujer quiere encarnar esta belleza y los hombres quieren poseer a las mujeres que la encarnan. Los hombres pelean por mujeres hermosas y las mujeres son mejores reproductoras, ya que la belleza femenina estaba relacionada con la fertilidad. Para la autora, la belleza es un modelo cambiario, que como cualquier economía, está determinada por la política. Al ponerle un valor a la mujer, se genera una relación de poder en la cual la mujer debe competir por los recursos que los hombres se han expropiado. (1992, p.217)

III.2.2.1 Estereotipos de género en la Indumentaria

Los estereotipos de género, vistos anteriormente, eran traducidos en la Indumentaria. En principio, en la Edad Media, con el surgimiento del escote, el cual terminaría siendo un aspecto específico de la forma de vestir de la mujer. “[...] se comenzó a combinar deliberadamente el cuerpo y el desnudo, lo que constituyó un refuerzo de los dos factores en el campo de la atracción.” (Squicciarino, 1986, p.128)

Con la Revolución Francesa, el hombre era conocido como el único sujeto público, esto se tradujo en su vestimenta de manera sobria y austera. Mientras que la mujer tenía un rol pasivo, continuaba vistiéndose de forma cuidadosa y excéntrica. Para Squicciarino, esto se debe a causa de dos tendencias de la influencia social, el narcisismo y la rivalidad sexual.

El autor explica esta diferencia en la forma de vestir con los dichos de Thorstein Veblen, quien consideraba que se debía a que la mujer seguía siendo vista como propiedad del hombre. A ella no se le permitía ganarse la vida trabajando, sino que su rol era *“decorar”* la casa y debía ser el *“principal ornamento”*. Esto se debía a que la mujer tenía que exhibir la capacidad de gastar de su propietario, siendo el bienestar y el consumo. *“Puesto a que las mujeres no eran dueñas de sí mismas, un bienestar y dispendio evidente por parte de ellas redundaba en beneficio del hombre más que en el suyo propio... Hasta tal punto que*

las mujeres no solamente han tenido que dar testimonio de su vida desahogada, sino que se les ha incapacitado incluso para cualquier capacidad lucrativa.” (Veblen, 1949, p. 139)

En los años 50, el atractivo físico y el cuidado del propio aspecto se convirtieron en un atributo de cada mujer. Como consecuencia de la prosperidad económica, que caracterizó al período de la posguerra, la mujer tomó consciencia que debía ocuparse de la casa, de sus hijos y también de su imagen personal. Esta nueva concepción de la femineidad representó un intento de restauración patriarcal contra la emancipación de la mujer y contra la capacidad de autonomía de las mujeres. Los hombres, cuando volvieron a ocupar sus puestos de trabajo, pretendían que las mujeres volvieran a su papel tradicional asumiendo como modelo cierto tipo de femineidad, encarnada por Marilyn Monroe, que consistía en una sensualidad provocadora pero pasiva e infantil. Con esto se pretendía reducir a la mujer a una voluntad de placer y a la estética femenina a una estética de la sumisión, haciendo de ella un objeto sexual.

Squicciarino cita a Simone de Beauvoir en 1949:

“La misma sociedad pide a la mujer que se haga objeto erótico. Es esclava de una moda cuya finalidad no es la de revelarla como individuo autónomo, sino la de quitarle su libertad para ofrecerla como una presa a los deseos del macho: no se pretende apoyar sus proyectos, sino por el contrario, obstaculizarlos.” (1986, p.133)

Para Simone de Beauvoir (1981, p.814) la integración del erotismo se da en la vida social con el vestido de noche, el cual manifiesta el lujo a través de elementos costosos, frágiles y “lo más incómodo posible”.

Por el contrario, los jóvenes de hoy han quebrantado la barrera entre el modelo masculino y femenino. Para Squicciarino, esto se debe a que la moda actual asigna los valores de prestigio y seducción a la edad más que al sexo. (1986, p.134)

Actualmente, el cuidado de la imagen y el uso de cosméticos es utilizado por ambos sexos. Para la autora no pretende neutralizar sus diferencias porque el erotismo de la mujer hace que su cuerpo sea un vehículo privilegiado de belleza y sensualidad. Existe una posibilidad de que sea un boicot hacia los cánones que regulan el actual ideal de belleza.

III.2.3 Medios de comunicación

Tal como explica la autora Sazatornil, los medios de comunicación transmiten pensamientos, ideologías, gustos y tendencias. Tienen como objetivo generar audiencias y potenciales compradores, no solo del medio de comunicación sino de los productos que ellos anuncian, ya que la publicidad es uno de sus ingresos económicos. (2011, p.175)

La indumentaria y la moda representan y simbolizan el sistema social y a través de ellos se refleja la cultura de una época. Las sociedades se descubren a través de las modificaciones históricas en su indumentaria y las connotaciones que se le dan a estas.

Las revistas se convirtieron en “máquinas de hacer moda”⁶ y de transmitir cánones de indumentaria desde el siglo XIX. Su objetivo era incitar a llevar la moda que ellos anunciaban. (Figura 35)

En el siglo XX, surge el cine como otro potente medio de comunicación, no solo por el impacto de la imagen sino por la universalización de la misma. (Sazatornil, 2011, p.174) Estas producciones

cinematográficas fueron las primeras globalizadoras de las modas contemporáneas. Por esto, en 1910, se producían cintas que contenían algunos minutos de moda parisina y para 1911 se producían noticiarios sobre este tema, que fueron recibidos con gran éxito.



Figura 35. Revista Harper's Bazar (1867). Fuente: <https://www.google.com.ar>



Figura 36. Metro Goldwyn Mayer. Fuente: <https://www.google.com.ar>

⁶ “Para hacernos idea del papel operativo que desempeñan, basta con asimilar por un instante la revista a una máquina de hacer Moda” Roland Barthes, El sistema de la Moda y otros escritos. Barcelona, Ed. Paidós, 2003, p.73

Como consecuencia del auge del cine y la fascinación por los actores, la sociedad buscaba imitar a estos últimos utilizando la misma indumentaria que ellos, generando una estrecha relación entre la industria del cine y de la moda. Szatornill lo demuestra poniendo como ejemplo a Sam Goldwyn, que le ofreció a Coco Chanel, en 1931, un millón de dólares para que diseñase para la Metro Goldwyn Mayer (Figura 36), tasando muy alto la creación de la indumentaria como espectáculo para este nuevo medio de comunicación de masas que acercaba, por encima de cualquier otro medio escrito, la moda a millones de personas que llenaban los cinematógrafos.

Para Méndez y Rico, en el artículo *“Educación, Cultura, Estereotipos, Cuerpo, Género y diferencias sociales en la fotografía de la moda”* (2018), la industria de la moda ha permitido que los productos que genera sean percibidos como algo más que un producto. Para ellos, “[...] los convierte en un promotor de los deseos individuales con la promesa del deseo de diferenciación con y ante los demás, y que, según la misma industria de la ropa, necesita el individuo posmoderno.” (2018, p.168). Continúan explicando que el privilegio económico solo ha favorecido a la clase alta y media, sino así la moda para aquellos que puedan pagarla, lo cual genera una discriminación muy marcada.

Estos autores, proponen otro medio de comunicación: la fotografía publicitaria (Figura 37). “Parece que las fotos de moda encaminan y habilitan un mensaje estratégicamente definido por los equipos de diseño y marketing de las marcas; la mayoría de ellos versan en lo mismo: sexo, amor, estandarización del cuerpo, estereotipos, política, consumo, discriminación, etnia, homogenización, moda y más.” (Méndez y Bovio, 2018, p.168) La fotografía de moda fomenta la ilusión de quedarse siempre en un “estado de juventud y belleza”⁷ y todo



Fuente 37. Publicidad de Gucci. (2013)
Fuente: <https://www.google.com.ar>

⁷ Méndez y Bovio. *“Educación, Cultura, Estereotipos, Cuerpo, Género y diferencias sociales en la fotografía de la moda”*. *Revista de Investigación Educativa de la Rediech*. 2018, p. 168.

aquel que no promulgue estas ideas será expulsado socialmente. Hace unas décadas, el cuerpo se ha proyectado en la fotografía de moda como un instrumento que permite la búsqueda del éxito a través de él, a su vez se suman asociaciones a la belleza y a la salud estereotipada. Estas consisten en la aberración hacia la obesidad y la idealización del “cuerpo perfecto”, a lo cual los autores observan la falta de educación sobre dietas y hábitos alimentarios que hace que crezca esta problemática. A su vez, ellos responsabilizan al consumidor: “[...] no solo la moda fomenta una discriminación, porque en sí, la moda propone, pero la ciudadanía, la persona es la que elige. Probablemente la mayor atribución de responsabilidad sea del consumidor, y si fuese así, la responsabilidad radica en cada uno de nosotros, de no dejarnos arrastrar por las olas de la moda y ejercitar nuestro sistema crítico para advertir qué nos proponen en cada mensaje.” (2018, p.170)

Por el contrario, Jenkyn Jones considera que los constantes avances de la tecnología de la comunicación son positivos, ya que permite que compitan ideas e imágenes alrededor del mundo en un segundo (2013, p.61). Tal como explica la autora, hay diversos canales de información e influencia de la moda, siendo las revistas de moda y la televisión grandes difusores de ideas y estilos, aunque también se toma en consideración la ropa con la que visten los famosos. Los periodistas especializados en moda y los medios dedicados a las noticias de los famosos (revistas, televisión, internet) informan los grandes eventos de moda. En el pasado, estos acontecimientos eran más privados, solo para invitados. “Hoy en día, para los medios de comunicación, las pasarelas son circos que se originan para generar y atraer el interés de los medios” (2013,. p.63)

Los editores de los diarios y revistas de moda, como Anna Wintour y Suzy Menkes, son muy importantes en la Industria de la Moda. Aconsejan cómo llevar los nuevos estilos, accesorios, maquillaje y cabello.

En el caso de internet, ha transformado el mundo de la moda, con un acceso rápido, en la forma en que se diseñad, produce, comercializa la ropa.

Jeknyn Jones explica que en el año 2000, la compra por internet era insignificante, mientras que hoy en día, en Estados Unidos, supera el 67% de los consumidores. La compra electrónica se considera un canal vital para mantener a los compradores conectados con la marca, por lo que la mayoría de las tiendas tienen una online. Algunos sitios web cuentan con ventajas de precios, asistencia al cliente online, imágenes de calidad, vídeos, tecnologías 3D especializadas y servicios de entrega. (Jenkyn Jones, 2013, p.88). En conclusión, internet ha contribuido a globalizar la moda.

III.3 Distorsión como símbolo de belleza

La distorsión del cuerpo ha surgido en pueblos primitivos, quienes realizaban estas prácticas con intenciones culturales y estéticas. Según Squicciarino (1986, p.69), una de las más audaces es la remodelación del cráneo, la cual la practicaban las madres a sus hijos generando presión sobre sus cabezas. El autor explica que esto se realizaba porque se consideraba que la conformación del cráneo de un individuo, y la de su cerebro, condicionaban sus actitudes y su comportamiento moral. En cambio, en el



Figura 38. Modificación corporal.
Fuente: marcianosmx.com

caso de los labios y los lóbulos, se deformaban por cuestiones estéticas, generando un peso sobre los mismo (Figura 38). En cuanto a la nariz, era perforada o aplastada.

