

# **EL ARTE ÓPTICO EN EL DISEÑO DE INDUMENTARIA**

*INTERRELACIÓN EN LAS OBRAS DE LOS DISEÑADORES  
TROSMAN, CHURBA, COMME DES GARÇONS Y VAN  
BEIRENDONCK*

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a todas las personas que me ayudaron, apoyaron y enseñaron en el transcurso de cada año de mi carrera:

*a mi familia, mi mayor sostén;*

*a mis amigos y amigas, los de siempre y los que me dio la facultad;*

*compañeras de carrera, con quienes compartí horas de trabajo, de cooperación, correcciones y entregas;*

*y profesores y profesoras, por adentrarme en el oficio.*

**Tesis:** “El arte óptico en el diseño de indumentaria: *interrelación en las obras de los diseñadores Trosman, Churba, Comme des Garçons y Van Beirendonck*”

**Tesista:** Julieta Trejo

## **INDICE**

<b>I. Resúmen</b> .....	4
<b>II. Introducción</b> .....	4
<b>III. Estado del arte</b> .....	5
<b>IV. Problema de investigación</b> .....	6
<b>V. Objetivos</b>	
<b>V.1. Generales</b> .....	6
<b>V.2. Particulares</b> .....	7
<b>VI. Marco teórico</b> .....	7
<b>VII. Marco metodológico: “cuatro fases”</b> .....	10
<b>VIII. Desarrollo</b>	
<b>VIII.1. Parte I</b>	
<b>VIII.1.1. Diseño de indumentaria, arte y arte optico</b> .....	11
<b>VIII.1.2. Cómo se relacionan y cuáles son los puntos de encuentro entre diseño de indumentaria y arte</b> .....	21
<b>VIII.1.3. Julio le parc, influencia nacional en el op art</b> .....	52
<b>VIII.1.4. Victor vasarely, padre del arte óptico</b> .....	55
<b>VIII.2. Parte II</b>	
Estudios de casos: <i>¿quiénes trabajaron con arte óptico?</i>	
<b>VIII.2.1. Jessica trosman</b> .....	58
<b>VIII.2.2. Martin churba</b> .....	60
<b>VIII.2.3. Comme des garcons</b> .....	64
<b>VIII.2.4 Van beirendock</b> .....	67
<b>VIII.2.5. Ayer y hoy: uso de técnicas y recursos constructivos y morfológicos en la creación de una colección</b> .....	69
<b>VIII.3. Parte III</b>	
Proyecto personal de la materia práctica profesional III de la carrera de Lic.en Diseño de Indumentaria .....	70
<b>IX. Conclusiones y recomendaciones</b> .....	74
<b>X. Bibliografía</b> .....	77
<b>XI. Anexo</b> .....	80

# “EL ARTE ÓPTICO EN EL DISEÑO DE INDUMENTARIA”

*Interrelación en la obra de los diseñadores Trosman, Churba, Comme des Garçons y Van Beirendonck*

## RESÚMEN

La tesis se divide en cuatro partes principales. En primer lugar, se definen, mediante búsquedas bibliográficas, los conceptos “*diseño de indumentaria*”, “*arte*” y “*arte óptico*”; sus puntos de encuentro y artistas destacados en el área. Luego, se llevan a cabo cuatro estudios de casos de diseñadores o marcas que hayan trabajado en base al arte óptico: Jessica Trosman, Martin Churba, Comme des Garçons y Van Beirendonck; para poder estudiar, finalmente, de qué manera sus colecciones se ven atravesadas por dicha corriente artística y cómo materializaron los recursos morfológicos, sintéticos y técnicos. Luego se llevará a cabo una presentación de lo que conllevó la parte práctica, conceptualizada por dicha temática. Abordando, como última y cuarta instancia, la/s conclusión/es.

## INTRODUCCIÓN

Un diseñador de indumentaria jamás se desliga del arte en sí. Ya sea porque eligió alguna corriente artística como tema, un artista en particular, una obra, sus recursos, intervenciones, expone su colección en un museo, el cual estaba pensado para lo que se acostumbra a ver como obra artística: una pintura, escultura, entre otros; o por el simple hecho de que ambos poseen procesos similares o semejantes en ciertos puntos. Por ejemplo, la etapa de pre-producción y planificación para proceder a la elaboración del producto final: investigación y análisis, creación de un concepto a partir de cierto tema, situación, época, arquitectura, diseñador, entre otros. También, por la finalidad de ambas disciplinas. Es decir, tanto el diseño como el arte, más allá del trabajo, tienen una meta estética la cual pretende transmitir un mensaje a partir de distintos recursos.

Por un lado, tal y como expone Martín Maharro en “*Manifiestos Argentinos. Políticas de lo visual*” de Rafael Cippolini (2011), el concepto de *arte* carece de un único significado. El día que esto suceda, que se lo encierre en una misma fórmula entonces, tendrá sólo una finalidad. El arte se adapta a la humanidad y viceversa. Su concepto varía de acuerdo al movimiento artístico que se hable, en base a cada persona que haga arte. ¿Hacer arte? A veces siguiendo una misma lógica, pero con fines y principios distintos.

Lo mismo sucede con el diseño de indumentaria. No presenta una definición exacta pero el concepto en si es más sencillo de precisar o resumir.

Como definición “básica”, la RAE define al diseño como “*proyecto o plan que configura algo*” y, también, como la “*concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie*”.

Los diseñadores trabajan según un proceso de diseño que comienza con la interpretación o detección de un problema o necesidad y culminan con la producción o construcción de la solución a éste. En dicho proceso intervienen, entre muchas otras, habilidades que se relacionan con el manejo y conocimiento de las ciencias, auxiliares del diseño la tecnología, la psicología,

la forma, la ergonomía, el lenguaje, la comunicación visual, la cultura general y una gran capacidad creativa.

El diseño es un área de la actividad humana muy amplia. Los diseñadores suelen especializarse o formarse en una rama específica.

Por otra parte, el arte óptico, en resumen, es la expresión de la utopía del progreso técnico, pero también la transformación del espectador de sujeto pasivo a activo, debido a que el público se encuentra en movimiento o desplazándose para así, poder captar el efecto que propone esta corriente artística.

En la presente tesis se expondrán definiciones sobre el diseño de indumentaria y el arte. Demostrando los puntos en los que se relacionan dichos conceptos, cómo conviven y de qué manera se ve el diseño de indumentaria atravesado por el arte óptico. Asimismo, se pretende establecer precisiones sobre ambas, puesto que no existe un único concepto, y los mismos son muy amplios. Además, se reconoce que con el transcurso del tiempo van cambiando, por lo cual se limitarán y por dicho motivo, también, se trabajarán con definiciones planteadas dentro de los últimos diez años.

Una vez establecidos los conceptos con los que se trabajará, se realizarán estudios de casos de distintos diseñadores de indumentaria que se hayan inspirado o utilizado conceptualmente el arte óptico para sus colecciones. Para describir, luego, cómo trabajaron y de qué manera implementaron el proceso proyectual. Es decir, la metodología de trabajo con la cual el diseño de indumentaria cobra sentido y en la cual se hará enfoque en el trabajo de tesis. Estudiando qué recursos morfológicos, técnicos, sintéticos, de construcción y moldería tomaron; qué investigaciones y análisis llevaron a cabo: de tendencias, mercado, colecciones, artistas, marcas, competencias, entre otros. Utilizando, de esta manera, material bibliográfico e imágenes de las colecciones de los diseñadores a estudiar.

## **ESTADO DEL ARTE**

En su tesis doctoral de Rocío Luque Magañas de la Universidad de Málaga llamada *“Relaciones entre arte y moda: diálogos y juegos de identidad. Desde la alta costura en el vestir hasta nuestros días”* del año 2015, expone que la primera coincidencia entre arte y moda se da en la finalidad de buscar y lograr una obra “bella”, teniendo en cuenta que es un concepto abstracto y amplio; con una carga cultural, una finalidad estética, un aspecto de la realidad o un sentimiento mediante el cual se expresan ideas, emociones o una visión a partir de distintos recursos ya sean plásticos, lingüísticos, sonoros o mixtos.

En el ámbito nacional vemos que Lisi González desarrolla en su libro *“Manual de producción de moda”* (2014). Explicando que a través de la moda se comunica. Todo el significado de trasfondo que tiene el simple hecho de elegir un estilo, un color, la estampa; dice más de lo que pensamos.

Si bien no se hará un enfoque en la moda en sí, sino en el diseño de indumentaria, pero resulta inevitable mencionar dicho concepto.

Conforme a esto, es necesario aclarar que también se remarcará la diferencia entre “moda” y “diseño de indumentaria”, ya que es común que se confundan y se usen como sinónimos.

Asimismo, la reconocida diseñadora holandesa Iris Van Herpen, considera que hay que ver nuestra identidad visual, nuestra imagen, como una forma de

expresarnos más allá de tendencias y estilos. Es decir, que el diseño de indumentaria va más allá de la moda.

Por otro lado, Robert Fleck, nacido en Viena, quien es curador y director de museos de renombre internacional; explica el cambio del significado del arte a lo largo del tiempo y todo lo que conlleva en su libro *“El sistema del arte en el siglo XXI”*. Cómo la figura del artista se fue construyendo en base a un público limitado y de qué manera, hoy en día, se ha intensificado su importancia.

Otra fuente bibliográfica, *“Sociología de la moda”* de Guillaume Erner, manifiesta que, en sí, el estudio de la moda o el diseño de indumentaria antiguamente estaban directamente relacionados con la Historia del Arte y comenzó a ser tomada desde el lado de la comunicación, la sociología u otras ciencias, es decir, fue incorporando otras miradas y significados de las mismas, a partir de los años 80.

Claros ejemplos de la relación entre arte y diseño de indumentaria son las últimas exposiciones que se han hecho en diversos museos. Por ejemplo, en el año 2015 en el Museo de la Ciudad se dio la exposición: *“Enamorados”*. En base a un recorrido por los usos y costumbres del amor romántico en la ciudad de Buenos Aires que reflejan aspectos sociales y sentimentales desde fines del siglo XIX hasta la década de 1960. La misma incluía prendas y accesorios de moda. También, en el Museo Nacional de Arte Decorativo se dan cursos, de los cuales varios están vinculados con indumentaria y textiles.

Cada vez más museos, en Argentina y el exterior, tienen presente el significado que tiene el diseño de indumentaria y la moda. La analizan y proponen diversos ángulos para seguir comprendiéndola de manera cultural, económica, histórica, estética, entre otros.

Entre los enfoques con que exponen los diseños dentro de los museos, destacan principalmente: la historia posguerra, los cambios en la silueta femenina, las diferencias entre las clases sociales, la moda como herramienta para construir imagen pública, las influencias que residieron en la indumentaria, etc.

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Para la construcción del problema de conocimiento, se plantean distintas preguntas de investigación en base a los temas a tratar:

- ¿De qué manera se relaciona el diseño de indumentaria con el arte óptico? ¿en qué lugar el arte óptico se torna referencia? y, ¿en qué punto se unen? ¿a partir de qué herramientas?
- ¿Cómo los estudios, análisis e investigaciones del arte óptico se llevan a la práctica en el diseño de indumentaria?

## **OBJETIVOS**

### **GENERALES**

- Identificar y analizar los conceptos tanto del diseño de indumentaria como del arte, con enfoque en la corriente del arte óptico, limitando los autores. Basándose, entonces, en los últimos diez años.
- Describir la articulación o puntos de encuentro entre dichos conceptos.

## **PARTICULARES**

- Explorar casos de estudios en profundidad que sean profesionales del rubro de diseño de indumentaria y hayan trabajado en relación al arte óptico. Ya sea como base conceptual o por inspiración secundaria.
- Analizar de qué manera se implican ambos conceptos, tanto de manera individual como en conjunto, y cómo lo llevan a la práctica. Es decir, mediante qué técnicas.

## **MARCO TEÓRICO**

Tanto “*diseño de indumentaria*” como “*arte*” son conceptos que presentan múltiples definiciones. En la presente tesis se utilizarán solo algunos significados delimitándolo.

La Universidad de Buenos Aires define al diseño de indumentaria como una actividad creativa que implica un proyecto, una planificación y el desarrollo de elementos que constituyen el vestir considerando “los conceptos proyectuales, técnicos y socioeconómicos adecuados a las modalidades de producción y las concepciones estéticas que reflejan las características culturales de la sociedad”. El diseño de indumentaria no necesariamente implica “moda”. Va más allá de eso. El diseño, cualquiera sea, según un artículo publicado por la Universidad de Palermo de María Eugenia Sánchez Ramos, es polisémico. Es decir, presenta más de un significado y este depende de acuerdo a lo que se relaciona. Por dicho motivo, teóricos e investigadores han propuesto sus puntos de vista los cuales enfatizan el diseño como el acto de crear algo material, concreto, bidimensional o tridimensional, hasta la estructuración de un espacio, imagen, u objeto intangible y virtual. La batalla por definir este concepto va más allá de la disciplina del diseño. Por esto, se plantea que es el diseñador quien debe formular su propia definición del concepto, así como la estructuración de sus propios métodos, que varían en base al proceso proyectual que se plantee.

El diseño de indumentaria comienza a partir del planteo de un problema, situación, necesidad o actividad. Según Alan Swann (1990), consiste en resolver problemas de comunicación relativos a productos, conceptos, imágenes y organizaciones de forma original y precisa.

Mientras que Wicius Wuong (1995), actualmente el más grande exponente del diseño bidimensional y tridimensional, define al diseño como un proceso de creación visual con cierto propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de “algo”, ya sea esto un mensaje o un producto. El diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese “algo” sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional, responder a sus necesidades y resolver un “problema”, mientras refleja o guía el gusto de acuerdo a su contexto o preferencia.