Otra de las formas de distorsión, es la mutilación, que se utilizaba en rituales de iniciación para adolescentes, tanto mujeres como varones. Esto consistía en la extirpación de las falanges y los dientes, las perforaciones en los labios, en las mejillas y en las orejas. Estas mutilaciones eran exhibidas con orgullo, ya que señalaban la llegada de la edad adulta y la inserción al grupo al que pertenecieran.

Como hemos visto previamente, la belleza estaba relacionada con el peso, y la grasa se convirtió en un signo de distinción y buen cuidado del cuerpo. Los grupos étnicos africanos utilizaban la esteatopigia como forma de distorsión. Esto consistía en el desarrollo excesivo de la grasa subcutánea que recubre las partes posteriores de la mujer (Figura 39).

Por otro lado, los pueblos civilizados deformaban los pies, ya que desplazando los huesos y empequeñeciéndolos determinaba una hipertrofia en los órganos sexuales. Aparte de ser un simbolismo erótico, la forma de caminar determinaba si la mujer conseguía marido. “[...] es más, la posibilidad de que fueran deseadas como objeto amoroso se graduaba en función de su incapacidad de caminar, por lo que la mujer que no tenía los pies minúsculos estaba condenada a quedarse sin marido.” (Squicciarino, 1986, p.71)

Para los pueblos guerreros, las cicatrices de las heridas de combate eran mostradas con honor y orgullo. Para Squicciarino, eran como son hoy las medallas de oro. Actualmente, en Alemania Occidental, existen asociaciones estudiantiles cuyos miembros practicaban el duelo como una forma de deporte honorable. Las cicatrices que obtenían se mostraban con admiración y distinción, símbolo de una formación universitaria seria y militarizada. (Squicciarino, 1986, p. 71)

En la actualidad, existen intervenciones de cirugía plástica, realizadas por factores externos o razones psicológicas o sociales. Pero las causas más conocidas son el temor a las arrugas, a resultar *feo*, a no gustar por un defecto real o imaginario. Estas intervenciones pueden ser utilizadas como último recurso, luego de haber utilizado productos de belleza, ornamentos, peinados o prendas de vestir.

En conclusión, prácticas como cortarse el pelo o las uñas, depilarse o peinarse también son formas de mutilación y deformación, de manera forzada y artificial. Pero no son



Figura 39. Esteatopigia.
Fuente: Squicciarino. El
Vestido Habla (1986,
p.78)

consideradas como tales porque se han asimilado como prácticas higiénicas y estéticas, además porque no producen daños permanentes.

III.3.1 Distorsión en la Indumentaria

En la actualidad, los zapatos provocan una deformación que afecta tanto al hombre como a la mujer, ya que los fabricantes elaboran calzados simétricos, aunque el contorno de un pie no deformado sea asimétrico. Squicciarino explica: “[...] el pulgar se separa de dos a cinco centímetros del dedo pequeño y, respecto al resto del pie, la parte de los dedos se ensancha como un abanico. En cambio, por la forma del zapato, se podría deducir que los dedos convergen en la punta y no en el talón y, de acuerdo con su línea, el pulgar debería estar, por tanto, en el lugar del tercer dedo, es decir, en el centro.” (1986, p.75) Pero hoy en día, se prioriza la estética del zapato, antes que su comodidad, por lo tanto este elemento es un instrumento de deformación no dolorosa, que proviene desde la infancia.

Siguiendo con este caso, en Venencia en el siglo XV, se utilizaba una especie de plataformas que eran ocultadas por las largas faldas. Esto permitía aumentar la altura de las mujeres y aumentar su porte, ya que se consideraba que la nobleza de la mujer estaba dada por su estatura. La excesiva altura de estos zapatos, que hacía que las mujeres caminaran de forma extraña, generaba cierta atracción en los hombres. “La contemplación de una mujer que caminaba de una forma precaria, correspondía a la imagen de debilidad femenina que el hombre se había representado.” (Squicciarino, 1986, p.75)

Tal como se explicó en la sección anterior (ver p.40), la belleza estaba relacionada con el peso. Por lo tanto, la esteatopigia fue traducida de manera artificial, como una armadura que se colocaba debajo de los vestidos (conocido como miriñaque).

Estaba muy de moda porque constituía un elemento de atracción y seducción del cuerpo femenino (Figura 40).

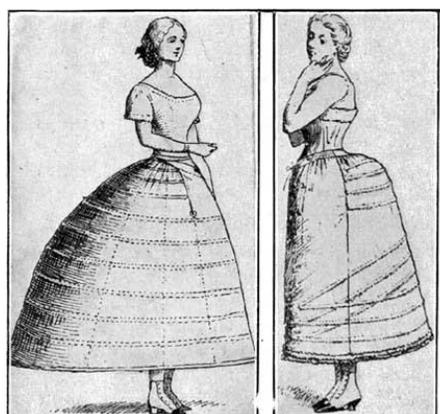


Figura 40. Miriñaque. Fuente: <https://www.google.com.ar>

Por otro lado, en Occidente, se utilizaba el corsé como forma de distorsión, el cual comprimía la cintura y cambiaba la forma del cuerpo. Esta prenda no solo lastimaba a la piel, sino que alteraba la posición de los órganos internos, provocando diferentes enfermedades (Figura 41). A su vez, impedía a la mujer la realización de cualquier actividad, ya que no permitía que se moviera con comodidad.

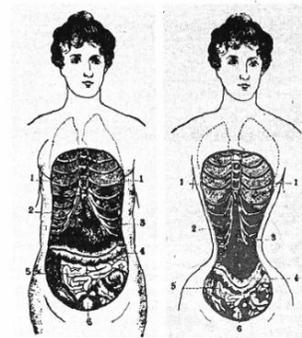


Figura 41. Consecuencias del corsé. Fuente: Squicciarino. El Vestido Habla. 1986, p. 79

La utilización del corsé no solo implicaba una función social, debido a que demostraban un bienestar económico, sino también una función moral y religiosa. Quienes no usaban estas prendas se las consideraban lujuriosas y pecadoras.

Capítulo IV

Ilusiones ópticas

En el presente capítulo se explicará el término ilusiones ópticas como técnica de distorsión visual, que es utilizada en la industria de la moda como un elemento para ocultar o resaltar ciertas características. También se desarrollará la vanguardia artística *Op Art* y la implementación de la misma en la moda.

Se utilizará como referencia a autores como Squicciarino, Rudolf y Smith.

IV.1 Ilusiones ópticas

Para comenzar esta sección resulta necesario explicar el funcionamiento de las ilusiones ópticas, desde los elementos que lo componen hasta como interactúan.

IV.1.1 Percepción visual

Squicciarino define la percepción como “[...] el modo en el que la realidad aparece ante el cerebro, es el proceso psicológico fundamental sin el que no existirían ni el aprendizaje, ni memoria ni pensamiento.” (1986, p.196) Esto se realiza mediante los órganos sensoriales, los cuales tienen la capacidad de seleccionar y analizar la información y enviarla hacia el cerebro, donde se elaboran las percepciones. Mas allá de esto, implica un proceso más complejo en el cual participan el aprendizaje, la atención, las necesidades y los valores temporales.

En el caso de la vista, cada lado del ojo envía señales a través de las vías sensoriales a cada hemisferio de la corteza cerebral. Lo que vemos a través del campo visual derecho, se proyecta en el hemisferio izquierdo; mientras que el campo visual izquierdo se visualiza en el hemisferio derecho. Para verlo como un todo, ambos hemisferios se encuentran unidos por millones de fibras nerviosas.

Squicciarino compara al ojo con una cámara de fotos: “[...] está formado por una lente, que enfoca una imagen del mundo exterior sobre una capa sensible de la luz construida por la retina del ojo y por un mecanismo que controla la cantidad de luz que llega hasta la

retina. [...] El ojo enfoca objetos cercanos o distantes modificando la forma de la lente, de la misma forma que la lente de una cámara fotográfica debe moverse hacia adelante o hacia atrás.” (1986, p.197)

Para el autor, la vista es el sentido espacial más sofisticado porque permite la presentación de configuraciones tridimensionales de forma y color, pero también es un sentido temporal, ya que permite la percepción de la sucesión, del movimiento y de la transformación.

IV.1.2 Percepción de la forma

Para Arnheim Rudolf, en su libro *“Arte y percepción visual”* (1965), la forma perceptual puede cambiar completamente de sentido cuando se cambia su orientación o entorno, al contrario de la forma material, la cual está determinada por sus límites. Para el autor, la forma perceptual es una relación entre el objeto material, la luz y el entorno. (1965, p.62) La luz no puede traspasar los objetos, a menos que sean transparentes o traslúcidos, por lo tanto, la información es recibida de las formas externas. Esto quiere decir, que más allá de la proyección de la retina, la forma del objeto puede ser reconocida por experiencias visuales que hemos tenido a lo largo de nuestras vidas.

Por otro lado, Squicciarino describe otros elementos importantes a la hora de percibir un objeto, uno de ellos es la relación figura-fondo, el cual lo define como “[...] el elemento fundamental de la estructuración de los estímulos.” (1986, p.199) Este aspecto consiste en diferenciar qué parte se considera figura y cuál el fondo. Una de las imágenes más conocidas es la figura 42, en la que se puede observar a dos sujetos mirándose sobre un fondo blanco o una copa blanca con un fondo negro.

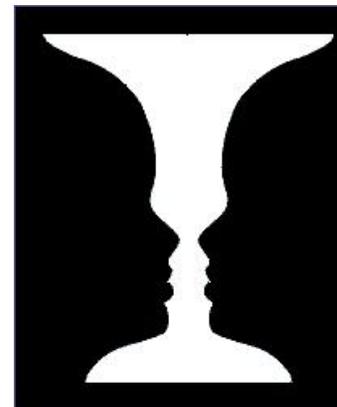


Figura 42. Relación figura-fondo. Fuente: Squicciarino. *El Vestido Habla*. 1986,p.199

Otro aspecto que explica el autor es la estructuración del campo visual. Para esto, los psicólogos de la Gestalt crearon una serie de principios, los

cuales hacen que los estímulos aislados se unan para construir configuraciones ópticas.

Estos son:

1) Proximidad: consiste en percibir como un conjunto los elementos más cercanos entre sí. (Figura 43)

2) Semejanza: consiste en agrupar los elementos según su parecido. (Figura 44)

3) Continuidad: es la tendencia a percibir como una unidad dos elementos que se encuentra interrumpido. (Figura 45)

4) Cierre: consiste en percibir como unidades completas aquellas figuras que están inacabadas. (Figura 46)

5) Simetría: en la tendencia a agrupar elementos simétricos, aunque estén separados. (Figura 47)

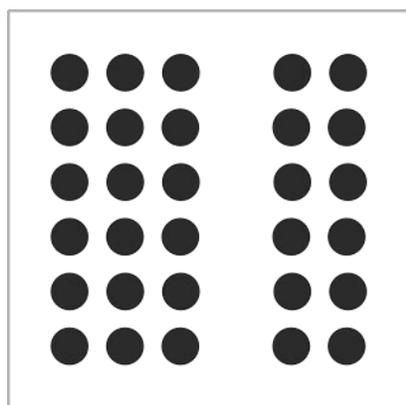


Figura 43. Ley de proximidad.