Los conceptos anteriores se asemejan a las definiciones que se trataran en la tesis sobre el arte. Cualquier discurso sobre arte cae, casi de manera automática, bajo la categoría de estética. Rafael Cippolini

expresa en una nota publicada por María Manuela Ántola en el diario La Nación el 5 de febrero de 2015, que “el arte hoy no se puede ver fuera de contexto. Sólo se reconoce alrededor de otros factores que le dan ese poder. Lo que hace al arte es el “señalamiento”. Las variables con las que se determina si algo es arte no están en la obra misma. Es decir, nadie puede determinar con exactitud qué es el arte. Siempre se lo relacionó con la estética de lo bello, pero ¿quién determina qué es lo bello? ¿las normas de los estereotipos establecidos? Es imposible considerarlo de esta manera, no solo porque los estereotipos de belleza han ido cambiando con el correr de los años, hasta el intento de suprimirlos o “enfrentarlos”, sino también porque al arte y al artista en sí, se los considera libres. Como explica Rafael Cippolini en “*Manifiestos Argentinos: políticas de lo visual 1900-2000*”, el hacer arte no es un negocio, es una forma de vida. No es una teoría, es un acto de libertad.

En la tesis se trabajará sin encasillar al arte dentro de lo bello, sino realizando un enfoque en el proceso proyectual y en su objetivo: expresar, transmitir, comunicar; y cuya variante depende del espectador y del contexto. Encontrando y remarcando los puntos de encuentro con el diseño de indumentaria. Realizando, a su vez, un enfoque en el arte óptico y en cómo se usó esta corriente en la industria del diseño de indumentaria.

El arte óptico es un arte abstracto que comenzó a desarrollarse a mediados de la década del 60. Suponiendo ser una continuidad del arte cinético, experimentando con procesos ópticos y psicológicos de la percepción. En dicha década, en la industria de la indumentaria, se vio atravesada por esta corriente de manera tal que los estampados eran estrictamente geométricos, distorsionados ópticamente, y los cortes de las prendas eran sencillos. Es decir, el enfoque no estaba en la moldería ni en la búsqueda de grandes o excéntricos diseños, sino en el uso de la estampa para generar una ilusión visual al realizar movimientos.

Hoy en día, muchos diseñadores también se inspiraron en el arte óptico, pero lo tomaron distinto. Es decir, no usaron la estampa como única, sino que, a partir del juego de la moldería, el cruce o superposición de piezas que, a su vez, están estampadas, suponen un juego visual que, en muchos casos, se complementa con el movimiento generado por el usuario. Los diseñadores de indumentaria más reconocidos a nivel internacional que llevaron a cabo este tipo de trabajo son, por ejemplo, Marc Jacob, Junya Watanabe, Solve Sundsbo, Michael Kors, Rei Kawakubo para Comme Des Garçons, Van Beirendonck, entre otros. Mientras que a nivel nacional se encuentran, principalmente, Martín Churba y Jessica Trosman. Los últimos cuatro diseñadores mencionados son en los que se trabajarán a lo largo del trabajo de tesis.

Por otro lado, según expone la profesora de Historia del Arte, Margarita Ibáñez Tarín (2004), el concepto de Arte Óptico es usado por primera vez en 1964 por un periodista de la revista norteamericana “Time”, mientras se preparaba en el MOMA de Nueva York la exposición nombrada “The responsive art” (El ojo sensible), consagrando Víctor Vasarely uno de los creadores del arte óptico a nivel internacional. El Op Art tiene sus precedentes directos en las investigaciones que hacia 1955 realizaban, en EEUU, el exprofesor de la Bauhaus<sup>1</sup>, Joseph Albers<sup>2</sup>; y en París, Vasarely y el venezolano Jesús Rafael

---

<sup>1</sup> Bauhaus, fue la escuela de arquitectura, diseño, artesanía y arte fundada en 1919 por Walter Gropius en Weimar, Alemania, y cerrada por las autoridades prusianas en manos del Partido Nazi.



Soto<sup>3</sup>. Aunque ya se pueden encontrar antecedentes significativos del arte cinético en los trabajos que en los años 20 realizaron muchos maestros de la Bauhaus. Albers centró sus investigaciones en una forma básica geométrica, el cuadrado, al que dedicó una larga serie de trabajos entre 1949 y 1976, fecha de su muerte. Las series que tituló "*Homenaje al cuadrado*" presentan composiciones a base de cuadrados superpuestos, donde los efectos ópticos creados, los contrastes de colores brillantes y la ilusión de planos que avanzan y se alejan, están basados en estudios sobre las facultades ópticas del espectador. El interés de Albers, como el de Vasarely, era demostrar que, gracias a estos mecanismos visuales, hasta un observador no formado a nivel profesional puede participar y ser parte de la obra. Es decir, las obras que siguen esta corriente artística, generan sensaciones de movimiento en una superficie bidimensional, generando cierto engaño en el ojo humano denominado ilusiones ópticas acompañado de una reacción psicológica. Se utiliza para esto la construcción de perspectivas que el ojo no logra fijar en el espacio. Existen distintos tipos de efectos: el efecto Rubin, desarrollado tal y como lo indica su nombre por el psicólogo, el efecto Edgar Rubin, en el cual descubre convexidades entre las figuras y su entorno; y el efecto Moiré, tal como se escribe en el idioma francés, siendo una sensación visual que se produce por la superposición de dos o más patrones de una textura visual. Liza Lee, en su proyecto de graduación de la Universidad de Palermo titulado "*La estampa en movimiento*" (2015), explica que según Liarte (2009) la textura debe ser lineal o a rayas ubicadas de manera paralela, cuya distancia sea de un espacio mínimo, de tal manera que se pueda lograr el efecto. A su vez, debe existir un contraste entre la figura y el fondo

El efecto moiré se puede ver fácilmente en las fotografías digitales, que en verdad se los caracteriza como un error o conflicto inevitable, que hasta el fotógrafo mismo no tiene la capacidad de conocer si se está dando el efecto Moiré o no hasta ver la imagen en la pantalla de una computadora. A partir de este mismo error se crea el arte Moiré, que es un concepto inapropiado para la gráfica y el campo audiovisual, pero se realiza un aprovechamiento del mismo para pasarlo a un modo de arte. Es decir, se da un movimiento ilusorio que engaña al ojo humano, ya que el movimiento que presenta no es real. De acuerdo a la entrevista realizada por Liza Lee, en el proyecto ya mencionado, a Rafael Parra Torro, artista e ingeniero contemporáneo que trabaja el arte kinóptico; afirmó que el moiré se puede lograr a través de los cálculos matemáticos con algoritmos y fórmulas. Por lo cual se llegó a la conclusión que las personas que no poseen la sabiduría para resolver los problemas numéricos, iba a ser más complicada la situación. Por eso se presentó otra opción de realizarlo, que es a través de la animación Moiré. Explicó que esta técnica es mucho más simple, ya que se forma a través de las imágenes entrecortadas.

Los recursos mencionados anteriormente, entre otros, son en los que se basó en un primer momento y aun lo sigue haciendo el arte óptico. Es decir, se enfoca en el contraste de luces a través de las habilidades cognitivas. El

---

<sup>2</sup> Josef Albers fue un artista y profesor alemán cuyo trabajo, tanto en Europa como en los Estados Unidos, creó la base de algunos de los programas de educación artística más influyentes del siglo XX. Estudió arte en la Bauhaus y sus obras se caracterizan por sus formas rectilíneas en colores fuertes y planos.

<sup>3</sup> Jesús Soto (Ciudad Bolívar, Venezuela, 5 de junio de 1923 - París, Francia, 14 de enero de 2005) fue un artista venezolano, figura importante del arte cinético, que inicia y desarrolla a finales de los años 50.

cerebro humano toma para la percepción visual un solo objeto, y el resto quedan como fondo en nuestra visión. Dependiendo en que color centramos nuestra atención es lo que vamos a ver. Nuestro cerebro debe darle sentido a las imágenes que vemos, utilizando información almacenada. Por este motivo es importante entender la relación figura-fondo, blanco-negro, entre los colores, entre otros.

El arte óptico deja la libre interpretación al espectador, esto se refiere a que es un tipo de arte impersonal, existiendo la posibilidad de que el espectador modifique la configuración que ofrece.

Muchas veces suele confundirse esta corriente con el arte cinético, pero, más allá de las similitudes que presentan, son dos tipos distintos.

Por un lado, el arte cinético es una corriente del tipo pictórica y escultórica. Es decir, el espectador tiene una participación activa ya que se trata de obras tridimensionales en las cuales, muchas veces, se completa una vez que el público intervino. Suele tener mecanismos volumétricos o dispositivos que generan movimiento y sonido. Dicha corriente se hizo popular en las décadas de los 60 y 70. Mientras que el arte óptico, si bien gran parte de la inspiración surge de la corriente artística previamente mencionada, y también genera efectos visuales pero llevados a cabo en una superficie plana.

Cuando se hace referencia a la ilusión óptica, se puede estar hablando de dos significados completamente distintos más allá de tener el mismo fin, esto lo afirma el autor Pierantoni (1984). El primer concepto hace referencia al engaño, donde el hombre es inducido a considerar que está la presencia de un objeto y no su representación. El segundo alude a una prueba errónea, tanto en el sentido métrico y espacial, de ciertas figuras geométricas que se presentan en la visión. El objeto que se presenta parece verdadero. Otra autora llamada Bowles (2009) dentro del contexto de indumentaria, define que una ilusión óptica es una manera de engañar a la vista. Puede ser con una imagen realista que pueda llegar a dar la impresión de ser un objeto real, mientras es una imagen bidimensional muy detallada. Por otra parte, el autor Munari (1985) explica que este tipo de ilusión presenta una relación entre el fondo y la figura. Sabiendo que se puede proyectar una determinada figura que se destaque del fondo. El efecto visual es dado necesariamente a conciencia del diseñador, como sucede en el arte óptico, que consiste en una superficie de rayas blancas y negras que podría considerarse sin fondo o que ambos son el fondo. La imagen crea una vibración óptica particular que, con el efecto de figura fondo, el color se mueve continuamente en el espacio óptico entre la relación del objeto y el espectador adquiriendo un efecto que llame la atención.

## **MARCO METODOLÓGICO**

En la tesis se llevará a cabo una investigación de tipo teórica. Debido a que la misma se basa en un tiempo y espacio específico, es decir en Argentina entre los últimos diez años, tratándose de un alcance seccional.

En primer lugar, entonces, se realizará una búsqueda y análisis bibliográfico sobre los conceptos claves de la tesis: diseño de indumentaria, arte y arte óptico. Dando lugar a una discusión bibliográfica ya que no existe un único significado, pero, a su vez, limitándolo por ser conceptos tan amplios.

Luego, para llevar a cabo tal investigación, se realizará un estudio de cuatro casos de dos diseñadores nacionales y dos internacionales: Martin Churba y

Jéssica Trosman; Rei Kamakuwo para Comme des Garçons e Van Beirendonck.

Como tercera fase, se realizará un análisis exhaustivo de contenido y material visual sobre aquellas colecciones relacionadas al arte óptico de los diseñadores seleccionados. Es decir, se estudiarán detalladamente las técnicas y recursos morfológicos, sintéticos y constructivos que utilizaron para crear el conjunto de líneas y todo aquello que lo conlleve. Incluyendo, también, la colección y el proceso proyectual que se efectuó por parte de la autora de la tesis, en la materia denominada Práctica Profesional III.

Por otra parte, de manera complementaria, se completará el trabajo en la sección "Anexo" con materiales visuales. Desde obras de la corriente del arte óptico, las colecciones seleccionadas para analizar, ejemplos de conceptos técnicos relacionados al diseño de indumentaria, material de la parte práctica de la corriente tesis; y toda aquella documentación que apoye el estudio del tipo teórico.

## **DESARROLLO**

### **DISEÑO DE INDUMENTARIA, ARTE Y ARTE OPTICO**

Cuando se habla de "moda" y "arte" es posible encontrar múltiples definiciones, todas distintas, pero con ciertos puntos en común o encuentros entre sí. Son conceptos muy amplios que dependen de la historia y su contexto.

Por un lado, a la moda se la considera una costumbre que, según la Real Academia Española, esta es una "Manera habitual de actuar o comportarse".

*"Pues a través de la moda comunicamos. Un acto tan simple como la elección de un estilo, de un color, de una estampa, dice más de lo que pensamos. Y nos pone en evidencia"* explica Lisi González en su libro (2014).

Al igual que el arte, la moda representa un estilo de vida, está cargado de significado social, económico y político. Es la expresión estética del ser humano. Mediante ella podemos manifestar nuestros pensamientos, sentimientos, gustos, entre otros. Se usa como medio de expresión cultural y corporal.

Valerie Steele en *Fashion theory, hacia una teoría cultural de la moda* expone que a través de la interpretación de la indumentaria se puede hasta estudiar la historia. Debido a que, si bien muchos académicos tienden a ignorar el papel crucial que pueden desempeñar los objetos en la generación de los conocimientos, los mismos aportan percepciones sobre la estética y sus representaciones a través de los años, que no se puede adquirir por medio de otras vías como, por ejemplo, los libros. Si bien los métodos convencionales de investigación resultan imprescindibles para cualquier académico, es posible estudiar "leyendo" los objetos como, por ejemplo, un vestido.

La autora del libro ya mencionado plantea que un profesor de ella de la Universidad, Jules Prown, fue quien le enseñó que *"el estilo expresa ineludiblemente la cultura"* y, *"en consecuencia, los datos formales plasmados en los objetos son una valiosa evidencia cultural"* (Steele, 2017, p.23). Porque, al igual que el arte, la indumentaria a lo largo de la historia significó un medio de expresión. Pero, ¿cómo se extrae información cultural o se interpreta lo que quiere expresar la indumentaria? para esto, hay que tener en cuenta la historia, el material, la construcción, el diseño y su función. Luego, interpretar la relación entre la indumentaria y el sujeto o usuario.