Fuente:

<https://www.google.com.ar>

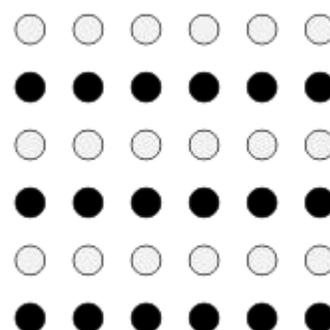


Figura 44. Ley de

semejanza. Fuente:

<https://www.google.com.a>

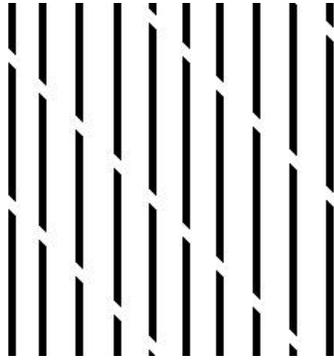


Figura 45. Ley de continuidad. Fuente: <https://www.google.com.ar>



Figura 46. Ley de cierre. Fuente: <https://www.google.com.ar>

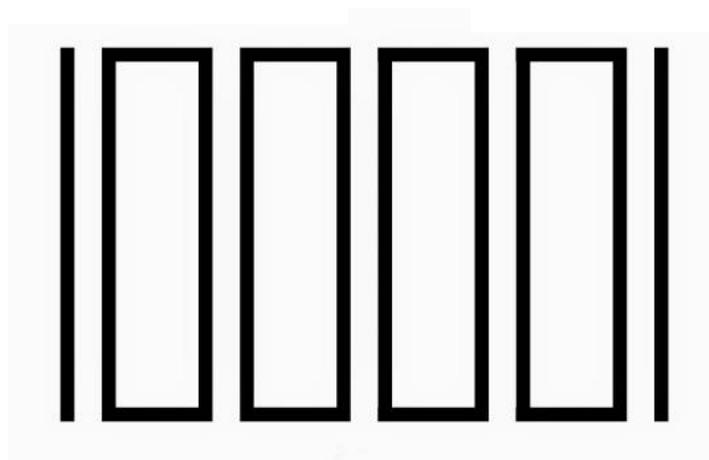


Figura 47. Ley de simetría. Fuente: <https://www.google.com.ar>

IV.1.3 Ilusiones ópticas

Para Squicciarino, las ilusiones ópticas consisten en percepciones engañosas (1986, p.201). En cambio, la autora Elena Añaños⁸ se explaya un poco más, describiéndolas como figuras que en el observador dan una percepción negativa, por un conocimiento previo, a la realidad física. (2009, p.67) A continuación la autora cita a Gregory (1995)⁹, quien realiza una clasificación según las causas que las originan.

1) Ilusiones físicas: son causadas por agentes físicos externos al sujeto, como elementos de la naturaleza

⁸ En su libro "Psicología y comunicación publicitaria" (2009)

⁹ Richard Grgory, profesor de la Universidad de Bristol, especialista en el campo de la percepción y de las ilusiones ópticas.

2) Ilusiones fisiológicas: se deben al funcionamiento específico de los mecanismos visuales internos, desde receptores hasta mecanismos neurológicos.

3) Ilusiones cognitivas: se producen por la estructura física del objeto y permiten un engaño cognitivo que puede originar:

A) Ambigüedades: se producen cuando una misma figura ofrece dos interpretaciones diferentes. (Figura 48)

B) Paradojas: se producen cuando la figura que se muestra no puede existir físicamente. (Figura 49)

C) Ficciones: se producen cuando se percibe una figura que no está presente. (Figura 50)

D) Distorsiones: son formadas por un conjunto de ilusiones en las cuales se producen una falsa percepción del tamaño o de la forma de alguno de los elementos de la figura. (Figura 51)

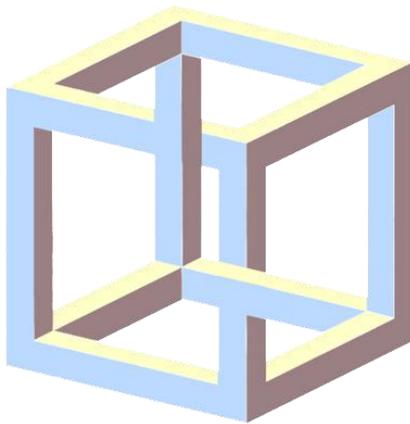


Figura 48. Cubo de Necker. Fuente:
<https://www.google.com.ar>

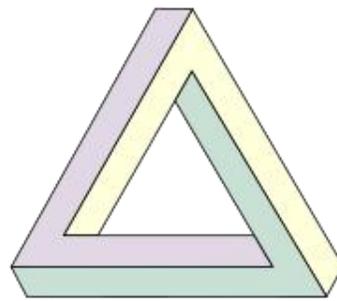


Figura 49. Triángulo imposible de Penrose. Fuente:
<https://www.google.com.ar>

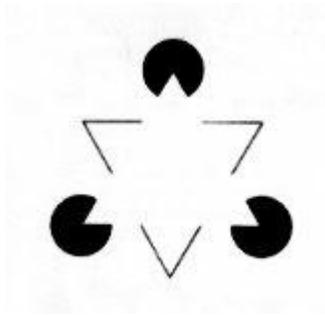


Figura 50. Triángulo de Kanizsa.
Fuente: <https://www.google.com.ar>

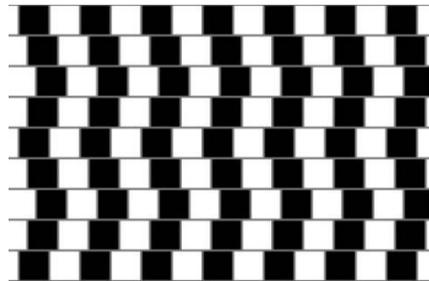


Figura 51. Distorsión del tamaño.
Fuente: <https://www.google.com.ar>

IV.1.4 Percepción del movimiento

Según Squicciarino, se dan dos tipos de percepción del movimiento. (1986, p.203) La primera es la percepción del movimiento real y se da mediante un cambio en el flujo de energía luminosa. El segundo es la percepción del movimiento aparente. El autor da como ejemplo las películas, en las cuales el movimiento no es real, sino es un serie de imágenes proyectadas en una pantallas en una sucesión rápida. Esto quiere decir que el movimiento se obtiene a través del cerebro, de la percepción.

IV.1.5 Percepción del color

La luz solar se descompone en una serie de luz multicolor, conocido como el arco iris. Los colores se relacionan con las distintas longitudes de onda, las más largas originan el extremo rojo y las más cortas, el violeta.

Tal como explica Squicciarino (1986, p.203), la percepción del color expresa las características de la experiencia cromática y de las longitudes de onda, diferenciando así un color de otro. Los colores acromáticos, se distinguen de los cromáticos, por su luminosidad. Mientras los acromáticos van desde el negro, pasan por la escala de grises hasta el blanco, los cromáticos buscan su proximidad al gris de acuerdo a si los tonos son más claros u oscuros. La saturación está en relación con la pureza del color, la cual puede reducirse mezclando con gris.

El color puede variar de acuerdo a la superficie, si son brillantes, opacas, oscuras o ásperas. Si la superficie coloreada es muy pequeña, puede producir la impresión de mezclarse entre sí, como también si se colorean de distinta forma.

La combinación de ciertos colores que se complementan entre sí pueden intensificar el contraste. Los contornos oscuros hacen que un área clara parezca más luminosa, mientras que los contornos claros hace que luzca más oscura.

IV.2 Op Art

A raíz de esta serie de investigaciones sobre la percepción, el movimiento, el color y las ilusiones ópticas, surge, en oposición al Pop Art, una corriente artística llamada Arte Óptico (Op Art). Para el autor Lucie-Smith en su libro *“Movimientos artísticos desde 1945”* (1969), este fenómeno es una clase de abstracción, que opera tanto de forma bidimensional como tridimensional, confiando en los efectos ópticos y cinéticos. (1969, p.165)

Tal como explica Simón Marchán Fiz en *“Del arte conceptual al arte de concepto”* (1986), las obras provoca una serie de ilusiones y efectos ópticos según la complejidad y la disposición estructural. (1986, p.113) A continuación explica los efectos ópticos más habituales en esta corriente:

- 1) **Efectos ópticos en blanco y negro:** la utilización de estos dos valores se debe a que los efectos ópticos se pueden conseguir con estos dos colores, y son más dinámicos y provocativos. Puede generar fenómenos como cascada, posimagen, irradiación luminosa, moaré. (Figura 52)
- 2) **Efectos ópticos cromáticos:** esto produce un contraste simultáneo, en donde cada color modifica a los demás, o un contraste sucesivo y mezclado.(Figura 53)

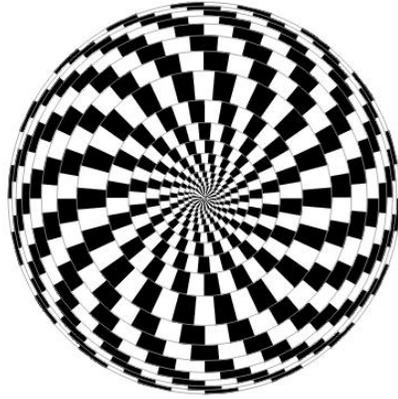


Figura 52. Efectos ópticos en blanco y negro. Fuente: <https://www.google.com.ar>



Figura 53. Efectos ópticos cromáticos. Fuente: <https://www.google.com.ar>

Esta corriente le permite al artista tener múltiples posibilidades. Podían seguir siendo estáticos, confiando en la luz y en los fenómenos ópticos para producir una ilusión del movimiento, o podían moverse con o sin ayuda de un impulso mecánico. (Smith, 1969, p.168)

Por otra parte la autora explica que para Vasarely, conocido exponente de esta corriente, lo que le fascinó sobre el Arte Cinético es que aquella expresión artística que vive de los efectos ópticos existe en el ojo y en la mente del espectador, no solamente en la pared. (Smith, 1969, p.168)

A raíz de esto, Marchán Fiz nombra a Umberto Eco, quien explica que las obras ópticas son abiertas en doble sentido (1986, p.114). La apertura de primer grado, consiste en que las obras pueden ser interpretadas de diferentes maneras de acuerdo al espectador. A partir de esto surge la apertura de segundo grado, que al ser un proceso abierto, pueden surgir nuevas posibilidades de forma eliminando el tema único.

Como explican Aracil y Rodríguez, en su libro *“El Siglo XX: entre la muerte del arte y el arte moderno”* (1982), el Arte Óptico es un arte participativo, el cual buscará la intervención del espectador para darle sentido a la obra y que esta se identifique como “la obra como objeto y el ambiente como obra”. (1982, p.418)

Para Marchán Fiz, hay dos elementos que se integran en la obra óptica, los cuales el espectador está obligado a realizar como respuesta perceptiva. (1986, p.115)

1) **El tiempo:** consiste en la duración que el espectador observa la obra, la cual dará diferentes versiones sobre la misma obra. Esto dependerá del interés y la atención que le otorgue la persona.

2) **El movimiento:** este es un elemento constitutivo en la relación con el espectador, generando una provocación visual en la cual la obra, inmóvil, parece moverse. Lo que difiere entre el Arte Óptico del Cinético, es que en el primero el movimiento es virtual, en el segundo es real. El movimiento virtual consiste, en términos psicológicos, “la interacción casi simultánea de elementos percibidos conjuntamente en un mismo campo de centralización determinado por la fijación de la mirada.” (Marchán Fiz, 1986, p.116) En este también implica el papel del cuerpo como intermediario, su movilidad y la distancia sobre la obra. A ello se le suma el punto de fijación, el cual consiste en el punto en el que el espectador se centra. En el caso de la distancia, casi todos los autores coinciden en que el movimiento ilusorio es más frecuente cuanto más corta sea la distancia entre los elementos simples.