Con la modernización de la sociedad en el siglo XIX, los avances técnicos y la prosperidad de la burguesía, comenzó a apreciarse a la moda como algo más, como una muestra de sofisticación asociada a la cultura y cercana al arte.

Harriet Worsley en *100 ideas que cambiaron la moda* explica que la historia del arte abarca desde la época prehistórica hasta la edad contemporánea. En todas las modalidades de artes que han ido evolucionando, en todas las obras realizadas en esa época, se han notado los cambios y las distintas técnicas usadas. La moda de representar imágenes ha ido cambiando y transformándose a lo largo del tiempo, teniendo en cuenta los métodos que se usaban y los medios. Es por ello que hasta el siglo XX se realizaban representaciones que se basaban en el dibujo. Poco a poco, y sufriendo cambios, la pintura ha ido progresando y se ha ido adaptando a cada siglo y a los métodos y técnicas que usaba el artista. Motivos por los cuales, hoy en día, se han descubierto una gran variedad de técnicas para la pintura.

Es usual que se vea relacionado el concepto de “moda” con la indumentaria y el diseño de la misma. Si bien presentan significados distintos, pero, sin embargo, están directamente relacionados. Hay que tener en cuenta, igualmente, que el diseño no es moda y la moda no es diseño de indumentaria necesariamente. El diseño puede estar o no de moda.

Etimológicamente la palabra “*diseño*” deriva del término italiano *disegno* dibujo, designio, signare, refiriéndose a “lo por venir”. Es decir, el diseño se define como el proceso previo de configuración mental, “prefiguración”, en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Plasmar el pensamiento de la solución o las alternativas mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación.

El diseño de indumentaria comienza a partir del planteo de un problema, situación, necesidad o actividad; de los cuales se establece un concepto en base a un tema o varios, una época histórica, un artista u obra, una estructura arquitectónica o el arquitecto en sí, un movimiento, escritores, fotógrafos o sus recursos, estilos pictóricos, espacios naturales, estilos de distintas décadas, música, mitos urbanos, religiosos y políticos, personajes literarios o de películas, culturas, personajes mitológicos, entre otros.

Un concepto, entonces, es el motivo sobre el cual surgirán las inspiraciones. Es el abordaje creativo para expresar los diseños y las propuestas, surgiendo de una idea inmaterial para luego plasmarlo a lo tangible, material, en escala. Es un juego entre la creatividad, la investigación, el estudio y la imaginación. Se lo conoce con distintos nombres, pero todos tienen la misma definición: concepto, referente conceptual, idea rectoría, inspiración o idea de partido. De esta manera lo explica Lisi Gonzales (2014), aclarando que no existe un tema conceptual que este bien o mal, ni lindo, ni feo. Esto es una idea subjetiva y va a depender de cómo lleve a cabo el trabajo el diseñador a nivel profesional, poniéndose sus propios límites en base a lo que busca, porque no hay un único camino para la búsqueda conceptual, cada uno establece su metodología proyectual y de trabajo. Si bien hay ciertas “pautas” meramente establecidas, que cada uno amolda de acuerdo a su forma de trabajar.

A partir de los conceptos, se extraerán los recursos para diseñar y las inspiraciones. Un diseñador busca expresar una o varias ideas a través de sus trabajos. Es una herramienta de comunicación cuya interpretación va a depender, o no, del espectador.

Quien se dedica al diseño de indumentaria, puede trabajar en casos particulares, de manera independiente o no. También están quienes realizan lo que se conoce como diseño de autor, es decir, la confección es más de tipo artesanal o especializada, se produce poca cantidad de dicha prenda o accesorio, suele tener un precio más elevado que un diseño de producto que va a dirigido a otro público, se produce en “masa” y es más del tipo industrial.

Como explica Gabriela Mussuto en su tesis de grado “*diseño no es moda y moda no es diseño de indumentaria: una mirada contrastiva*”, se espera que el diseñador de indumentaria genere propuestas mediante el análisis de asuntos sociales, sin dejar de tener en cuenta al usuario, generando soluciones y nuevas propuestas que respondan a una problemática planteada, independientemente de lo estético o lo considerado “lindo”.

En base a esto, Zimmerman, a su vez, habla en su libro “Del diseño” sobre la difusión que ha sufrido el término “diseño” durante la última década y cómo se ha (lo han) hundido en la confusión no sólo a la opinión pública, sino incluso a los propios profesionales del sector.

En el foro web “foroalfa” Yves Zimmerman publicó “*El diseño como concepto universal*”. Allí explica de qué manera el diseño ahora está en todo, ya que antes se limitaba a lo que era arquitectura, indumentaria o industrial. Cómo la palabra en sí, el concepto, se ha convertido en algo popular y universal siendo hasta hace no mucho tiempo algo indefinido y desconocido. Por ejemplo, a principios de los 60 únicamente algunos artistas e intelectuales en Barcelona entendían el concepto de diseño y así fundaron la primera escuela. En el momento en que eran interrogados por las personas sobre su profesión ellos contestaban que eran diseñadores, dejándolos perplejos. Ante esto, las personas les preguntaban si eso era ser artista. Al recibir un “no” por respuesta, su asombro se incrementaba aún más. De modo tal que había que explicarles el trabajo que ejercía el diseñador y por qué no se auto consideraban artistas. Porque quienes se dedicaban al grafismo, por ejemplo, se los consideraba hacedores de arte y sus trabajos eran expuestos en museos, enmarcados como tales obras. Cuando, en realidad, se dedicaban profesionalmente al diseño.

En cambio, en los países del norte de Europa, a mediados de la década de los 50, alcanzó renombre el denominado *SwissDesign*, un diseño racionalista, claro y contundente, heredero de la Bauhaus.

Zimmerman explica que al no disponer de criterios específicos que definieran la actividad del diseño, se usaban conceptos de carácter artístico para evaluar los proyectos. En aquella época no se conocía lo que más tarde vino a llamarse el briefing, en el que se especificaban las características del diseño que había que realizar, el público al que iba dirigido el producto, cuáles eran los de la competencia, etc. Antes al diseñador se le encargaba un producto o trabajo “estéticamente bello” y se evaluaba desde el “me gusta / no me gusta”. No había criterios de evaluación y los encargos no eran precisos.

En los 80 y 90, fue el boom del diseño. Se buscaba llevar a cabo los trabajos con criterios más estrictos basándose en el plan proyectual o, como ya se mencionó, el briefing, ya que era notoria la importancia de este trabajo para la inserción en el mercado ante el crecimiento económico a nivel mundial y la competencia entre empresas.

Empezaron a proliferar “diseñadores” por todas partes. Por ejemplo, los que antes se llamaban “modistos” cambiaron su denominación tradicional por la de

“diseñadores de moda”. Allí nace la primera definición, con sustento bibliográfico.

Sin embargo, durante este boom el término «diseño» fue adquiriendo también una connotación negativa. Muchos diseñadores seguían con la noción de que diseñar era hacer arte, por lo cual olvidaban la parte funcional de los objetos o prototipos, la dejaban en un segundo plano y esto a los usuarios no les agradaba ya que no les era útil. Motivo por el cual el diseño nuevamente comenzó a ser considerado por parte del público como sinónimo de lo bello o relacionado a la estética aplicada a los productos, es decir, como diseño aplicado en analogía al arte aplicado. Se generalizó la idea de que el diseño sólo creaba bellas apariencias tras las cuales no había nada sustancial. Era hueco y vacío.

No obstante, a partir de los años 90 la profesión se afianzó y logró que se la considerara una actividad seria. De esta manera, el diseño empezó a enseñarse de manera formal en instituciones.

Como ya hemos mencionado, el diseño, tal y como se lo conoce hoy, es un fenómeno del siglo XX. Pero la preocupación por la apariencia de las cosas e intentar lograr que sea “bello” e impresionante no es nueva.

Mientras tanto, a fines del siglo mencionado con anterioridad, el arte entró en una nueva era: la de la producción artística masiva. Mientras que el anterior fue un periodo marcado por el consumo masivo del arte, en éste la situación se modificó dado por los avances técnicos y por los cambios en los criterios que se usaban para identificar qué es arte y qué no lo es. El acceso fácil para muchos a distintos tipos de dispositivos que producen imágenes, más el uso de Internet como plataforma de conexión y distribución a nivel mundial, cambió la relación que había entre espectadores y artistas o productores. Porque ahora el artista tiene que pensar en alguien que no le dedica tiempo a frenar, analizar e interpretar una obra. Porque, hoy en día, muchos buscan lo “literal”, algo que les llame la atención o que los haga participe.

La historia de las artes aplicadas es extensa. Este tipo de expresión hace referencia a, justamente, lo contrario a las bellas artes; incorporando las técnicas de la composición y creatividad a objetos de uso diario. De todas formas, el diseño moderno nace como una rebelión contra la tradición de las artes aplicadas. *“La función del diseño ha sido muchas veces descrita usando la vieja oposición metafísica entre apariencia y esencia. El diseño se ha interpretado en varias ocasiones como una epifanía de un mercado omnipresente, del valor de cambio, del fetichismo de la mercancía, de la sociedad del espectáculo como la creación de una superficie seductora [..]”* (Boris, 2018, p.23).

El diseño moderno no considera que su tarea sea crear una superficie sino, más bien, de “eliminarla”. No trata únicamente de seducir a los espectadores y consumidores. La revolución del diseño puede explicarse como la aplicación de las reglas del diseño del alma para diseñar objetos de uso diario.

*“Las reglas del diseño del alma”* hace referencia a lo esencial, lo simple, lo natural, lo reducido e incluso lo ascético. Más tarde, el lugar del diseño del alma cambió. Se volvió la suma de las relaciones en las que participaba el cuerpo del hombre. Antes, el cuerpo era la prisión del alma; ahora, el alma se transformó en aquello que cubre y protege el cuerpo, su apariencia social, política y estética. De repente, el único medio de manifestación del alma era a través de la ropa de la persona, su contorno y sus espacios.

Al principio, esto estaba completamente arraigado a las creencias religiosas. Se creía que Dios era el único capaz de ver el alma, por lo cual la ética ha estado siempre subordinada a la estética. Entonces, el objetivo de muchas personas era servir al diseño del alma de manera tal que ella se volviese aceptable ante los ojos de Dios. Al pasar el tiempo, y para lo que muchos llamaron “la muerte de Dios”, el diseño se convirtió en el medio del alma. Un medio de expresión, donde el sujeto oculto se reveló. En el diseño, la ética se volvió forma. Mientras, Adolf Loos en “*Ornamento y delito*”<sup>4</sup> propone unir la estética y la ética. Para él, cada decoración, cada ornamento, cada exceso era un signo de vicio. Por ejemplo, el tatuarse el cuerpo para él lo hacían únicamente los criminales. Mientras que hoy se considera al tatuaje un tipo de arte: a quien lo hace, un artista, y a quien lo porta, su lienzo. Además, cabe destacar que para Loos no había diferencia entre tatuarse la piel o decorar con muchos ornamentos. Él decía esperar que el hombre de aquel momento se presente a si mismo ante la mirada del otro como si fuese un objeto honesto, simple, desornamentado y sin diseño; al igual que todas las cosas que lo rodeaban. Para así demostrar que el alma es pura, virtuosa e inmaculada. Porque para Loos, la verdadera función del diseño estaba en la calidad del material, así como la pureza y precisión del trabajo. Por ejemplo, cuando encargaba un zapato él no quería ornamentos, ni nada llamativo, porque para todo lo decorativo no revelaba la honestidad del zapatero, es decir, la “dimensión ética del calzado”. Entonces, para el arquitecto, el diseño consistía en la lucha contra el diseño mismo, contra el deseo de encubrir la esencia ética bajo su superficie estética.

Suele escucharse o leer la palabra “moda” o “diseño de modas” en un contexto en donde se la desprecia y denuncia. ¿Por qué se la tilda así, con desprecio? Existe mucha gente que la considera opresiva, explica la autora Valerie Steele en su libro *Fashion theory*. En el siglo XIX, los reformistas de la vestimenta tildaban a la moda como un monstruo, la culpable de degradar la humanidad, en especial a las mujeres, quienes eran sometidas a este mundo llegando a distorsionar voluntariamente su cuerpo en nombre de la moda, siendo víctimas de ella. Aquí yace la diferencia, la moda es un “mundo” donde los protagonistas llevan nombre. Por ejemplo, quienes siguen la moda por gusto o placer: esclavos de la moda o Fashion victims.

Ante esta situación, a modo de ejemplo, la marca Moschino, que suele llevar a cabo campañas relacionadas al consumo, política y capitalismo, realizó un anuncio publicitario con el eslogan “*stop de fashion system*” (“*paren el sistema de la moda*”), apoyando la idea que tienen muchos con respecto a la misma porque se la considera “la hija dilecta del capitalismo”.

Por otra parte, y siguiendo la línea sobre la necesidad de comunicar, Rafael Cippolini muestra en su libro (2011) el primer manifiesto de *La estética de lo roto* donde describe al ser humano como un artista. Ya que es un ser capaz de expresar lo que siente y piensa, usando la imaginación y la sensibilidad. Es alguien que puede pelear por la búsqueda de la libertad y la defensa de ella. En esta declaración pública de principios e intenciones se manifestó que el arte no es un negocio, es una forma de vida. No es una teoría, es un acto de libertad. En el libro “*Manifiestos argentinos*”, Martín Malharro plantea que al leer un artículo donde se plantean 24 conceptos del arte, se le presentó una confusión

---

<sup>4</sup> Adolf Loos fue un arquitecto austriaco y este fragmento hace referencia al libro “*Ornamento y delito y otros escritos*” (Barcelona, Gustavo Gili, 1972)

ya que todos los significados se justifican por igual, pretendiendo universalizar un pensamiento y darle un único significado basando sus pensamientos en principios científicos. Además de estar en contra de la inspiración libre y el exceso que genera la misma, debido a que trae confusión y no se logra la total comprensión entre las distintas corrientes. También, plantea que los movimientos artísticos siempre respondieron a una misma ley, pero ¿qué ley? El arte es único, absoluto y abstracto. En el libro *“Qué es el arte”* de Tolstoi, mencionado por Malharro, sugiere que mientras la humanidad se agite, piense y sienta, el arte vivirá sujeto a la variedad constante en sus exponentes posibles, con múltiples cambios. Los artistas no aparecieron nunca inesperadamente, en una sociedad que no estaba lista para recibir sus obras. Al contrario, porque siempre expresaron, y lo siguen haciendo, sus pensamientos, ideas y sentimientos a partir de un contexto, de un hecho y hasta de una persona. El arte es *“un sonido disperso de un todo armónico aún no formulado”*.

En un artista se dan evoluciones y cambios en su propio concepto respondiendo a lógicas diferentes como consecuencia de sus ideales y sus búsquedas. La obra de arte existe desde que la forma se encuentra el signo de lo visible a lo invisible dándole vida a ésta, respondiendo a una belleza (siempre subjetiva) espiritual, física, intelectual y moral. El cambio en la humanidad puede ser lento como no, y la evolución del arte responde a éste; con un solo ideal: la belleza. Por esto, depende del momento de quien la presencie, de quién sea el artista. Se mantiene fuerte porque resume el pasado, el presente y lo que aspira a futuro, sembrando ideas nuevas o mostrando los frutos de las que ya están; y éstas pueden nacer e inspirarse en los mismos torbellinos del caos.

Al igual que Cippolini, Joseph Beuys considera que “todo ser humano es un artista” porque, aunque no todos producen obra, todos son una obra. Todos expresan, se muestran, se dibujan, se exponen ante un espectador, se manifiestan, tal y como es el objetivo del arte.

A su vez, Oliveiro Girondo, en el mismo libro, pero en el capítulo *“arte, arte puro, arte propaganda”* idea que al crear una belleza se encuentra una verdad, una razón de ser que la libera del tiempo y el espacio ya que crea algo que perdurará para siempre y será universal, cambiando su significado y hasta la admiración del público. Porque el artista capta y “lee” el ritmo de su época, de sus alrededores y lo traduce en su idioma, en la obra que crea. El artista no sabe lo que vendrá, pero se imagina y allí es cuando rompe alguna estructura dándole lugar a lo que se conoce como “vanguardia”. Por esto, muchas veces resulta difícil lograr leer y reconstruir una obra de arte y saber la época en la que se produjo, sin tener referencia.

Uno tiende a celebrar la predisposición del arte contemporáneo que busca más allá de lo tradicional, si éste está marcado por el deseo de cambiar las condiciones sociales y políticas dominantes, buscando crear un mundo mejor. Es decir, si el movimiento está motivado éticamente y tiene un fin social. Pero, a veces se piensa que, en lugar de cambiar el mundo, el arte simplemente lo hace lucir mejor. Sin embargo, si la politización del arte se entiende y practica seriamente, en general, consigue sus objetivos de lograr un cambio.

Siempre existió cierta relación entre arte y conciencia, como si fuese una lucha entre la integridad “espiritual” de los impulsos creadores y la “materialidad”



traspasado de la vida común. Forma parte de una dialéctica con la conciencia en el que plantea un conflicto más profundo y, a su vez, conflictivo.

La relación entre el artista y sus medios ha sido relevante en diferentes épocas de la historia porque la obra sirve como guía del tiempo, nos ubica en un contexto. Como sucedía en la prehistoria, donde el hombre era capaz de simbolizar, a través de lo que tenía a su alcance, escenas de su vida cotidiana, generalmente de los animales que cazaban, en las paredes de las cavernas. A esto, cabe destacar, se lo denomina pintura rupestre o arte grabado. Siendo un claro ejemplo de la larga historia que la atraviesa al arte y cómo actúa de línea del tiempo. Además, el mensaje de las obras da cuenta de la conciencia del contexto del artista y de su manera de interpretar y representar la realidad que lo rodea.

El arte ha sido influenciada e influenciante en todas las épocas de la historia a nivel mundial. El hombre busca expresarse y siempre lo hizo, se transforma en un hacedor de instrumentos. Esto lo “humaniza”, justamente, porque se constituye como tal y lo hace diferenciarse de las demás especies.

Dividiéndolo en periodos, en la modernidad comenzó a darse un proceso de transformación de la sociedad y de separación de la influencia eclesiástica, gran parte gracias a los avances tecnológicos, hallazgos científicos y el hecho de que la Razón se haya afirmado como instrumento de conocimiento. La modernidad no es estática, sino de cambio constante, de renovaciones. Ante esto, los artistas comenzaron a buscar nuevas técnicas y a romper con lo tradicional, buscando nuevos medios de representación. Durante el siglo XX, el arte se instaló como una de las metáforas más gestionadas del proyecto espiritual moderno. Cada uno adoptaba su manera de demostrar todo lo que llevaba la conciencia a través de la imagen, que servía, y aún es así, para simplificar el lenguaje simbólico de las palabras y estimular la libre expresión e interpretación.

La posibilidad de representar a través de la imagen permitió la apertura de un gran abanico de distintas posibilidades, con la misma base: el cine, la fotografía, el teatro, la música, entre otros. En la Modernidad, el arte comenzó a nutrirse y a diferenciarse de otras actividades y, a medida que el conocimiento científico-humano crecía, los tipos de creación e innovación del estilo estético aumentaban a la par. Es necesario aclarar que este periodo se vio atravesado desde lo cultural por la ilustración, en lo político por la Revolución Francesa y, en lo que corresponde a lo económico, por la Revolución Industrial.

La era posmoderna, periodo donde comenzaron a surgir técnicas de producción masiva en la industria, radio, transporte, prensa, laboratorios científicos, y que significó un proceso cultural del siglo XX alrededor de los años 70; se trató de un amplio movimiento de distintas corrientes tanto artísticas como culturales, literarias y filosóficas que se extienden hasta el día de hoy. Es la tendencia que tomó la cultura, más individualista y con la idea de que la modernidad falló al pensar en renovar las formas de pensamiento y expresión.

Las vanguardias o corrientes artísticas que rompieron con lo tradicional y corrieron los límites del statu quo como, por ejemplo, el futurismo, pop art, dadaísmo, op art, surrealismo, cubismo, entre otros; se vieron sometidas al mercado del arte. Comenzaron a cuestionar sus instituciones, provocando con sus obras y, de alguna manera, sin querer, corroborando la creación individual. Los posmodernos asumen el fracaso de los movimientos de vanguardia como

el fracaso del proyecto moderno: las vanguardias pretendían eliminar la distancia entre el arte y la vida, universalizar el arte; el artista posmoderno, en cambio, es autorreferencial, el arte habla del arte, no pretenden hacer una labor social. El individuo posmoderno no se aferra a nada, posee demasiada información y estímulos, sin certezas absolutas, sabiendo que su opinión puede cambiar de un momento al otro y por este motivo valora más lo que es el sentimiento que la razón. Por dicha causa se lo explica como el periodo del yo y del *intimismo*. Esta era, entonces, rechaza cualquier sistematización que pretenda englobar una totalidad.

En un artículo del periódico *El País* del año 1985 sobre Jean Francois Lyotard, padre del posmodernismo y filósofo francés, explica que la base para entender este periodo es el poder de la sociedad de acostumbrarse a pensar sin moldes ni criterios. El hecho de proponer un cambio del curso y de la manera de vida humana, alteró las reglas del juego de la ciencia, la literatura y el arte. Se rompieron los moldes que menciona Lyotard y se abrieron nuevos caminos.

El arte posmoderno, que abarca un gran número de corrientes desde alrededor de 1950 hasta hoy, retoma la idea del material tradicional, a lo que era la obra de arte-objeto, el arte como arte y la imagen por la imagen. Deja de buscar contenido o significación, ofreciéndola como un producto de la sociedad consumista. Lo producido debía ser vendido y para esto era necesario seducir a través de la novedad, siendo una constante en dicho periodo “la posibilidad del cambio”. El hecho de que sea una novedad ya le da el valor suficiente.

Entonces, en el sentido artístico posmoderno, se comenzó a valorar lo industrial, lo productivo y popular. El arte deja de ser para la burguesía, para solo algunos pocos, y comienza a ser seducido por la idea de conveniencia. A su vez, se destaca por el uso deliberado de textos por debilitar las barreras entre géneros y combinar lo funcional con lo simple y convencional. Asimismo, heredó ciertas ideas del pasado, en lo que refiere a estéticas o tipologías y, muchas veces, se apropia o retoma a ciertos artistas, los argumentos y sus obras, para modificarlo o alterarlo y darle otra connotación permitiendo explorar nuevos horizontes.

Al movimiento de artistas, arquitectos e intelectuales de la era posmoderna también se los conoce como neovanguardistas.

Un ejemplo de arte vanguardista que buscaba seducir a través de lo distinto e incorporar al espectador, causándole la sensación de pertenencia, la cual, en la era del consumismo, pretende “saciar” permanentemente; es el arte óptico. Como ya se adelantó en el apartado introductorio, si bien resulta importante llevar a cabo un panorama sobre el arte, en la tesis se hará hincapié en éste tipo de arte.

El “*op art*”, en inglés, o arte óptico es un movimiento artístico y pictórico que tuvo su máxima pujanza en la década de 1960, surgiendo a partir del movimiento abstracto-constructivista representado por el suprematismo, De Slijl y la Bauhaus. Sus obras parecían moverse debido a la creación de efectos ópticos que creaban los artistas, haciendo un uso especial de los elementos, color y las formas; explica el autor de “*Ismos para entender el arte*”.

Entre los representantes de ésta corriente, se encuentran Bridet Riley, Victor Vasarely y Jesús Rafael Soto, a nivel internacional. Mientras que en contexto nacional se hallan Rogelio Polesello y Julio Le Parc, principalmente.

En las obras de *op art*, el observador participa de una manera activa ya que debe moverse o desplazarse para hacer una completa “interpretación” de la

misma, y así poder captar el efecto en sí. Se genera lo que se conoce como “ilusiones ópticas”, donde las percepciones son claramente engañosas. Es decir, las figuras geométricas resultan diferentes de lo que en realidad son, modificando, incluso, hasta el espacio donde se encuentran representadas.

En el ser humano se dan dos tipos de percepción del movimiento: la percepción del movimiento real y la percepción del movimiento aparente. En el caso del movimiento real se constata un claro cambio en el flujo de energía luminosa que actúa sobre las diferentes regiones de la retina del ojo. Los procesos cerebrales centrales y los fenómenos perceptivos tienen, de todas maneras, un papel fundamental en la percepción del movimiento. Por ejemplo, relacionado a la cinética que se considera la base del arte óptico, se encuentra el cine: una película o video no es un movimiento real como se lo percibe, sino que es una serie de imágenes proyectadas en una sucesión rápida en una pantalla, cuyo movimiento se obtiene a través de la percepción y, por lo tanto, del cerebro. Cabe destacar que a la ilusión del movimiento ha sido denominado “fenómeno phi” por los psicólogos de la Gestalt.<sup>5</sup> El movimiento auto cinético constituye otra forma de movimiento aparente, al igual que ciertos diseños textiles.

La imagen crea una vibración óptica particular que, con el efecto de figura fondo, el color se mueve continuamente en el espacio óptico entre la relación del objeto y el espectador adquiriendo un efecto que llame la atención. Entonces, existe una relación entre figura-fondo-color o ausencia del mismo (negro) que, en convivencia, crean el efecto buscado. Cabe destacar que el ojo no posee receptores especializados para la percepción de la forma; la lente proyecta una imagen del objeto sobre la retina, donde es captada por los conos y los bastoncillos del ojo. La imagen se registra como un conjunto y, por tanto, se codifica y se trasmite a través de los nervios de sensibilidad, desde el ojo hasta la corteza cerebral.

La percepción de la forma es una propiedad inmediata de la visión. Un elemento importante en el estudio de los procesos perceptivos lo constituye la relación que existe entre figura-fondo. Esta relación es un elemento fundamental en la estructuración de los estímulos. Además, el ojo humano tiende a estructurar el campo visual en donde se tienen en cuenta las leyes Gestalt: la *proximidad*, por la que se tiende a percibir como un conjunto los elementos más cercanos entre sí; la *semejanza*, en la cual la mente agrupa los elementos similares en una entidad; la *continuidad*, donde dos elementos con pocas interrupciones se perciben como una unidad; el cierre o conclusión, por los que se tiende a percibir como unidades completas tratándose de figuras inacabadas; y, finalmente, la *simetría*, en el cual las imágenes simétricas son percibidas como iguales, como un solo elemento, en la distancia y tiene tal trascendencia que va más allá del campo de la percepción de las formas y constituye uno de los principios o fenómenos fundamentales de la naturaleza. Entonces, el sentido de la vista cobra un importante protagonismo en este tipo de arte. Por este motivo se torna necesario explicar, brevemente, el funcionamiento del ojo humano.