IV.3 Ilusiones ópticas en la Moda

Tal como explica Squicciarino, las ilusiones ópticas llegan a modificar la figura de quien las lleva. Para el autor, es un propósito de la *extensión del yo*, cuya finalidad es que a través de elementos de la indumentaria, que mantienen una estrecha relación con el cuerpo, nuestras percepciones visuales y táctiles se prolonguen más allá de la figura, aumentándola. (1986, p.104)

Squicciarino propone una serie de forma de

Figura 54. Peinado siglo XVIII. Fuente: Squicciarino. El Vestido Habla. 1986, p. 106)



extensión del yo que se obtienen a través de la indumentaria. La más frecuente, explica, tiende a potenciar la altura, ya que esta crea una impresión de imponencia y seguridad, y temor y respeto por parte de quien los ve. Para lograr esto, se empezaron a utilizar tiaras, coronas, sombreros de copa o peinado altos, como en el siglo XVIII (Figura 54). En aquella época, tanto como la actualidad, se utilizan vestidos largos y zapatos de taco alto. El autor aclara: “Las mujeres con pantalón dan la impresión de tener una estatura más pequeña que con un traje largo, pero parecen más altas que con falda.” (1986, p.105)

Por otro lado, se buscaba aumentar el espacio y la distancia con la crinolina, en el siglo pasado. Este elemento generaba volumen, y favorecía la pose y la ostentación. Otro era la cola del vestido, que se utilizaba principalmente en los trajes de novia, la cual aumentaba la figura humana y hacía que la persona que la llevaba pareciera monumental.

En el caso de los hombres, aunque actualmente se utiliza también en las mujeres, utilizaban hombreras en sus trajes para acentuar la virilidad y dar un aspecto de figura atlética. Otra forma de extensión es la utilización de la barba, los cabellos largos.

Para el autor, la *extensión del yo* se obtiene mediante el movimiento, por parte del indumento como del propio cuerpo. En el caso de los vestidos y velos o los cabellos que ondean con el viento, reflejan su ritmo sobre el movimiento del cuerpo, y de la relación entre el movimiento y los elementos ornamentales puede resultar una armonía con un atractivo estético y una eficacia comunicativa.

“La extensión del yo no se puede realizar de forma arbitraria y desproporcionada: debe crear en el espectador, así como en la persona que lleva una determinada prenda de vestir con esta finalidad, la ilusión de que el cuerpo y el indumento constituyen un todo orgánico y armónico, pues el cuerpo debe tender a una fusión con el objeto que lo proponga.” (Squicciarino, 1986, p.107)

También el autor considera importante la percepción táctil para la *extensión del yo*. Las prendas deben crear una sensación agradable y no obstaculizar a la persona para lograr una buena función.

Op Art en la Moda

Por otro lado, en los años 60, surgió el Op Art como movimiento artístico, en un ambiente revolucionario mundialmente por parte de los jóvenes. Tal como explica Solé Blanch (2007, p.256), la moda y música, desde la minifalda a los Beatles, se utilizaron para describir el desarrollo histórico de diversos estilos juveniles que causarían una verdadera transformación social y cultural en la época.



Figura 55. Op Art en la moda.
Fuente: Revista Life (1965).
Disponible en:
<https://books.google.com.ar>

En el caso de la moda, Mary Quant creó la minifalda como símbolo de provocación, ya que mostrar las piernas no era tradicional. La diseñadora manifestó que

la creaba como oposición a los aburridos vestidos de las mujeres adultas. “Era un símbolo identificativo que los adultos no podían asumir, ni tan solo tratar de adaptar. Aunque quisieran, en aquellos momentos (no después) muchas mujeres adultas no la podían llevar, excepto en un gesto claro de mal gusto o provocación.” (Solé Blanch, 2007, p.285)

Bajo este contexto, las prendas que evocaban al Op Art, realizadas por diseñadores como Ossie Clark, Pierre Cardín o Roberto Capucci, eran frescas, alegres y transmitían vitalidad gracias a las texturas, estampados, formas y colores. Tomaban del Op Art las formas geométricas y tridimensionales, con contrastes blancos y negros o con colores que parecían incombinales.

La corriente artística aparecía también en los decorados de las producciones fotográficas de estas prendas, aumentando así el efecto óptico que producían.

Por lo general, el Op art de los años 60 contribuyó a romper las barreras entre el arte y la ciencia; y entre el arte y la técnica. Trato de unir el arte con el diseño industrial, la óptica, la cibernética y la psicofisiología.

A pesar de que ha tenido un gran éxito entre el público y la industria de la moda, no tuvo una buena repercusión entre los artistas plásticos que crearon esas obras. Según Mosquera (1993, p.129) para la reconocida artista del Op Art, Bridget Riley, su obra había sido vulgarizada en el “negocio de los trapos” y que las verdaderas cualidades habían sido opacadas por una exposición de comercialismo.

Ilusiones ópticas como forma de vestir

Por otro lado, en la actualidad, los medios de comunicación son los encargados de hacerles llegar a las personas los consejos de los asesores de moda a la hora de vestir y utilizando las ilusiones ópticas. Principalmente son los diarios, revistas, artículos de internet y noticieros. Como por ejemplo, el caso de una entrevista realizada por el Periódico Digital Hoy¹⁰ a la asesora de imagen y profesional, Otis Rutinel, quien pertenece a Asociación de Consultores de Imagen Personal de Estados Unidos. En este diálogo, Rutinel define a las ilusiones ópticas como “[...] esos elementos que permiten crear armonía en una silueta o figura.”, y continúa: “Cualquiera, con cualquier tipo de silueta, puede crear la ilusión de tener proporciones perfectamente equilibradas si sabe elegir la ropa. Estos principios y elementos del diseño ayudan a moldear visualmente tu figura, creando así una ilusión óptica en el vestir.”

Por otra parte, el sitio de internet del salón de spa, *Mystique*, propone una serie de ilusiones ópticas para parecer más delgada, que serán expuestas a continuación:

1) “Las líneas verticales ayudarán a hacer más delgada tu figura”. Según este sitio las líneas de las costuras, el cierre o los estampados a rayas pueden ayudar a que parezcas más alta y más esbelta. (Figura 56)

2) “Las líneas horizontales pueden realmente lucir más ancha”. Mirando la figura 57 se notará que la silueta de la izquierda se ve más delgada, ya que la línea horizontal de la derecha está colocada en la parte más ancha del cuerpo.

¹⁰ Periódico de República Dominicana

3) **“Las líneas horizontales se deben utilizar con prudencia”**. Observando la figura 58, mientras más tiempo tome llegar hasta la línea horizontal de las figuras, más altas y delgadas parecerán las figuras.

4) **“Una diagonal permite reducir visualmente la figura”**. Según el sitio, esto logrará una silueta más delgada. (Figura 59)

5) **“Es importante prestar atención a la línea de los hombros”**. Mystique aconseja a las personas que tienen caderas anchas y pecho estrecho utilizar la silueta de la derecha en la figura 60.

6) **“Utilizar el color negro”**. Para Mystique es la regla más importante para parecer más delgada. “Pero no sólo el color negro, cualquier color oscuro te va adelgazar, si se combina con la ropa de un tono más claro. Ten en cuenta que la pieza más oscura de la ropa se usa en la parte “problemática”, lo que hará que sea visualmente más delgada.” (Figura 61)

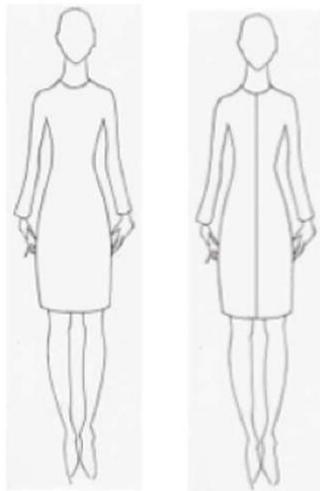


Figura 56. Ilusión óptica 1. Fuente: <http://www.mstq.mx>

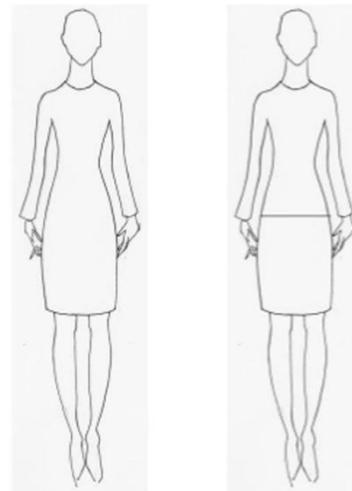


Figura 57. Ilusión óptica 2. Fuente: <http://www.mstq.mx>

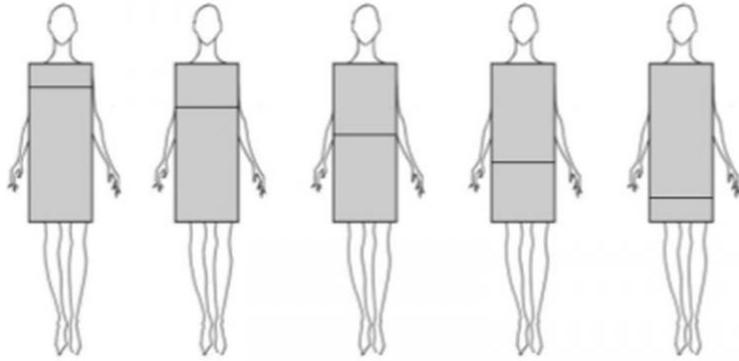


Figura 58. Ilusión óptica 3. Fuente:
<http://www.mstq.mx>

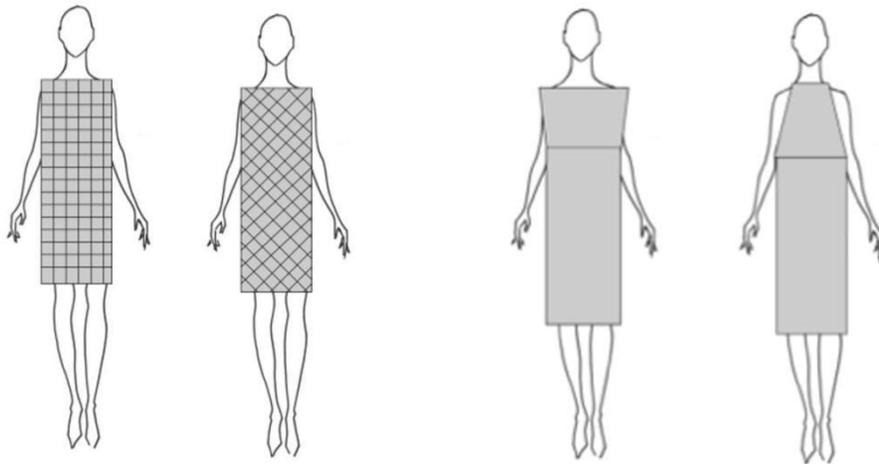


Figura 59. Ilusión óptica 4.
Fuente: <http://www.mstq.mx>

Figura 60. Ilusión óptica 5. Fuente:
<http://www.mstq.mx>

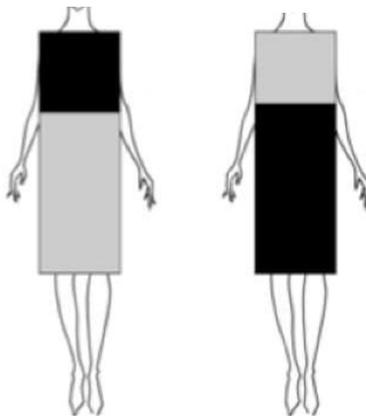


Figura 61. Ilusión óptica 6.
Fuente:
<http://www.mstq.mx>

A su vez, Robert Colberg, asesor de moda, en una entrevista para la revista IMAGEN¹¹, aconseja la utilización de colores para realizar una ilusión óptica efectiva. “Los colores más vivos y brillantes como el blanco, crema, verde y esmeralda, entre otros, sirven para resaltar alguna parte del cuerpo sin añadirle volumen al mismo. Por ejemplo, puede funcionar para exaltar un busto grande sin cargar el área.