Cada lado del ojo proyecta señales visuales a través de las vías nerviosas a un hemisferio distinto de la corteza cerebral. Los objetos colocados en el campo

---

<sup>5</sup> La psicología de la Gestalt es una corriente de la psicología moderna, surgida en Alemania a principios del siglo XX, cuyos exponentes más reconocidos fueron los teóricos Max Wertheimer, Wolfgang Köhler, Kurt Koffka y Kurt Lewin.

visual izquierdo se proyectan en la parte derecha de ambos ojos, mientras que los situados en el campo visual derecho se proyectan sobre la parte izquierda. Los dos hemisferios cerebrales están unidos en una red de reciprocidad de millones de fibras nerviosas llamado cuerpo callosa. Esto permite percibir una realidad a través del sentido de la vista como algo único, un todo unido. El ojo del ser humano presenta alrededor de 130 millones de células fotorreceptoras, las cuales conducen la información visual al cerebro. Además, se lo suele comparar con una cámara fotográfica. La misma fue diseñada, justamente, a partir de los estudios del ojo: presenta una lente, que enfoca una imagen del mundo exterior sobre una capa sensible a la luz formada por la retina del ojo y por un mecanismo que controla la cantidad de luz que llega hasta la retina. A su vez, el iris trabaja de manera similar que un objetivo fotográfico, ya que se contrae en presencia de luz intensa y se dilata en condiciones de falta de la misma. También, el ojo enfoca objetos cercanos o distantes, dependiendo de la luz, y modificando la forma de la lente, al igual que el lente de una máquina fotográfica en el cual el zoom se acerca o se aleja. Por otra parte, la retina, que es la capa fotosensible constituida por células receptoras y que se ubica en la parte posterior del ojo, funciona al igual que una película fotográfica debido a que cuando la luz afecta a los receptores del ojo provoca una reacción química en los pigmentos fotosensibles. Cuando observamos un objeto, el mismo se proyecta en el centro de la parte posterior del ojo, llamado fovea, la región en la que se tiene la mayor agudeza visual. La vista resulta ser uno de los sentidos espaciales más sofisticados porque no solo permite la presentación de configuraciones tridimensionales de forma y color, sino que también da lugar a la percepción de la sucesión, movimiento y transformación.

Resulta evidente la relación que existe entre *arte óptico – ilusiones ópticas – ojo humano y su comportamiento – movimiento – figura y fondo - color*.

Este movimiento de ilusión visual se aleja de la tradición artística, de la obra pictórica estática, creando una concepción dinámica, de movimiento constante, recreando el espacio permanentemente, incluyendo al observador en la obra de arte total. Como ya se ha mencionado, suele estar asociado al arte cinético, considerado arte de tipo escultórico.

El hecho de tomar al espectador activo como un objeto de contemplación (mientras participa en una obra, él es un objeto de espectáculo), plantea la existencia simultánea de un espectador que vive con la conciencia de ser observado y de un espectador que lo contempla. En el caso del "trabajo de espectador", encontramos una situación similar a la anterior con la diferencia de que él es consciente de que ya no es un público, excepto para contemplar a quienes lo contemplan. Al hablar del "trabajo del espectador" se hace referencia al nuevo rol que el mismo tiene, formar parte de la obra para poder completarla.

Porque la obra por sí sola no tiene razón de ser, al menos que comience a trabajar el espectador. Se anula la noción de principio y fin, así como el carácter estable y finito de las obras tradicionales: aquí se trata de obras no definitivas, móviles con múltiples situaciones y variaciones constantes. Para manifestar inestabilidad en su sentido más abstracto, estas obras deben sustraer al espectador tanto como sea posible de las solicitudes.

De variaciones formales o significados especiales. El hecho de su concepción y realización apunta al curso que se producirá en la percepción del espectador. El espectador entra de lleno en los datos indeterminados y es su

percepción la que le dará una imagen particular de la obra, vivenciándolo en tiempo real.

Se crean, entonces, tres estados: dos estados que ya existían, el de observar y mostrar, y uno nuevo, el de desplazarse. Refiriéndose al movimiento que hace tanto la vista como la persona en sí.

Entonces, el diseño de indumentaria busca resolver un problema o situación planteada, comunicar y utilizar la disciplina como medio de expresión; atravesando, asimismo, un proceso proyectual para obtener un producto final. Hoy en día el diseño no busca lo que se pueda llegar a considerar “bello” o “aceptable”. Sino, más bien, lograr una funcionalidad cargada de un carácter que va a depender de quien lleve a cabo el trabajo. Resulta de un juego entre lo creativo, técnico y comunicacional.

La indumentaria, a su vez, lleva consigo significados sociales, políticos y económicos. Es aquello que muestra y oculta; y que toma al cuerpo como un maniquí dinámico, medio por el cual se transmitirá aquello que se quiere expresar. Con el indumento se crea una imagen de quien la porta. La cual hablará por la persona, contará una historia y la describirá.

Esto resulta similar en el lenguaje artístico: el lienzo, una escultura o cualquier espacio en el que se ejecute la obra; se utilizan como medio de manifestación.

Si bien es cierto que no hay una definición exacta de cada disciplina, pero sí que existen intersecciones en donde comparten determinadas características.

## **CÓMO SE RELACIONAN Y CUÁLES SON LOS PUNTOS DE ENCUENTRO ENTRE DISEÑO DE INDUMENTARIA Y ARTE**

A pesar de que existen cientos de ejemplos de simbiosis entre moda-arte a lo largo de la historia, hay sucesos que son los más representativos, que marcan un antes y un después, considerándolos el punto de unión entre sí.

Por ejemplo, en 1944 el MoMa (Museo de Arte Moderno de Nueva York) llevó a cabo la primera exposición dada en este contexto de indumentaria, titulada: “*¿Es la ropa moderna?*”

En 2017, 63 años después, el mismo Museo realizó la segunda muestra, pero esta vez llamada “*¿Es la moda moderna?*”. Con el objetivo de explorar los territorios que hay más allá de la moda, adentrándose en terrenos como la política o la economía, pero sin dejar de lado la industria, la tecnología y, sobre todo, la cultura

Siendo una gran influencia el arte en la moda, hoy en día, no resulta extraño que en un museo de arte moderno se realicen exposiciones de ésta como otra disciplina artística, tratando a un modelo como a una escultura a la que uno puede rodear, acercarse y casi tocar para apreciar los detalles, los tejidos, los cortes, los accesorios, pudiendo casi imaginar lo que lleva puesto. Los museos son un entorno perfecto para una exposición de moda porque ofrecen la posibilidad de dar a cada modelo su propio espacio

Nadie dijo que los vínculos entre el diseño de indumentaria y el arte sean fáciles. Pero, indudablemente, existen. A lo largo del tiempo, en la Argentina creció de manera notable el número de instituciones culturales que estimulan el intercambio expresivo entre diversas disciplinas.

Según Andrea Saltzman, arquitecta y profesora de la carrera de Diseño de Indumentaria de la UBA, en los 80 surgieron muchos grupos que unían el arte

con la indumentaria y la moda. *“Se generó un espacio de libertad creativa sumamente potente, con desfiles en la calle en los que no había modelos sino personajes casi teatrales”*.<sup>6</sup>

Aquellas irreverentes pasarelas lograron hacerse un lugar en el Instituto de Cultura Iberoamericana, el Centro Cultural Recoleta o la Fundación Banco Patricios. Empezaban a sonar nombres de grandes diseñadores de a poco. Sin embargo, el gran momento llegó durante la Primera Bienal de Arte Joven, realizada en 1988. Allí, la movida se hizo visible ante un público mucho más amplio. Un año después nació la carrera de Diseño de Indumentaria en la Universidad de Buenos Aires, la primera a nivel nacional.

Según Andrea Saltzman en la nota publicada por el diario La Nación en septiembre de 2004, *"esto es inevitable. No hay posibilidad de llegar al diseño sin alimentarse del arte. Resulta imposible crear algo nuevo si no hay una conmoción de los sentidos del tipo que proporciona la experiencia artística."*

Hace un tiempo que el ámbito museístico viene considerando el diseño de indumentaria a tono con lo que ocurre en otras partes del mundo.

Tal es el caso de la Asociación Amigos del Museo de Arte Moderno. Dicho grupo es una asociación civil sin fines de lucro cuyo objetivo es contribuir al desarrollo y a la consolidación del Museo. Por ejemplo, organizan desfiles a beneficio de la institución, convocando a reconocidos diseñadores, que confeccionan una colección inspirada en la estética de algún artista contemporáneo. A lo largo del tiempo participaron grandes figuras del ámbito como Pablo Ramírez, Churba, Trosman, Mariano Toledo y Gino Bogani.

Otra experiencia que en Argentina fue de gran significancia en cuanto a la relación Museo-Diseño de indumentaria fue la que se vivió en el Museo de Arte Contemporáneo de Buenos Aires (MALBA) a fines del 2003. Con el nombre de *Hábito Malba - 4 Actos*, se realizó un evento que escapaba por igual de los códigos del desfile de modas y de la retrospectiva. *"Nunca tomamos la moda como algo comercial, sino como una experiencia artística"*, afirmó Arturo Grimaldi, coordinador de Malba Moda y encargado del área de diseño de la misma institución. Sergio De Loof, Martín Churba, BrandazzadeAduriz y Vero Ivaldi fueron los diseñadores invitados a intervenir el hall del Malba con sus creaciones. *"Lo importante no era la relación de la ropa con la persona, sino el lenguaje que representaban los diseños en un espacio escénico"*, destaca Grimaldi, en la nota ya mencionada en el diario La Nación.

Manuel Brandazza y Diego de Aduriz, dos de los participantes en ese evento, son un buen ejemplo de la articulación entre los códigos de la moda y los de la experimentación artística. Crearon una marca, desarrollaron colecciones y fueron parte de los Diseñadores del Bajo, en Galerías Larreta. Además, resultaron seleccionados para participar del Programa de Talleres para las Artes Visuales Rojas-UBA/ Kuitca 2003-2005.

Ellos no estaban creando solo una colección de moda, sino dándole forma a una obra artística.

Por otra parte, y siguiendo el hilo de cómo fue haciéndose visible estos puntos de encuentro, el Centro Cultural Borges organizó el concurso Si yo fuera Dalí, a mediados de 2004. Los participantes podían asistir con objetos de diseño industrial, indumentaria o accesorios. *"Es que de esto no cabe duda..."* explicaba Andrea Saltzman *"...hace rato que los desfiles se organizan con*

---

<sup>6</sup> Irusta Fernandez D. (12 de septiembre de 2004). *Arte e indumentaria: una relación apasionada*. La Nación <https://www.lanacion.com.ar/634616-arte-e-indumentaria-una-relacion-apasionada>

*elementos de la performance o de la instalación. Y diseñadores como Jean-Paul Gaultier experimentan con materiales y formas. A veces la sociedad les teme a los cruces, porque son espacios carentes de certezas. Pero, precisamente por eso, la zona de cruce es una zona mágica, donde siempre hay algo para descubrir. Ahí reside su riqueza."*

En el libro *"Fashion theory: hacia una teoría cultural de la moda"* de Valerie Steele, la autora explica que el museo se ha convertido en un factor de gran importancia para la moda. Algunos, actualmente, hasta atraen medio millón de visitantes, adquiriendo grandes recaudaciones y generando publicidad, aunque no siempre positiva.

La reconocida periodista del mundo de la indumentaria, Suzy Menkes, ya en el año 2000 consideraba que las muestras de moda en los museos habían llegado para quedarse, tanto a nivel internacional como nacional, y que esto generaría grandes recaudaciones de dinero, y así fue.

Muchas veces ha generado grandes controversias y discusiones debido a que se trata de "moda" en el contexto de lo que es un museo. Dado que todo lo que hace referencia a moda sigue rodeado de prejuicios, temores y suspicacias. Justamente, el rechazo de la involucración de la moda en los museos refleja la tradicional descalificación de la misma en el ámbito académico.

Hace ya muchos años tanto personas como instituciones llevan a cabo exposición de prendas de vestir. Solo en Estados Unidos y en Gran Bretaña hay cientos de museos con colecciones de indumentaria. Por más de un siglo la vestimenta siempre quedó relegada a un papel secundario. Es decir, la moda parecía inapropiada para formar parte de un museo, aun siendo de artes decorativas o aplicadas.

A lo largo del tiempo, muchas personas mostraron rechazo y hasta "odio" por la moda, ¿a qué se debe esto? Resulta necesario llevar a cabo un breve repaso histórico. Primero, el repudio puede desencadenarse en parte porque de acuerdo al Génesis, la vestimenta es origen del pecado. Además, se consideraba que la moda era una incitación a la inmoralidad. *"Por el pecado se inventó el vestido, y ahora el vestido incita a pecar a las almas más débiles y vanas, entre ellas, las mujeres"* declaró Lucy Hopper en su artículo de 1874 llamado *"Fig leaves and french dresses"*. Allí, se vinculaba a la moda con la prostitución. Este mal venía de "la París silenciosa y la Francia infiel". Hay que tener en cuenta que hoy es una de las cuatro capitales de la moda.

En Francia consideraban a la vestimenta femenina como una fuente de constante peligro. Los sacerdotes no le hacían problema a aquellas mujeres que seguían la moda, siempre y cuando cumpliesen los límites establecidos, claro, con el único fin de complacer a sus maridos. A quienes revolucionaban e inventaban nuevos estilos (lo que en su momento se consideraba y por ende llamaba) eróticas con el fin de seducir, porque siempre se hacía para los demás y nunca por una misma, era necesario advertirles que eran culpables de pecado moral. La moda era objeto de deshonra y de vergüenza.

También se da un constante rechazo de la moda, por algunos, por pensar que busca mostrar y remarcar las diferencias de las clases sociales.

La llegada de las ideas laborales modernas con el lema "el tiempo es dinero" dio a pensar que debían usar ese tiempo en proyectos "más dignos" que el propio adorno. A modo de ejemplo, a la indumentaria masculina moderna se la ha citado con frecuencia como coartada contra la moda: básica, simple, funcional. Pero no son todos los casos ni tampoco la mayoría.