Por el otro lado, los colores oscuros se utilizan mayormente en las área que se quieren camuflar o que no se quieren resaltar. Tonalidades como el negro, gris, marrón, azul marino y vino oscuro entre otros, sirven para estrechar y adelgazar el cuerpo.”

En el blog de moda, *The Golden Cactus*¹², para otorgar una cintura más pequeña, se debe utilizar faldas corte A o acampanadas para acentuar la cintura.

Para aquellas personas que no fueron “bendecidas en altura”, deberán usar zapatos con taco para crear un efecto de piernas más largas. A las mujeres con “libritas de más” (kilos de más), se les aconseja utilizar el negro, ya que “cancela las áreas llamativas”. Aquellas que tengas espalda ancha o busto grande, se les prohíbe usar líneas horizontales.

En conclusión, se pueden encontrar diversas formas de crear la figura esbelta, delgada y alta que propone la industria de la moda, las cuales son difundidas por los medios de comunicación que tienen más llegada a las personas y son las más consultadas.

IV.4 Ilusiones ópticas en el Diseño de Indumentaria

Al contrario de la Industria de la Moda, el Diseño de Indumentaria busca jugar con el cuerpo viéndolo como una estructura maleable y modificable, teniendo en cuenta que este mismo le da forma a la prenda y viceversa. A continuación se sistematizará alfabéticamente los tipos de herramientas y técnicas que utilizan algunos de los diseñadores de Indumentaria más conocidos para distorsionar el cuerpo, y se explicará la percepción que tiene cada uno sobre el cuerpo.

¹¹ Revista de moda, belleza y estilo. Guaynabo, Puerto Rico.

¹² A cargo de Paola del Valle.

Diseñador	Origen	Técnica
Gareth Pugh	Reino Unido	Estampados ópticos Moldería experimental Estructuras independientes
Iris Van Herpen	Holanda	Impresiones en 3D Corte láser Técnicas artesanales Estructuras independientes
Issey Miyake	Japón	Intervención del textil Tecnología Técnicas artesanales
Jean Paul Gaultier	Francia	Intervención del textil Cambio de proporciones Estampados ópticos
Junya Watanabe	Japón	Moldería experimental
Margiela	Bélgica	Deconstructivismo Cambio de proporciones Asimetría Intervención del textil

Rei Kawakubo	Japón	Moldería experimental Protuberancias Asimetría
Yohji Yamamoto	Japón	Intervención del textil Asimetría Protuberancias

Cuadro 2. Cuadro de elaboración propia.

Gareth Pugh

El diseñador es conocido por sus prendas extravagantes y su búsqueda por redefinir el lujo moderno. Sus diseños, como sus famosas prendas de globos inflados, están inspirados en la forma, la proporción y el proceso. Según el blog CXA¹³, las prendas de Pugh son consideradas estructuras portátiles. Su estilo se basa en formas experimentales, volúmenes y telas, realizando una mezcla en donde el PVC, plexiglas y la seda de paracaídas conviven con el cuero y la cachemira, creando una visión dramática y futurista.

En una entrevista para Royal Collection Trust (2013)¹⁴, el diseñador explica que para él no se trata sobre la ropa, sino que es sobre una idea alternativa, sobre la cual no está familiarizado.

Por otro lado, en una conversación con revista VICE (España, 2011), admitió tener cierta afinidad por los triángulos: “Son las formas más potentes que tenemos. En la arquitectura

¹³ Creative Exchange Agency (CXA) es una agencia interdisciplinaria de administración de artistas, producción y contenido creativo que cultiva la intersección del arte, la cultura y el comercio en campañas cautivadoras y experiencias de marca inmersivas. Fuente: <https://cxainc.com/about/>

¹⁴ Realizada por Ana Reynolds. Mayo de 2013

y la ingeniería, por ejemplo, los triángulos se utilizan para conseguir resistencia interna. Los triángulos, además, son símbolos ancestrales de poder y fuerza. Me atrae la idea de diseñar un traje hecho enteramente de triángulos. Es algo muy anti-corporal, y puedes crear formas interesantes e inesperadas con una sutil referencia al poder de los triángulos. Cuando es una mujer la que viste esas formas, le da una cierta tensión que a mí me encanta.”



Figura 62. Gareth Pugh. Primavera Verano 2018. Fuente: <https://www.vogue.es>

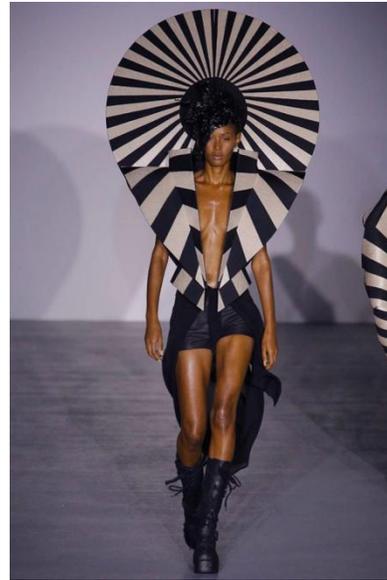


Figura 63. Gareth Pugh. Primavera Verano 2017. Fuente: <https://www.vogue.es>

Iris Van Herpen

En la sección “*Diseñadores*” del sitio web de la revista Vogue, explican que el trabajo de la diseñadora logra el equilibrio entre lo artesanal, la innovación tecnológica, mediante impresiones 3D o cortes con láser; y la experimentación con textiles. Van Herpen comenta: “Lo que más tiempo lleva a la hora de diseñar una colección es la investigación. Es la cosa que más me entusiasma, encontrar nuevas técnicas y materiales y gente con la que

trabajar. Es realmente un proceso de aprendizaje, de probar, experimentar y cometer errores. Creo que es la parte más importante del trabajo y las colecciones.”

La diseñadora está muy poco familiarizada con lo comercial, ella define su trabajo como artístico. “Vestirse es una forma muy excitante de expresarse.” explica.



Figura 64. Iris Van Herpen. Primavera 2018. Fuente: <https://www.vogue.es>



Figura 65. Iris Van Herpen. Otoño Invierno 2017/ 2018. Fuente: <https://www.vogue.es>



Figura 66. Iris Van Herpen. Otoño Invierno 2018/2019. Fuente: <https://www.vogue.es>

Issey Miyake

El diseñador japonés es mundialmente conocido por utilizar una sola pieza de tela para realizar sus colecciones. En una entrevista para CNN (2016)¹⁵, Miyake explica: “Mi fascinación ha sido el espacio entre la tela y el cuerpo, y usar un elemento bidimensional para vestir una forma tridimensional. Si miras hacia atrás a lo largo de la historia, desde los antiguos egipcios en adelante, la mayoría de las culturas comenzaron a hacer ropa desde una premisa muy básica: una sola pieza de tela. Quería tomar un elemento tan simple como este y explorar las posibilidades utilizando diferentes artesanías, telas y tecnologías.”

¹⁵ Escrito por Georgia McCafferty.

Para el diseñador, la tecnología nos permite hacer muchas cosas, pero es importante combinarlo con la artesanía, sobre todo la japonesa, ya que no se debe perder el toque de las manos humanas.

Tal como explica el blog DSIGNO, en los años 80 se produjo una renovación en lo moda internacional, basada en nuevas definiciones de sexualidad, estatus y creatividad mostrando un estilo antimoda, austero y deconstructivo.

Saltzman (2004, p.133) explica que Miyake se dedica al textil y su intervención, para luego crear prendas que cubran al cuerpo. Pone como ejemplo su línea *Pleats Please*, en la que crea morfologías básicas que cubren las distintas partes del cuerpo a partir de plisados que cambian totalmente la superficie de la prenda.



Figura 67. Issey Miyake. Otoño Invierno 2016/2017. Fuente: <https://www.vogue.es>



Figura 68. Issey Miyake. Prefall 2017. Fuente: <https://www.vogue.es>



Figura 69. Issey Miyake. Crucero 2018. Fuente: <https://www.vogue.es>

Jean Paul Gaultier

Según Suzy Menkes, redactora del *International Herald Tribune*, los desfiles del diseñador francés ofrecían un verdadero espejo a la sociedad que la contemplaba. Sus diseños

abrieron la industria de la sexualidad, cuestionó (y cuestiona) los roles establecidos e introdujo en la pasarela la diversidad étnica. En sus colecciones, las mujeres llevan chaquetas, sombreros de cuero con un estilo masculino; mientras que los hombres usaban faldas y corsé. También desdibujaba en límite entre la ropa y la ropa interior.

En un escrito realizado por el mismo Gaultier para CNN (2017) explicó: “Después de Pierre Cardin, fui a Jean Patou, una antigua casa de alta costura que ya no existe. Era estereotipado del código de moda francés más tradicional. Cuando llegué a trabajar con mis botas de motorista, me dijeron: "¿Pero por qué? ¿Dónde está tu moto?" Y así decidí que cuando creé mi propia colección, empujaría el límite de lo que es bello y lo que no.”

Saltzman (2004, p.133) comenta que el punto de partida de Gaultier son los diferentes estereotipos urbanos y la percepción en la calle, por lo que esto implica una constante investigación de las distintas tipologías representativas de cada grupo. Esto lleva a una fusión de identidades de diferentes tradiciones y materiales dados por la cultura, que son reorganizados y descontextualizados. Por ello, sus diseños combinan símbolos de diferentes culturas, operan sobre la superficie a la par con los avíos, textiles, y la modificación de proporciones y su función.



Figura 70. Jean Paul Gaultier.
Primavera 2018. Fuente:
<https://www.vogue.es>



Figura 71. Jean Paul Gaultier.
Primavera 2019. Fuente:
<https://www.vogue.es>



Figura 72. Jean Paul Gaultier.
Primavera 2019. Fuente:
<https://www.vogue.es>

Junya Watanabe

Conocido por su trabajo como diseñador en Comme des Garçons, el diseñador japonés refleja una estética innovadora. Utiliza tejidos elegantes en contraste para dar forma a formas experimentales y vanguardistas.



Figura 73. Junya Watanabe.
Otoño 2016. Fuente:
<https://www.vogue.es>



Figura 74. Junya Watanabe.
Otoño 2016. Fuente:
<https://www.vogue.es>



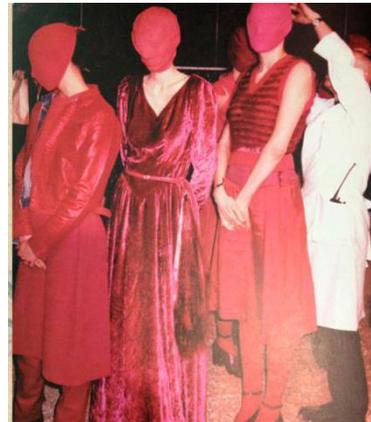
Figura 75. Junya Watanabe.
Primavera Verano 2018.
Fuente: <https://www.vogue.es>

Margiela

Maison Margiela es un emblema del diseño conceptual y de la reflexión intelectual sobre la indumentaria y el funcionamiento de la industria. Fue uno de los primeros en investigar la deconstrucción, la reutilización de los tejidos y el reciclaje.

Como uno de los impulsores del “*antimarketing*” o “*antimoda*”, raramente vez fue visto en público. Para él, su trabajo debía expresarse por sí solo y las prendas no

Figura 76. Modelos encapuchadas.
Fuente:
<https://theculturetrip.com>



eran creadas por el solo, sino que era fruto de un equipo de profesionales. Esto se traducía en la pasarela con modelos que desfilaban encapuchadas, en una sociedad donde regía la corriente de *supermodelos* y *superdiseñadores*, en los años 90 (Figura 76).

Como se explicado previamente, el estilo de Margiela es deconstruido, revelando la estructura de las prendas, exponiendo los forros y las costuras. El blog *The Culture Trip* (2016) afirma que las prendas fueron inspiradas por reglas de la arquitectura y la escultura antes que la sastrería clásica. En cuanto a los materiales, son poco convencionales, utiliza cinturones de seguridad, pelucas, guantes de béisbol y picaportes.



Figura 77. Margiela.
Primavera 2019. Fuente:
<https://www.vogue.es>



Figura 78. Margiela.
Otoño 2018. Fuente:
<https://www.vogue.es>

Rei Kawakubo

Rei Kawakubo ha creado la reconocida marca Comme des Garçons. Se la considera, por la revista Vogue, como el máximo exponente del diseño conceptual, los cuales son desestructurados, asimétricos, y de líneas libres y fluidas. Estos aspectos iban en contra de la moda de ese entonces, por lo tanto también se la conoce como “*antimoda*”. Al igual que Margiela, para ella, sus prendas expresaban lo que quería decir, por eso no ofrecía

entrevistas. “No necesitas hablar conmigo. Sólo tienes que mirar la ropa. Lo que quiero decir está ahí”, afirma¹⁶.

Según el blog *The Culture Trip*, algunas de las características por las que se reconoce a Rei Kawakubo es la monocromía y la volumetría. En una entrevista le preguntaron: "¿la creación en torno a la forma humana pone limitaciones en su trabajo?", a lo que respondió: “No hay límites.” La asimetría es fundamental en las prendas de la diseñadora japonesa, ignora la forma en que normalmente se podría utilizar el cuerpo.



Figura 79. Rei Kawakubo para Comme des Gracons. Primavera 1997. Fuente: <https://www.vogue.com>



Figura 80. Rei Kawakubo para Comme des Gracons. Primavera 1997. Fuente: <https://www.vogue.com>



Figura 81. Rei Kawakubo para Comme des Gracons. Primavera 1997. Fuente: <https://www.vogue.com>

Yohji Yamamoto

En una entrevista realizada con Imran Amed¹⁷, de *The Business of Fashion*, Yamamoto habló sobre las características de sus diseños. La primera es la utilización del negro, ya que

¹⁶ En una entrevista para la revista Vogue. Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/rei-kawakubo/58>

¹⁷ Transcripta por Clara Méndez para Vein Magazine. (2017) Disponible en: <http://vein.es/los-5-pilares-la-filosofia-yohji-yamamoto/>

siente que este valor no molesta a la gente. A su vez, lo usa para centrar la atención en las prendas, que es otro de los aspectos que lo destaca.

Este diseñador japonés, al que igual que los diseñadores que se han desarrollado previamente, rechaza el marketing de la moda. “Para mí, el negocio de la moda se ha convertido en el negocio del dinero. Los diseñadores de moda están en decadencia. Solo son estilistas a los que las grandes casas de moda les encargan hacer un desfile para vender accesorios. No para vender su propia creación”. Por ello, también, conecta la confección de la ropa con la artesanía.



Figura 82. Yohji Yamamoto.
Otoño 2019. Fuente:
<https://www.vogue.com>



Figura 83. Yohji Yamamoto.
Primavera 2018. Fuente:
<https://www.vogue.com>



Figura 84. Yohji Yamamoto.
Otoño 2017. Fuente:
<https://www.vogue.com>

Estos diseñadores sirvieron como referentes para realizar la colección final de la presente investigación (Anexo A). Por un lado para el diseño de siluetas a partir de la utilización de técnicas de moldería convencional como experimental, las cuales se explicaron en el capítulo II (Sección II.5.2). En el caso de los estampados se buscó generar cierta ilusión de volúmenes que realmente no están allí, los cuales se dan a través de las disposiciones de las líneas (Figura 85, 86, 87, 88, 89). A su vez se realizaron pruebas superponiendo las mismas. (Figura 90, 91, 92)

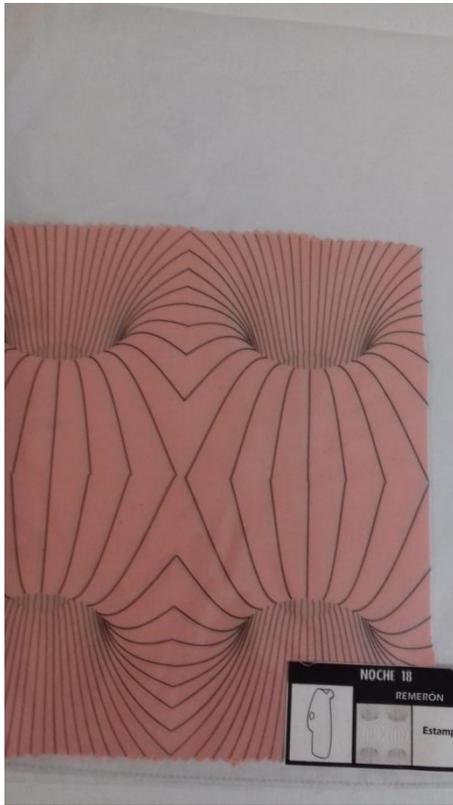


Figura 85. Estampado. Fuente: Elaboración propia.



Figura 86. Estampado. Fuente: Elaboración propia.



Figura 87. Estampado. Fuente: Elaboración propia.

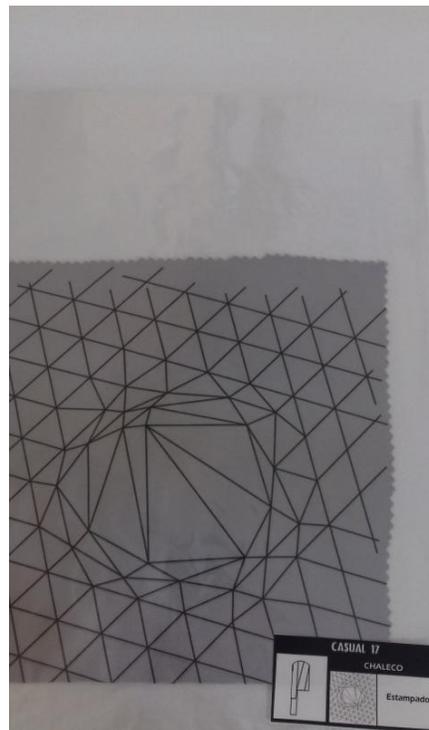


Figura 88. Estampado. Fuente: Elaboración propia.

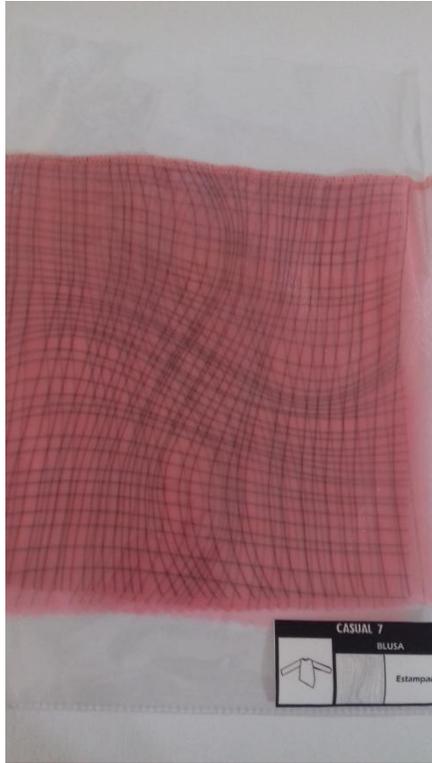


Figura 89. Estampado. Fuente:
Elaboración propia.

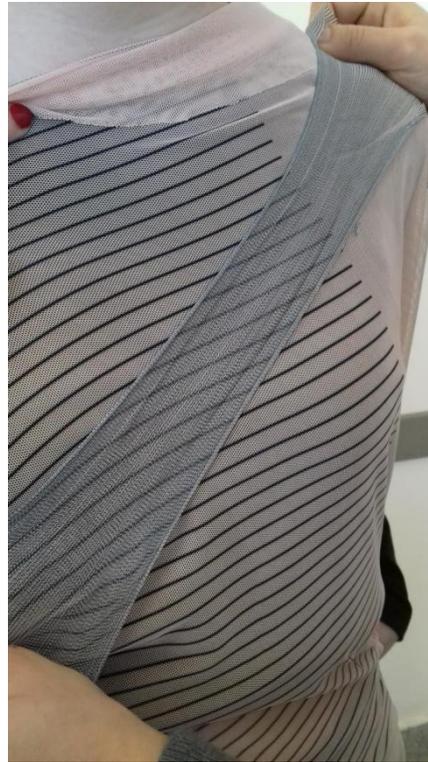


Figura 90. Prueba de estampados
sobre el cuerpo. Fuente:
Elaboración propia.

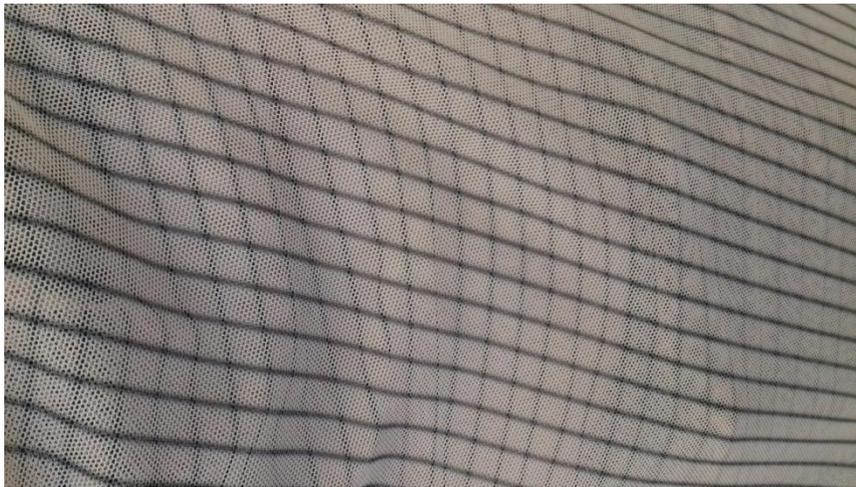


Figura 91. Prueba de estampados
sobre el cuerpo. Fuente:
Elaboración propia.

Capítulo V

Conclusiones

El objetivo principal de esta investigación fue indagar los límites y posibilidades del efecto óptico para generar una alteración a la establecida idea del cuerpo a través de recursos constructivos de la Indumentaria. En relación a esto, se estima que los resultados obtenidos son satisfactorios.