A su vez, se la consideraba incomoda y poco funcional. Muchas veces se la tomó como riesgo para la salud por aquellas prendas apretadas, por la altura de los zapatos, por las figuras que mostraban quienes la modelaban, entre otros. Por ejemplo, hay quienes están convencidos de que el mundo de la indumentaria y la moda a lo largo del tiempo ha fomentado la anorexia porque, como dice la escritora Valerie Steele, la moda promueve “el mito de la belleza”. Produce tales efectos psicológicos generando disgustos y baja autoestima, por querer cumplir los cánones de belleza y buscar llegar a ser como aquella modelo que nos muestran los medios. Vivimos en culturas socialmente construidas, con ideologías establecidas “*y es precisamente la artificialidad y la falta de propósito lo que confiere valor a la moda como vehículo estético para la fantasía*” (Steele;2017; p.34) porque, al fin y al cabo, la ropa pocas veces es funcional y el ser humano no es natural. Además, de esta manera la autora resume la importancia a nivel histórico del diseño y la moda y desacredita finalmente el prejuicio que las ubica bajo el paraguas de la superficialidad.

En 1958 Worth fue el primer modisto que se reivindicó como artista ya que la costura era un oficio únicamente de modistas (mujeres) que trabajaban para clientas de manera individual. Fue el quien transformó la alta costura. Un vestido de este rubro era considerado un objeto único al igual que una obra de arte. De todas maneras, su innovación fue llevar a cabo una serie de modelos prediseñados y crear el género “prêt-à-porter”. El llevó a cabo un papel importante en lo que fue considerar a la alta costura como arte teniendo en cuenta el contexto histórico donde se estaba dando el avance de la democratización de la moda en general. La alta costura se desarrolló simultáneamente a la industrialización de la indumentaria. Es decir, la producción masiva de ropa.

Worth solía presentarse como artista. Esto lo posiciono en un lugar de prestigio, ya que sus prendas se consideraban una obra de arte. El modisto se centraba en la necesidad de buscar fuentes de inspiración para llevar a cabo sus creaciones. Por este motivo, buscaba inspirarse en el arte culto del pasado. Tomaba conceptos, materialidad, formas y otros, aunque antes más que inspiración y búsqueda de recursos, todo era más literal y, muchas veces, se ha llegado a decir que era una copia.

Otra característica que lo acercaba cada vez más a un artista fue la implementación de coser etiquetas siendo, a su vez, un innovador en esto. La etiqueta cumplía la misma función que la firma de un artista en sus obras. Es decir, certificaba de quien se trataba la creación.

En el siglo XVI, los artistas occidentales lograron que se los reconociera y diferenciase con los artesanos. La firma jugaba un rol importante en esto, por ser signo de la mano y mente del creativo, una certificación.

Hoy en día, los vestidos de Worth suelen exponerse en museos de moda y alta costura: “*la moda, como todas las artes, se ha ganado un lugar en el museo*” explica la curadora del Museo de la Moda y Textil de Paris, Pamela Golbin.

Al fin y al cabo, dicen que la indumentaria no debe ser considerada arte por ser industrial y mercantilizarse. Pero ¿el arte no entra, acaso, en este mundo?

Oscar Wilde, escritor, poeta y dramaturgo de origen irlandés, apoyaba sus gustos por la vestimenta más esteticista. Definió a la moda como “*una forma de fealdad tan intolerable que nos obliga a alterarla todos los meses*” (Steele, 2017, p.31). Fue el mismo quien dijo que “aunque parezca paradójico, la vida imita más al arte, que el arte a la vida” (Indij, 2018, p. 166). Haciendo referencia



a que el arte se lo considera un medio de expresión del artista donde las personas buscan alcanzar la belleza establecida y reflejada en él.

Por otro lado, Poiret, fue uno de los diseñadores vanguardista más reconocidos en el siglo XX y trabajó por un periodo para Worth para, luego, abrir su propia casa de alta costura.

Paul Poiret creó su propio sello como diseñador-artista, llegando a ayudar a otros artistas dedicados a la ilustración y el teatro. En 1918, para la revista *New York Times*, en el artículo "*Poiret her to tell of his art*" se autodefinió como un artista y no como un modisto enfocado en producir en cantidades para un público más amplio.

Es necesario tener en cuenta que Poiret llevó a cabo sus diseños y confecciones en París, donde estaba el foco de la alta costura y, además, lugar en el cual el concepto de moda estuvo siempre instaurado como forma de vida y arte, siendo aceptada por excelencia.

Por otro lado, en los años 30, Elsa Schiaparelli trabajó con los artistas Dalí, Bérard y Cocteau para que diseñaran telas y accesorios para sus vestidos y con quienes, según ella, se sentía "respaldada y comprendida". Mientras tanto, Coco Chanel, su fiel rival, la tachó de "artista italiana que hace ropa" refiriéndose a que los artistas no formaban parte, ni tenían ninguna coincidencia, del mundo de la moda. Schiaparelli, al igual que Paul Poiret y quien ella describía como "*El Leonardo de la moda*", consideraba que el diseño de indumentaria no era una profesión sino, más bien, un arte. Cabe destacar que Elsa Schiaparelli es un personaje constante de encontrar en los libros cuyos conceptos son el arte y la moda. Ella dejó en claro que, según su opinión, el diseño de indumentaria era un trabajo puramente de inspiración artística. Tanto Elsa como Poiret, consideraban a la moda como una forma de teatralizar, es decir, un modo y una rama artística.

Años después, en 1954 casi todos los diseñadores famosos de Francia eran hombres, por excepción de la reconocida diseñadora ya mencionada, Coco Chanel, quien reabrió su casa de alta costura en dicho año. El hecho del alto porcentaje masculino puede que haya ayudado a la creciente tendencia en la prensa dedicada a la industria de la moda a resaltar el gran talento artístico y el "genio" de los diseñadores. Chanel estaba completamente en desacuerdo con el hecho de considerar el diseño de indumentaria como arte, ya que se percibía como productora de vestidos para lo cual no se necesitaba ser un genio sino tener oficio.

En 1959, Remy G. Saisselin, escritor especializado en el arte del siglo XVIII, aseguró que el diseño de indumentaria había pasado a ser un tipo de arte en un ensayo publicado en *Journal of Esthetics and Art Criticism* y retomado por Valerie Steele en el capítulo *La Moda* del libro *Fashion Theory*.

Recién en la década de los ochenta se retomó la idea del diseño de indumentaria como arte debido a las exposiciones en los museos.

Como dice Valerie Steele "*La función original de un objeto, como el designio de su creador, no tienen por qué imponerse sobre el resto de las interpretaciones*" (2018, p. 34). Es decir, más allá de que, por ejemplo, un diseñador o diseñadora haya creado una prenda para el uso de cierto usuario, hoy en día, dicha prenda en un museo cumple otras funciones del sentido social, estético y/o ideológico. De todas formas, el contexto histórico en el que se encontraba al momento de ser creado influye directamente en la construcción de su significado. La autora menciona un vestido del reconocido diseñador

Balenciaga, a quien se lo consideraba “el arquitecto de la indumentaria” y, junto a otros colegas, fue reivindicado como artista por el entorno del mundo del diseño. Si bien el creaba en calidad de moda, el hecho de que estas ingresen a un museo le confería cualidades del tipo artístico.

Como dijo Richard Martin, el curador, en Turner *“hicieron ropa que habla por sí misma, del mismo modo en que Morris Louis<sup>7</sup> hizo pinturas que hablan por sí mismas”*.

En 1981, la revista *American Artist* lanzó un artículo llamado *¿El arte es moda?*, en el cual la crítica de arte, Lori Simmons Zelenko, entrevista a Diana Vreeland, quien era editora de la revista *Vogue* y en la misma tesis, más adelante, se expondrá en profundidad sobre ella. En ésta, opina que el diseño de indumentaria no es arte ya que el arte se trataba de algo espiritual, *“una cosa muy notable, extraordinaria”*. Mientras que la moda se relacionaba a la vida cotidiana, para ella era un “simple capricho del público”. Resulta llamativo que alguien como Vreeland presente esta postura tan anticuada y simplista, siendo quien organizó muestras de gran reconocimiento, como la de Balenciaga en el Museo Metropolitano de Nueva York, y, además, haya sido la consultora especial del Costume Institute del mismo museo.

Otra figura muy reconocida y cuya palabra era hasta “sagrada” fue Richard Martin, un crítico de arte y moda, quien tomó el puesto de Vreeland cuando ella se fue del MET y lo vio como una oportunidad para defender al diseño de indumentaria y a la moda como arte, a pesar de que todavía había quienes se resistían al ingreso de la misma en el museo. Su sueño era crear una cultura visual integra y apasionante.

A quienes se negaban a entender al universo del diseño de moda como arte, por ser “práctica”, un “capricho cumplido”, un “negocio y nada más”, solo “mercancía” y muy cambiante, casi descartable; les respondió que la idea de Kant del “arte puro” y que solo pertenecía a una categoría *“reconocida y testimoniada por ciertos individuos altamente dotados que la han visto en estado de contemplación pura”* (Inji, 2018, p. 38); ya había caducado y caído en el descredito hacía tiempo. Que el arte también es un mercado, y no solo lo hay para esta corriente, sino que muchos artistas contemporáneos convirtieron el concepto de arte como fetichismo en lo que formaba, junto a otros aspectos, sus obras.

Al igual que el diseño de indumentaria, el arte también presentaba (y presenta) cambios con respecto al tiempo plasmado en la sucesión de movimientos artísticos. El diseño de indumentaria era, según cita Steele sobre la opinión de Richard, “una crítica cultural y sustantiva”, digna de una crítica de la envergadura de seriedad como la que se le daba al arte.

Cuando dijeron que la moda era un emprendimiento colaborativo y compartido, y que el arte expresa la creatividad individual, sin opiniones ajenas; Richard respondió comparando el cine y la arquitectura, ambos relacionados al taller renacentista. Porque, al fin y al cabo, todo proviene de alguna manera de una misma rama e interés.

Años más tarde, en 1996, se dio el lanzamiento de un nuevo género llamado *“Bienale di Firenze: looking at fashion”* curada por Sischy y Celant en el Museo Guggenheim de Nueva York. Si bien se le dedicó especial atención a la reconstrucción futurista de la moda, o sea, la antimoda utópica, se presentaron

---

<sup>7</sup> Morris Louis fue un pintor estadounidense. Utilizó la técnica del derrame o chorreo y de difusión del color muy diluido y vertido sobre la tela sin preparar.

distintas colaboraciones como la de Damien Hirst y Miuccia Prada. La muestra dio como resultado distintos artículos de prensa referidos a estos temas y, a su vez, el incremento de las exposiciones en los museos. También se le dio lugar a las críticas y consideraciones que, una década atrás, Richard Martin hizo de público conocimiento.

Por otra parte, siguiendo la línea de tiempo, la revista Fashion Theory abrió un espacio para la difusión de ensayos cuyos temas conceptuales eran el arte, el diseño y la moda. En uno de los artículos publicados, Sung Bok Kim, expone que la moda requería ser tomada con mayor seriedad y tener interpretaciones de alto nivel de tal manera que permitiese establecer las bases para una opinión crítica y con fundamentos en cuanto la escritura sobre la moda. Tal y como la tenía el arte.

Otro ensayo significativo fue la publicación que la precedió, donde Robert Randorf escribe sobre el hecho de que el arte haya ido cambiando, y más recientemente cercana a la época de dicha publicación, le da, de manera gradual, ciertas cualidades que lo asocian aún más con el diseñador de indumentaria como sucede con la seducción, la fugacidad, tendiendo de la ironía, el auto referencia y la búsqueda de lo nuevo.

También, las coincidencias entre arte y diseño de indumentaria se dan con el fenómeno de los desfiles y la fotografía de moda. Resulta imprescindible exponer sobre ambas asignaturas.

En la corriente fecha, existen distintos tipos de desfiles, entre esos están los teatrales, los de tipo tecnológicos y shows. Estos han adaptado rasgos meramente característicos de las artes escénicas. Porque, así como la moda es un medio de expresión dada en el cuerpo, las artes escénicas también lo son. Como, por ejemplo, las insólitas locaciones, los shows, las proyecciones de video, el uso de la tecnología, personajes, la escenografía, entre otros. Involucrando mucho más que una muestra de vestimenta.

Mientras, la fotografía también tuvo que “esperar” para ingresar al mundo del arte, y más aún a la rama de la moda. Ya que en principio quedó excluida, siendo necesario resaltar que la moda involucra imágenes más allá de objetos: ¿por qué hacer de cuenta que es otra cosa?, se preguntó Rawthorn.

Todo puede ser arte, pero eso no quiere decir que cualquier cosa lo sea. Según Pierre Bourdieu *“la obra de arte es un objeto que existe como tal en virtud de la creencia colectiva que la conoce y reconoce como obra de arte”* (Steele, 2018, p.41).

El arte no resulta de una creatividad pura y desinteresada. Esta disciplina se forma, parte de un contexto, se instituye socialmente. La obra no involucra únicamente a quien la creó sino, también, a quienes forman parte del significado y su valor (comercial) en busca de consumidores.

Hay que tener en cuenta que no cualquier remera, por así mencionarlo, reunirá las condiciones necesarias para considerarla arte. Lo mismo sucede con una película para que forme parte del arte cinematográfico, por ejemplo. Lo que sea alta costura y moda de vanguardia, reúne condiciones necesarias y por lo cual tiene mayores posibilidades de ser aceptada como tal.

Tanto el diseño de indumentaria como el arte, son aspectos del mundo visual. Siguen la forma, el color, sus líneas y la textura. Tienen en común aquello que Radford llama “ideas asociadas” con trabajos técnicos y conceptuales. Es verdad que existen diferencias que no se pueden negar, pero son minoría. Por ejemplo, el hecho de que una obra de arte aumente con el tiempo mientras que

la indumentaria y la moda lo pierda, al menos que resignifique algo o se reconsidere como vintage.

Por otro lado, retomando las exposiciones, en 1913 el Victoria and Albert Museum dedicó una exposición a la indumentaria del siglo XVIII. También, solían haber exposiciones de vestimenta de elite orientales, trajes folklóricos europeos o prendas de personajes famosos de la historia. Era común ver los trajes y accesorios de reyes, príncipes, entre otros.