En el primer capítulo, se logra entender las diferencias entre la Industria de la Moda y el Diseño de Indumentaria, que si bien tratan de lo mismo, es decir la creación de indumentaria, tienen concepciones y tratamientos muy diferentes.

En el caso de la Industria de la Moda, su principal objetivo es producir y vender, realizando un ciclo interminable. En este ciclo, los productores de moda se preocupan por seguir los ideales de belleza que rigen en la sociedad actual y los medios de comunicación contribuyen a que estos continúen.

Por otro lado, el Diseño de Indumentaria tiene una concepción más artística y gentil sobre el tratamiento de los elementos. Las formas del cuerpo no son reproducidas a través de la moldería tradicional ni las medidas estándar, que son sinónimo de discriminación para muchas personas que la Industria de la Moda no tiene en cuenta. Gracias al Diseño de Indumentaria, surge la idea de una nueva moldería (experimental) que parte de el cuerpo, el cual es el soporte para nuevas formas y siluetas. Esto se puede dar a través de la utilización de recursos constructivos.

En el segundo capítulo, se llega a la conclusión de que a lo largo de la historia la concepción de belleza ha cambiado de diferentes maneras. En principio, los filósofos y artistas griegos y egipcios han relacionado la belleza con la armonía, la proporción y el bien. Mucho después, las personas corpulentas, tanto hombres como mujeres, eran sinónimo de bienestar; mientras que en la actualidad, el bienestar pasa por un cuerpo atlético y esbelto.

También se ha podido observar las consecuencias de los estereotipos de género en las mujeres, tanto en su vida personal como a la hora de vestirse, ya que siempre fue considerada como un objeto sexual. En parte, esto, fue derivado de los medios de comunicación, que en su objetivo de vender, hacen llegar a los espectadores mensajes perjudiciales.

Por último, en ese capítulo, se ven los tipos de belleza que no son los convencionales, por parte de tribus, lejos de nuestra sociedad. Estos tipos de belleza consisten en la distorsión de partes de cuerpo, el cual le dan cierto respeto, autoridad y posición en sus pueblos. Por otro lado, se ha visto la distorsión como consecuencia de los estereotipos de belleza.

En el último capítulo, se continua con la idea de la distorsión visual, partiendo de las ilusiones ópticas, las cuales generan una percepción errónea de la realidad. A partir de el estudio psicológico de esta percepción visual, llegó hasta el ámbito artístico (Op Art), que luego se plasmó en la Indumentaria. Dentro de la producción de prendas se divide la concepción de ilusiones ópticas entre la Industria de la Moda y el Diseño de Indumentaria. En el primero, se han utilizado como herramientas para obtener una silueta esbelta, que es el ideal de belleza actual. Mientras que en el Diseño de Indumentaria, se usan como instrumentos para jugar con la silueta y la forma del cuerpo, y realizar formas vanguardistas, desde la intervención de la superficie textil, la moldería experimental, la introducción de estructuras independientes y estampados que evocan al Op Art.

A partir de este análisis, se pudo realizar una colección de indumentaria que refleja la búsqueda de recursos de la Indumentaria para generar una alteración del cuerpo humano mediante efectos ópticos. En esta colección, que se dirige a las estaciones primavera y verano, se utilizaron las herramientas del diseño expuestas en el primer capítulo (ver II.1.1). La elección de estas herramientas, tanto elementos y principios, como recursos constructivos, fueron producto de decisiones tomadas a partir del objetivo de generar una alteración en la percepción del cuerpo.

Por otro lado, se considera que se utilizó de manera provechosa el planteo de un nuevo sistema de moldería, la moldería experimental. Este nuevo método de construcción de

prendas, que se complementa con el textil, se separa de los planos y la idea del delantero y la espalda, generando nuevas formas, morfologías, tipologías y estructuras que le otorgan otra percepción a la indumentaria.

A su vez, la utilización de técnicas convencionales, como el estampado, la moldería tradicional y el sistema de construcción de prendas, contribuyeron significativamente al objetivo de este proyecto de investigación. Estos elementos permitieron jugar y crear combinando texturas e interviniendo esas prendas, también resaltar los movimientos del cuerpo y su forma creando nuevas formas y siluetas.

En cuanto a la paleta de color, plasmada previamente en un universo poético(Anexo B), se eligieron colores que tengan que ver con el Op Art, y con nuestro cuerpo, principalmente el interior de él. Estas decisiones fueron tomadas con la intención de unir estos dos universos, aunque estén lejos de lo estético, lo armónico y lo “perfecto”. A partir de esto, se pudieron tomar diferentes texturas (arrugas, cicatrices, bultos) que distorsionan los planos y, a su vez, otorgaron técnicas para la construcción de prendas y sus terminaciones, las cuales se pueden ver en el Anexo C.

En síntesis, se considera que los resultados obtenidos en el presente proyecto, constituyen un método de trabajo válido y significativo para el campo profesional en donde se desarrollan. Resulta útil tanto para diseñadores de nivel inicial, graduados y profesionales, como también para otras disciplinas relacionadas con la imagen y su difusión, ya que se deberá tener en cuenta a la hora de diseñar, elegir una modelo, realizar una nota o publicitar un producto. Así también para contribuir con la difusión de una belleza saludable y real, lejos de juzgar y discriminar, solo por ser diferentes al otro.

Las ilusiones ópticas nos permiten jugar con nuestros sentidos, buscar una nueva interpretación de la perspectiva, de las emociones y de la visión del ser humano, alejándose de lo tradicional, la lógica y lo ya establecido por la sociedad. Esto es para mostrar la belleza de las cosas imperfectas, en lugar de ocultar los defectos, acentuarlos, ya que son la prueba de la imperfección y la fragilidad.

VI.Referencias bibliográficas

Diseño de Indumentaria

Saltzman, A. (2004). El cuerpo diseñado. Buenos Aires. Ed. Paidós.

Moda

Jenkyn Jones, S. (2013). Diseño de moda. Barcelona. Ed. Blume.

Ilusiones ópticas

Rudolf, A. (1965) Arte y percepción visual. Madrid. Ed. Alianza.

Squicciarino, N. (1986). El Vestido Habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la Indumentaria. Italia. Ed. Cátedra.

Arte óptico

Marchán Fiz, S. (1986). Del arte objetual al arte de concepto. España. Ed. Akal.

Belleza

Eco, U. (2004). La Historia de la Belleza. China. Ed. De Bolsillo.

Moldería experimental

Ruiz Piraquive, A. (2014). La nueva arquitectura del vestido. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3270_pg.pdf. Consultado el 12 de Agosto del 2018.

VII. Bibliografía

Diseño de Indumentaria/Moda

Donnanno, A. (2014). Técnicas de patronaje de moda. Vol. 1. Barcelona. Ed. Promopress.

Jenkyn Jones, S. (2013). Diseño de moda. Barcelona. Ed. Blume.

Saltzman, A. (2004). El cuerpo diseñado. Buenos Aires. Ed. Paidós.

Wong, W. (1982). Fundamentos del diseño bi y tri dimensional. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.

Ilusión Óptica/Moda

Bonilla, C. (2017). Ilusión óptica en el vestir. Revista IMAGEN. Disponible en: <https://imagen.pr/ilusion-optica-a-la-hora-de-vestir/>. Consultado el 11 de Agosto del 2018.

Clínica Baviera (2015). ¿Sabes como funcionan las ilusiones ópticas?. Disponible en: <https://www.clinicabaviera.com/blog/mundo-para-ver/como-funcionan-ilusiones-opticas/> . Consultado el 11 de Agosto del 2018.

Díaz Padilla, R. (2013). Arte, magia e ilusión: las ilusiones ópticas en el arte y otras producciones visuales. Madrid. Ed. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Universidad Complutense de Madrid.

Mystique, Salón y Spa. Ilusiones ópticas para lucir más delgada. Disponible en: <http://www.mstq.mx/ilusiones-opticas-en-la-moda-para-lucir-mas-delgada/> . Consultado el 9 de marzo de 2019.

Periódico Hoy Digital (2010). ¿Qué son las ilusiones ópticas en el vestir? Disponible en: <http://hoy.com.do/que-son-las-ilusiones-opticas-en-el-vestir/>. Consultado el 11 de Agosto del 2018.

Revista IMAGEN. (2017) Ilusión óptica a la hora de vestir. Disponible en: <https://imagen.pr/ilusion-optica-a-la-hora-de-vestir/> . Consultado el 9 de marzo de 2019.

Squicciarino, N. (1986). El Vestido Habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la Indumentaria. Italia. Ed. Cátedra.

The Golden Cactus. (2017) La moda y la ilusión óptica. Disponible en: <https://thegoldencactus.net/blog/la-moda-y-la-ilusion-optica/> . Consultado el 9 de marzo de 2019.

Ilusiones Ópticas

Añaños, E. (2009) Psicología y comunicación publicitaria. Barcelona. Ed. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Rudolf, A. (1965) Arte y percepción visual. Madrid. Ed. Alianza.

Arte Óptico

Aracil, A., Rodríguez, D. (1982) El Siglo XX: entre la muerte del arte y el arte moderno. Madrid. Ed. Istmo.

Baxter-Wright, E. ET alt (2008). Moda Vintage. Barcelona. Ed. Parramón.

Ferrer, A.; Carrasco, J. (2000). Historia Universal del Arte. Tomo 11: Arte del siglo XX. De la Segunda Guerra Mundial hasta nuestros días. España. Ed. Espasa.

Lucie-Smith, E (1969) Movimientos artísticos desde 1945. Barcelona. Ed. Destino.

Marchán Fiz, S. (1986). Del arte objetual al arte de concepto. España. Ed. Akal.

Martínez Muñoz, A. (2001). Arte y Arquitectura del siglo XX. Vol 2, La institucionalización de las vanguardias. Barcelona. Ed. Montesinos.

Belleza

Bayer, R. (1961) La Historia de la Estética. México. Ed. Fondo de Cultura Económica.

Eco, U. (2004). La Historia de la Belleza. China. Ed. De Bolsillo.

Industria de la Moda/ Belleza

Choza, J. (2000). Estética y Moda. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/190418.pdf>. Consultado el 11 de Agosto del 2018.

González Gavalón, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. Sevilla. Revista Comunicar. Vol. VI, nº 12, 1º semestre. Disponible en: <https://www.revistacomunicar.com>

Wolf, N. (1992). El mito de la belleza. Ed. Salamandra.

Medios de comunicación

Moreno, J.; Rico Bovio, A. (2018). Educación, cultura, estereotipos, cuerpo, género y diferencias sociales en la fotografía de moda. IE Revista de Investigación de la Rediech. Vol 9. N°17. Págs. 165-178.

Sazatornil Esprocenda, G. (2011) Indumentaria y Medios de Comunicación. Disponible en: <https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/31/78/10mtnezespronceda.pdf>

Moldería experimental

Ruiz Piraquive, A. (2014). La nueva arquitectura del vestido. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/3270_pg.pdf. Consultado el 12 de Agosto del 2018.

Definiciones

Real Academia Española. Disponible en: <http://www.rae.es/> . Consultado el 5 de Marzo de 2019.

Gareth Pugh

Creative Exchange Agency. Gareth Pugh. Biography. Disponible en: <https://cxainc.com/artist/gareth-pugh/biography/> . Consultado el 10 de marzo de 2019.