La primera muestra a nivel mundial exitosa dedicada a la historia de la indumentaria tuvo lugar en la capital francesa en el Palais du Costume en 1900. Se dispusieron treinta altares con figuras de cera en orden cronológico de acuerdo a la historia de la moda. Se cree que un grupo de diseñadores, coleccionistas y artistas se inspiraron en esta exposición llevándolos a crear el grupo “Socété de l’histoire du costume” (Sociedad de la historia del traje), en 1907. Ellos, buscaban abrir un museo exclusivamente de moda, pero esto fue posible recién en 1977 en el Palais Galliera denominado “Musée de la Mode et la Costume”, seguido veinte años después por el Musée des Arts de la Mode en un ala del Louvre.

Hoy en día se han establecidos diversos museos especializados en indumentaria y moda. Por ejemplo, Museum of Costume en Bath, el Costume Institute que se incorporó al Museo Metropolitano de Nueva York en 1944, el museo del Fashion Institute of Technology en el Museo de Brooklyn en 1915.

Al principio en los museos solían exhibir únicamente la vestimenta femenina de las clases altas, organizadas de manera temporal para mostrar el transcurso histórico de los estilos de acuerdo a sus contextos, ubicando cada periodo en distintas salas o dependiendo cómo se disponga el museo.

En la década del 60 se da una muestra que rompió con lo clásico en el Museo Metropolitano de Nueva York, contando con los ejemplos más influyentes de un género que daba sus primeros pasos.

En dicha década, Yves Saint Laurent creó el vestido Mondrian, cuando aflora su amor al arte y sus intereses multiculturales. Más tarde, alrededor del 65, la moda comenzó a reflejar ideas del op art. Por este motivo fue comparado con un artista, más allá de porque se inspiraba en el arte para crear, su trabajo reflejaba los derroteros sociales y estéticos de su época. Ambas ramas buscaban encantar al mercado mediante el extrañamiento de sus productos y el culto a la novedad. Los vestidos Mondrian se destacaron, principalmente, por la forma trapecio que le dio Saint Laurent a sus vestidos ya que usó el vestido como un lienzo, por el aspecto plano que éste presentaba. En 1966, lanzó sus vestidos de Por Art, cuyos estampados eran siluetas femeninas desnudas inspirándose en las pinturas de Tom Wesselman de manera literal.

Saint Laurent se refería a sus colecciones como su arte y solía mencionar a quienes lo inspiraba como Picasso y Matisse. Muchas veces, la conexión entre la moda y el arte lo demostraba de manera explícita o literal como, por ejemplo, los vestidos Picasso de 1919. Sus colegas decían, con frecuencia, que tenía un gran dominio del color y la forma, como si se tratase de un artista en sí. Años más tarde, en 2010, su pareja de toda la vida organizó en el Petit Palais de la capital francesa, una exposición donde lo presentó como “uno de los mayores artistas del siglo XX”.

Las exposiciones más conocidas eran organizadas por Diana Vreeland, quien ya se ha mencionado en el apartado anterior; una destacada columnista y editora de las revistas Vogue y Harper Bazar y, además, consultora especial en

el Instituto de Vestuario del Museo Metropolitano de Arte de Nueva York. Por este último motivo, la editora organizó distintas series de extraordinarias muestras, estando dentro de los hechos más importantes en el mundo de la moda. A pesar de esto, dichas exposiciones se llevaron incontables críticas llegando a acusarla de comercialismo y tener inexactitud histórica. Tal fue así que la historiadora, Deborah Silverman, le dedicó un libro completo denunciando el hecho de querer hacer publicidad comercial llevándola a desinformar. Sin embargo, Vreeland no desmintió las acusaciones sino que respondió: “*Al público no le interesa la exactitud, el público quiere espectáculo*”<sup>8</sup>. Esto quedó demostrado en distintas circunstancias, por ejemplo, al no conseguir las trajes originales e imprescindibles para su muestra “*Romantic and Glamorous Holliwood Design*” no tuvo problema en encargar replicas. Porque ella, a diferencia de los demás, buscaba exponer belleza, crear un espectáculo. No le interesaba proyectar para educar, sino enfocarse en el entretenimiento del espectáculo y la belleza. Por ejemplo, ella mezclaba y combinaba prendas históricas, más allá de lo simbólico, creando conjuntos nuevos y buscaba empresas auspiciantes, mostrando una necesidad financiera como exposición de museo.

Pese a cambiar la finalidad de los museos, las presentaciones de Vreeland, al ser producto de la industria del espectáculo y buscando evitar la sensación de ver objetos viejos, con total desinterés, creando el ambiente de un cementerio por los maniqués viejos, algunos de cera, y el sonido ambiente; logró atraer a un público mucho más amplio y variado, generando interés en ellos.

El gran problema se produjo en 1983, cuando Vreeland llevó a cabo una exposición de museo dedicada a la obra de un diseñador en actividad, Yves Saint Laurent. Esto desencadenó distintas críticas, llegando a la conclusión de no hacer más exposiciones solistas de diseñadores vivos, ya que era difícil que los museos se mantuviesen apegados a las patas custodiales mientras competían con la industria del entretenimiento. Pero, según la autora Valerie Steele, no es una solución evitar el aprovechamiento comercial de estas exposiciones y las críticas que esto conlleva, sino más bien enfrentarlas y trabajar con ello. Cabe destacar que, más allá de las discrepancias que haya con la editora de moda, Vreeland buscaba la manera de cautivar a un público que no tenía la costumbre de asistir a museos ni presentaba mayores intereses; y conectarlo, a su vez, con cada prenda y sus personalidades. Siendo, también, una adelantada para su época, ya que encontraba la manera de que los espectadores no necesiten explicación respecto a lo que estaban contemplando, sino que al ser didáctico ya era de fácil comprensión; sucediendo esto actualmente en la mayoría de los museos, ya que el público de hoy está mejor instruido. Buscaba, a su vez, comunicar y sabía que para hacerlo primero debía atraer la mirada, llamando la atención, incitando al espectador a mirar e identificarse de verdad con la moda para que esté en condiciones de aprender. Creando una pieza de exposición, como un cuadro. Casi treinta años después, en 2011, la retrospectiva de Alexander McQueen “*SavageBeauty*”, a poco más de un año de la muerte del diseñador y en el mismo museo, convocaba a medio millón de personas, quedando en la lista de las 10 primeras exhibiciones más visitadas en la historia de ese museo. A

---

<sup>8</sup> Dwight, Eleanor (2002) Diana Vreeland, Nueva York, Harper Collins.

mediados de marzo, la reedición de esta muestra llegó a Londres, ciudad natal del diseñador.

En contraste, a modo de ejemplificación actual, en la serie “*Abstract: the art of design*” publicada en la plataforma de Netflix, en febrero de 2017, y que muestra una mirada profunda del diseño contemporáneo con algunos de los diseñadores prestigiosos a nivel mundial, en el episodio dos, Tinker Hatfield aclara que, según su opinión, el arte es parte del diseño, pero, sin embargo, no ve al diseño como un arte. Para el reconocido diseñador de calzado de Nike, el arte es la autoexpresión máxima de un individuo creativo y el, en su profesión, no busca eso como meta final. Sino que su objetivo es resolver los problemas de los demás y, si así es, hacer que se vea estéticamente bien y alucinante. De hecho, cabe resaltar, que el diseño del calzado, con el cual creó un antes y un después, estuvo inspirado en el Centro Nacional de Arte y Cultura Georges Pompidou. Ya que, para la suela, encapsuló gas dentro de una bolsa de poliuretano para acolcharlo y dejó un costado visible al igual que el Centro diseñado por Renzo Piano, quien diseñó un centro de arte con todas las mecánicas interiores por fuera del edificio y jugó con los colores primarios.

Cada vez se hace más notorio cómo y dónde, el diseño de indumentaria y el arte se interceptan para retroalimentarse. Ambos buscan concretar una propuesta estéticamente experimentable. Su cruce fáctico se da en el cuerpo, el cual es usado como soporte, como herramienta base.

Estos puntos de “choque” se encuentran en las texturas, los colores, las sensaciones, proyecciones y formas. Incluso en la producción de un desfile y todo lo que eso conlleva. Se hace cada vez más evidente la cantidad de lenguajes, disciplinas y géneros que dialogan en toda producción artística. Esto se logra ver gracias a la aparición a nivel académico del diseño de indumentaria y su presencia en los museos con exposiciones sobre dicha disciplina tomándola como par.

El diseño de indumentaria resulta ser una asignatura abierta a la interdisciplinariedad, a buscar nuevos parámetros o formas de representación, de circulación y de crear un espacio de acercamiento e interacción. Asimismo, en este juego de “ir más allá” se ha “apropiado” de espacios tradicionalmente institucionalizados: los museos.

Allí es cuando cobran presencia las herramientas del lenguaje visual tanto para la producción como para la interpretación. Todo lo vinculado al color, su comportamiento, los valores (grises y blanco), las formas, la interrelación de ellas, la línea, la textura y su comportamiento, los rapports, la iluminación, los materiales y el espacio. Todos los contenidos mencionados anteriormente resultan indispensables a la hora de analizar, entender y llevar a cabo el proceso del diseño y su materialización.

Es posible ver la fuerte conexión que existe entre el diseño y el arte en la exposición del 2015 llamada *Vogue like a painting* en el Museo Thyssen Bornemisza de Madrid. La misma exhibió una recopilación de imágenes de archivo de la revista Vogue llevadas a cabo por algunos de los fotógrafos más reconocidos.

En todas las fotografías se torna factible lograr observar una gran influencia pictórica. Es decir, cierta recreación de las pinturas. En algunos casos se hace “excesiva” la referencia, siendo hasta obvia. Por ejemplo, la fotografía capturada por John Everet Millais que versiona la obra *Ofelia de Mert Alas y Marcus Piggot*. En la misma fue posible ver a la protagonista con un vestido de

Valentino, inspirado en el prerrafaelismo al estar adornado con motivos florales y montado en una escenografía en jardines exteriores.

El Museo Thyssen innovó en un tipo de producción y unión nueva: la fotografía y la moda. Ya en el siglo XIX, tanto la moda como la fotografía se convirtieron en dos materias atractivas para expresar lo más profundo del Modernismo que se aproximaba. Ambas incorporaron y comenzaron a buscar la forma de expresar las transformaciones en el vestir y en la estética que caracterizaba esa época. Gracias a la fotografía y al vestuario es posible detectar de qué momento de la línea del tiempo se trata.

Sin embargo, como ya se adelantó, en el siglo XX la fotografía comenzó a competir con la producción pictórica, y de esta manera estaban peleándose en un mismo espacio: el del arte. Por este motivo, previo a convertirse en una de las herramientas más importantes para la construcción del mundo del diseño de indumentaria, la fotografía buscó su identidad durante varias décadas, en un proceso que la llevará a la industria de la moda entre la intuición brillante de diseñadores geniales, pioneras empresas editoriales y primeros ejemplos de profesionalidad de autor.

Cuando esto sucede, la idea de arte era, principalmente, tradicional en cuanto a lo que se refiere a lo manual, la búsqueda original, el virtuosismo y excelencia.

Entonces, como ya se mencionó, la fotografía resultaba ser una gran competidora de una pintura artística o un cuadro. Primero, porque ésta resulta ser un recorte de la realidad. Es decir, el fotógrafo obtura lo que ve, lo que le llama la atención, lo que le interesa y quiere expresar, sacándolo o no del contexto. A su vez, la foto es un objeto bidimensional, como un cuadro, y se estudia y analiza con las mismas técnicas visuales que una obra de arte ya sea cuadro o escultura: los colores, su comportamiento, las formas, figuras, puntos de tensión y atención, direccionalidad, simetrías, luces, claroscuros, contrastes. Esto se refiere a cómo leer compositivamente la foto (o una pintura). A veces puede ser posible que el fotógrafo haya capturado de manera espontánea, sin pensarla, ya sea por falta de tiempo, de velocidad o cualquiera sea el motivo. Pero no deja de ser una toma a la realidad en la que hubo una intención y la quiere demostrar.

Es evidente que, en esta competencia, a la fotografía le resultaba difícil “ganar terreno”. A pesar de que fotógrafos profesionales y aficionados se esforzaron en “pelear” con los pintores, hasta el punto que los críticos han acuñado la expresión “Pictorialismo” para describir esta actitud de impulso frustrante.

En competencia con la pintura del siglo XIX, permanecía detrás, era la técnica prodéutica al arte y nada más. Es decir, todavía no podía aspirar a ser considerada arte, era hasta un insulto para quienes si se consideraban artistas. Cabe destacar que la cámara fotográfica no se desarrolló hasta finales de los años veinte, aunque recién en 1839 se bautizó oficialmente en la presentación mundial de la Academia de Ciencias de París.

Elizabeth Wilson ha sintetizado los puntos de encuentro entre estas dos áreas:

*“La moda es como la fotografía. Ambas son formas liminares, en la distinción entre arte y no arte. Ambas son producidas industrialmente, y sin embargo profundamente individuales. Ambas están suspendidas ambiguamente entre el presente y el pasado: el fotógrafo congela la esencia del instante, mientras que*

*la moda cristaliza el momento en el gesto eterno de la única manera adecuada de ser” (Wilson, 1985, p.7)*

La moda encontró el instrumento perfecto para permitirle ser difundida y comunicada, pudiendo mostrarse lo más cercano a lo real posible y, así, transmitir lo que buscaba. A su vez, esto permitió un incremento en cuanto a la accesibilidad de los productos de la industria de la indumentaria, un aumento en las ventas ya sea por la publicidad, la industria del cine, como por los medios de comunicación. Hoy se encuentra dentro de una sociedad con un sistema capitalista desarrollado, en donde rige la producción en serie, las comunicaciones en masa y el consumo que traspasa las verdaderas necesidades y que se asientan en las clases medias, las cuales son consideradas las innovadoras y mayores protagonistas de la vida económica contemporánea.