Royal Collection Trust. (2013) Los vestidos de Tudor y Stuart aún inspiran a la moda de hoy, explica Gareth Pugh. Disponible en: <https://www.rct.uk/about/press-office/press-releases/tudor-and-stuart-power-dressers-still-inspire-fashion-today#/> . Consultado el 10 de marzo de 2019.

Iris Van Herpen

Vogue. Iris Van Herpen. Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/iris-van-herpen/513> .

Consultado el 10 de marzo de 2019

Issey Miyake

Blog Dsigno. (2018) Issey Miyake y el diseño tecnológico. Disponible en: <https://www.dsigno.es/blog/disen-de-moda/issey-miyake-y-el-diseno-tecnologico> .

Consultado el 10 de marzo de 2019.

CNN. (2016) ¿Una colección completa de una sola pieza de tela? ¿Por qué Issey Miyake es uno de los técnicos más talentosos de la moda? Disponible: <https://edition.cnn.com/style/article/issey-miyake-japan-exhibition/index.html>

Consultado el 10 de marzo de 2019.

Saltzman, A. (2004). El cuerpo diseñado. Buenos Aires. Ed. Paidós.

Jean Paul Gaultier

CNN (2017) Vive la difference! Jean Paul Gaultier reflects on France's fashion rebels. Disponible en: <https://edition.cnn.com/style/article/jean-paul-gaultier-french-fashion-innovators/index.html> . Consultado el 10 de marzo del 2019.

Vogue. Jean Paul Gaultier. Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/jean-paul-gaultier/207> .

Consultado el 10 de marzo de 2019.

Saltzman, A. (2004). El cuerpo diseñado. Buenos Aires. Ed. Paidós.

Martin Margiela

The Culture Trip. (2016) The Style Guide to Martin Margiela. Disponible en: <https://theculturetrip.com/europe/belgium/articles/the-style-guide-to-martin-margiela/> . Consultado el 10 de marzo de 2019.

Rei Kawakubo

Vogue. Rei Kawakubo. Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/rei-kawakubo/58> . Consultado el 10 de marzo de 2019.

The Culture Trip. (2017). The Style Guide To Rei Kawakubo: Everything You Need to Know. Disponible: <https://theculturetrip.com/asia/japan/articles/the-style-guide-to-rei-kawakubo/> . Consultado el 10 de marzo de 2019.

Yohji Yamamoto

Vein. (2017) Los 5 pilares de la filosofía de Yohji Yamamoto. Disponible en: <http://vein.es/los-5-pilares-la-filosofia-yohji-yamamoto/> . Consultado el 10 de marzo de 2019.

Años 60

Solé Blanch, J. (2009) Antropología de la educación y pedagogía de la juventud: procesos de enculturación. Universitat Rovira i Virgili. Departament de Pedagogia. Disponible en: <http://www.urv.cat/ca/> . Consultado el 12 de marzo de 2019.

Anexo A

Colección Primavera Verano 2019

Lookbook

I. Línea casual





II. Línea deportiva



II. Línea noche











Anexo B

Colección Primavera Verano 2019

Universo poético



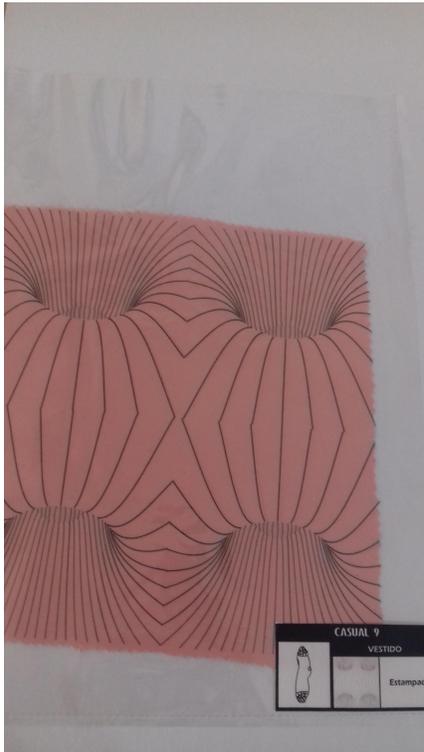
Anexo B

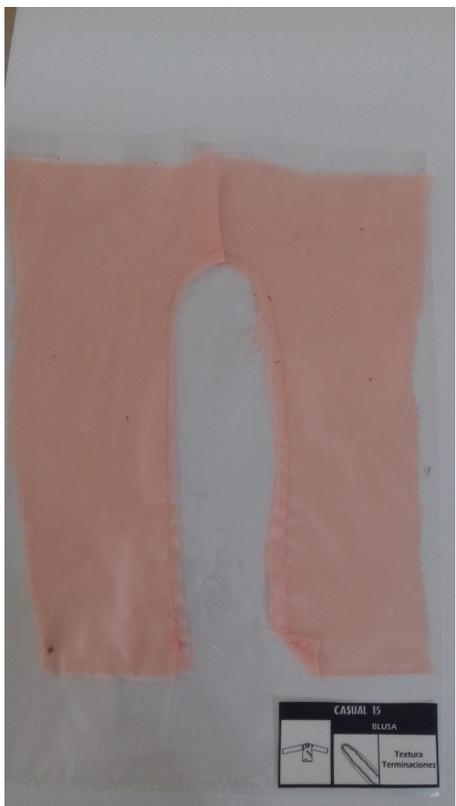
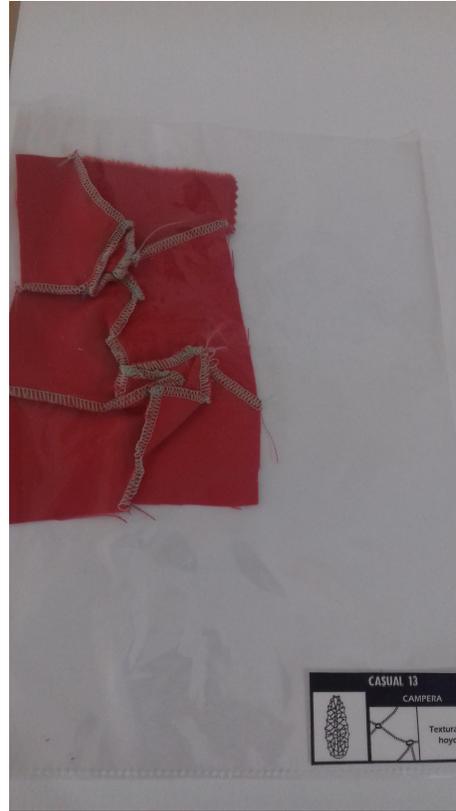
Colección Primavera Verano 2019

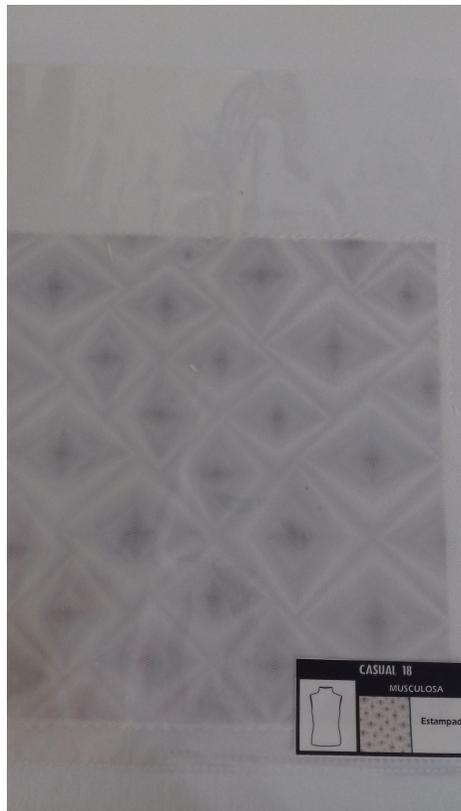
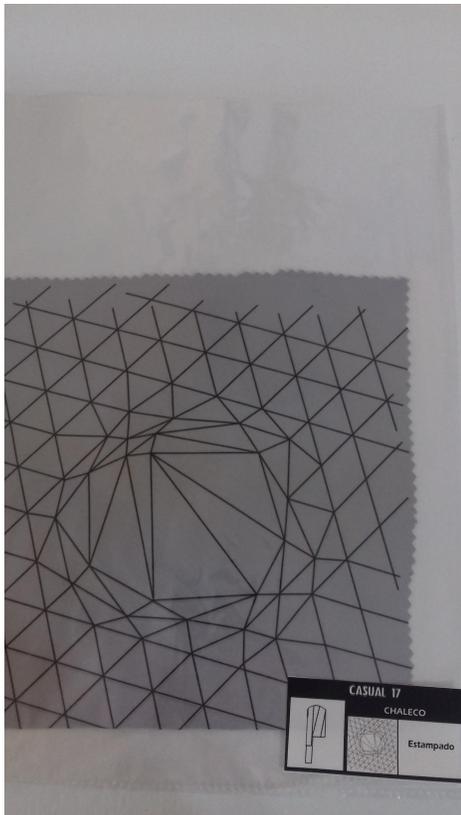
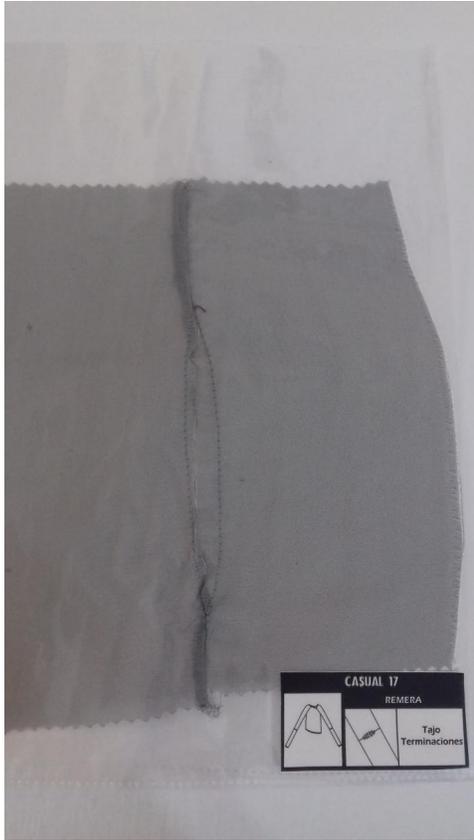
Muestrario

I. Línea casual

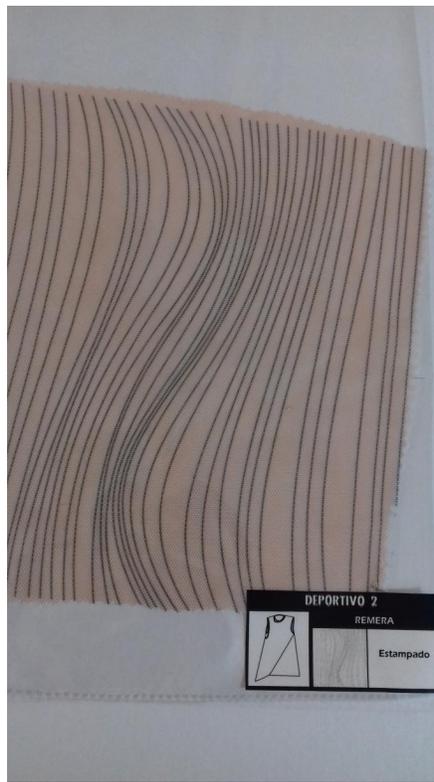








II. Línea deportiva









III. Línea noche