Recién para 1892 se pudieron ver las primeras imágenes en una revista de moda junto a texto. Específicamente en *La Mode Pratique*, directa en fotograbado. Se considera un proceso evolutivo dentro de la industria, ya que la fotografía influyó en su proceso de identidad. Porque, muy probablemente, la moda no existiría como hoy la conocemos ya que necesitó y necesita de mecanismos de reproducción, grabación, constatación y fijarse en un mercado, ser distribuida, comunicada y hasta almacenada como archivos.

Por ejemplo, otra fotografía expuesta en la muestra anteriormente mencionada del museo Thyssen, fue la de Time Walker titulada *Árbol con vestidos pantalla* en 2004. Es del tipo paisaje donde se hace posible visualizar en un jardín, un árbol iluminado por vestidos representando pequeños faroles. Estas luces generan un contraste entre el paisaje del árbol verde oscuro y los amarillos, rosados y anaranjados que emiten los vestidos. Al igual que una obra, es posible analizar la fotografía mediante las herramientas del lenguaje visual.

Hay miles de ejemplos donde se hace factible ver la relación arte-moda-fotografía. Ya sea porque una fotografía se inspiró en una vanguardia o genero del arte para obturar una fotografía de moda; porque el vestuario a representar también, justamente, usó una obra, artista o corriente como fuente de concepto; o por el simple hecho de que se dé una exposición de estas características en un museo. La prenda, entonces, pasa a tomar un lugar primordial dentro de las creaciones de los artistas visuales, convirtiéndose en un elemento esencial. Creando una historia o un relato de los movimientos, las poses y los gustos y mostrando detalles de la confección, los materiales y todo lo que hace al indumento. A su vez, se lo sitúa en una época ya sea tanto por el concepto de la fotografía y el contexto o por el vestuario en sí. Lo mismo ocurre en los desfiles de moda.

Anteriormente a los desfiles, las presentaciones se llevaban a cabo en maniqués que exhibían la ropa. A veces en los ateliers y otras en grandes pabellones donde se convocaba a miles de personas para presenciarlo.

Fue en 1858 cuando Charles Frederick Worth, a quien ya se le ha hecho referencia, diseñador de Alta Costura, rompió con esta tradición y muchas más. Fue quien comenzó a firmar sus diseños como si de una obra de arte se tratara; cada año creaba una colección y dio inicio a lo que luego se conoció como desfile de moda. Las tres eran practicas nuevas.

El desfile o muestra de moda nace a comienzos del siglo XIX, en el atelier de Worth. Las damas de la alta sociedad para las que él confeccionaba, se



sentaban en los lujosos sofás y miraban el vestido puesto en alguna joven. Ellas se encargaban de sostener el espejo para mostrarles el mejor perfil a quienes irían a comprar el vestido para la próxima cena benéfica. Charles no seguía el proceso creativo de ese momento. El creaba y elegía los tejidos y sus adornos de acuerdo a sus propias decisiones. Entonces, tenía que invitar a sus clientas a su salón para que vean cómo funcionaba lo que confeccionaba. A quienes mostraban el vestuario y caminaban en línea recta, modelando, se las llamaba *sosies*. Entre ellas, cabe señalar, que la primera modelo fue Marie Vernet.

Los primeros desfiles tenían inspiración teatral y surgieron al mismo tiempo que la aparición del cine. Ambos mostraban lo que el artista quería expresar.

Años más tarde, en 1919, el diseñador Paul Poiret parisino organizó el primer desfile exclusivamente para la prensa. En ese entonces nacieron distintas marcas que hasta el día de hoy son reconocidas. Por ejemplo, Chanel, Yves Saint Laurent, entre otros.

A su vez, la firma Lucile dio inicio a los desfiles del tipo teatrales, en los cuales se necesitaba un espacio especial para ello: música en directo o vivo, iluminación adecuada y modelos cuyos nombres se modificaban por otros "exóticos".

Más tarde, en "los locos años '20", los desfiles se convirtieron en eventos sociales en donde lo artístico nunca fue dejado de lado. Pero pasaron pocos años para que Estados Unidos, influenciado por los grandes almacenes parisinos, comience a asentar los desfiles en cualquier lugar que no estaban planeados para tal fin. Los cuales, seguían siendo muy del estilo teatral y presentados por una voz narradora.

La producción artística en los desfiles de indumentaria fue aumentando cada vez más. Ya en los 60 aparece lo que se conoció como *ready to wear* (*listo para llevar*), los eventos discretos y solo para elite desaparecieron en gran parte, comenzaron a usar locaciones hasta entonces inusuales y aparecieron competencias de la moda francesa.

Tal es el caso del diseñador Pierre Cardin, cuando presentó su colección en un "happening" en la vía pública. Lo llamaban el diseñador de la era del espacio: creó una nueva imagen del hombre del siglo XX, la moda unisex y usaba nuevos lugares para presentarse. Asimismo, seguía la tendencia futurista. Es decir, los años 60 era una década donde los ojos de la sociedad estaban puestos en el espacio, todo era geométrico y "tecnológico". Por esto último, el diseño de indumentaria comenzó a requerir de analistas de sistemas, ingenieros y todos tipos de especialistas en cuanto a lo que tecnología se refiere.

Cabe destacar que el *happening* parte de la combinación de los conceptos *provocación, participación e improvisación*. Su origen se dio en 1950 y se lo considera una manifestación del tipo artístico. En este tipo de acción, el sentido de la estética y la provocación juegan un rol importante. Además, suelen presentarse en lugares públicos e irrumpen en los quehaceres cotidianos.

Por otro lado, el diseñador japonés Kenzo, cambió la idea de que las modelos tengan preparada una coreografía previa, y presentó un desfile improvisado, inspirándose también en el llamado *happening*, aunque, como sucede en el *performance art*, no hubo participación del público.

Desde los 60, apareció el estilo de la moda juvenil que llegó para transformar completamente la idea de los desfiles. Cada vez comenzaron a asemejarse

más a lo que es un espectáculo, donde el diseñador puede idear su visión artística sin tener ninguna restricción: innovar en los espacios de exhibición, incorporar música, efectos de luces, imágenes, corriendo del eje central a la indumentaria, pero posicionándola en un contexto que cuenta una historia bajo un mismo concepto. Más allá de darle un reconocimiento a la marca y estimular el consumo, buscan transmitir el espíritu y la filosofía de la misma. Como afirma Steele:

*“el arte contemporáneo cita a la moda no solo como modelo estético sino también como campo de referencia en donde los desafíos y peligros de la vida moderna son glamorosamente puestos fuera de juego. El compromiso de la moda con el arte contemporáneo es también curatorial, esto es, en exhibir – a menudo experimentalmente- indumentaria en museos y galerías, equiparando indumentaria y arte en exhibiciones sobre objetos materiales o nociones de belleza, o usando a la industria de la moda para financiar proyectos artísticos. [...] Esto implica el posicionamiento de la moda en la cultura contemporánea como una entre muchas manifestaciones intercambiables, más que un medio estructuralmente distinto dentro de una jerarquía cultural. El uso de los materiales básicos de la moda (textiles, telas) y significativamente, sus modos de representación a través de fotografías, desfiles, y más, es usado en el arte contemporáneo para acompañar la puesta en escena de la industria cultural en la modernidad tardía.” (Rodríguez, Ciafardo y Cuomo, 2017: p10)*

A su vez, en contexto a estos nuevos modos de representación, surgió el body-art, en estrecha relación con las performances, el happening, entre otros; a fines de los años 60, y alcanzó su auge en los 70. Era una extensión de la performance que rechazaba, como la mayor parte de las manifestaciones artísticas de la época, el arte como objeto mercantil en favor del arte por el arte. Este tipo de acción artística es modelado por el artista con su propio cuerpo y sus acciones, y significó una reacción contra la monotonía y la falta de retos del minimalismo. Un ejemplo de manifestación se da en 1968 cuando Bruce Nauman<sup>9</sup> lleva a cabo una performance denominada *Walking in an exaggerated manner around the perimeter of a square* en la que caminaba violentamente hasta el agotamiento. De manera similar Terry Fox, también estadounidense y dedicado al video, conceptual, sonido y performance; en 1970 empujaba con todas sus fuerzas una pared de ladrillos hasta caer rendido. Otras artistas como Tita Pane en 1972, fueron más lejos y, por ejemplo, se herían los pies y caminaban dejando huellas sangrantes.

Estas performances demostraban, entonces, cómo se podía llevar a cabo una manifestación o intervención usando al cuerpo como soporte y vehículo de expresión artística y rompieron con las ideas instauradas hasta ese entonces sobre el formato de los desfiles.

Continuando con el tópico de *desfile*, cabe destacar otro evento importante que también significó un antes y un después y donde resaltó el trabajo de un diseñador artista. En 2017 en París se llevó a cabo la presentación primavera 2017 de Alta Costura, donde deslumbró el británico Benjamín Shine. Cuando Benjamín estudiaba, sus trabajos comenzaron a tomar estética de escultura. El afirmaba en una nota publicada en su página oficial: *“Este abordaje se fue*

---

<sup>9</sup> Artista estadounidense dedicado a la multimedia, cuyas esculturas, vídeos, obra gráfica y performances han ayudado a diversificar y extender la escultura a partir de la década de 1960

desarrollando en el diseño de piezas fuera del cuerpo, mas como esculturas y obras de arte". Gran parte de su trabajo estaba influenciado por la mezcla de géneros y materiales.

En una entrevista realizada por Nazareth Ventura para Bloody Pie Editorial y retomada en el trabajo titulado "Las artes visuales y el diseño de moda en el arte contemporáneo: algunas influencias reciprocas" de Rodríguez, Cuomo y Ciafardo; el diseñador y artista explica que a él le interesaba el hecho de crear una sola pieza de ropa, pero no se podía apreciar lo suficiente en una pasarela. Por esto, pensando en la manera de mirar el arte y, particularmente, los retratos para Shine, era necesario exponerlo en un maniquí y de esta forma el público podría observarlo caminando alrededor, el tiempo que le pareciese necesario.

Shine se destaca por experimentar con tejidos, principalmente el tul, creando formas e imágenes como resultado del pliegue textil. También, pinta con telas como en la colaboración que hizo para la casa Margieula, cuyo diseñador es John Galiano.

De acuerdo a Noda (2010), hoy en día es posible distinguir ciertas tendencias positivas en el mundo de la moda, con una mayor libertad que en otras épocas. A su vez, existen ofertas de programas académicos para capacitaciones, una constante preocupación por aprovechar los adelantos de la ciencia y la tecnología y un mayor interés por parte del público. El diseño de indumentaria logró tomar una posición firme y la que le corresponde dentro de la sociedad. Porque, como ya ha quedado demostrado, no se trata de vestimenta y nada más. El diseño de indumentaria se encuentra con el arte, se fusionan o chocan, para crear obras tridimensionales a partir de bocetos dimensionales y, cuyas producciones, hablan de la persona y todo lo que a ella le conlleva. Si bien, la indumentaria no cuenta nuestros secretos más profundos o deja en vista nuestra forma de ser, pero sí se expresa por nosotros y muchas veces, considerándolo un signo del lenguaje, sustituye nuestra palabra: *la imagen reemplaza al sonido*.

Actualmente existen distintas tendencias principales en el mundo del diseño de indumentaria que se hace importante destacar: la democratización de la moda, mayor libertad en el vestuario, la profesionalización, la libertad creativa, los adelantos tecnológicos y la generación de ingresos.

En cuanto a la democratización, el diseño de indumentaria y, por consiguiente, la moda, han dejado de ser fenómenos de elite para convertirse a un de masas. Si bien los usuarios de la Alta Costura si es elitista, el hecho de los avances tecnológicos, tener información de cualquier tipo al alcance, las redes sociales y todo lo que sobrelleva la globalización, ha generado la aparición de diseñadores del tipo independiente. Ya no forma parte de una clase social "acomodada", sino que llega a todos sin ser un elemento distintivo.

A su vez, como ya se mencionó, existe cierta libertad a la hora de vestir. En muchas marcas o empresas no hay distinción de género, la indumentaria es unisex, las tendencias no limitan la moda ni tampoco a los usuarios, se buscan vestuarios de usos múltiples y poder crear uno mismo el estilo o moda como así lo desee. También, existen muchas limitaciones de productos de grandes marcas y cada vez éstas son mejores, por lo cual el consumo de la misma ha aumentado.

En lo que refiere a la profesionalización, en el mundo del diseño existen distintos tipos de especialistas en el área. Por ejemplo, fotógrafos de moda,

cosmetólogos, estilistas, maquilladores, expertos en marketing de diseño, publicidad, diseñadores de vidrieras, artesanos, modelos, modistos, vendedores, quienes controlan la calidad, quienes hacen los moldes o patrones, quienes se dedican a fichas técnicas, etiquetado, embolsado, entre otros.

Asimismo, todas las funciones mencionadas se ven beneficiadas por los avances tecnológicos de la actualidad. Existen maquinarias que permiten cortar 500 piezas en un solo movimiento, computadoras que dibujan los patrones, es posible diseñar de manera digital, etc. Los equipos e instrumentos de última generación facilitan la creación con mejor calidad y a menor costo y tiempo, por lo cual aceleran el proceso y el acceso a las prendas.

Resulta preciso señalar que la industria de la indumentaria es una de las áreas más poderosas a nivel mundial. Posee talleres, fábricas, boutiques, almacenes, negocios outlets, entre varios. Es importante remarcar que también consta de cierta deshumanización. Es decir, existen talleres clandestinos y personas trabajando en condiciones de esclavitud, por el hecho de querer fabricar al menor costo y tiempo posible y obtener ganancias. Asimismo, las técnicas de marketing y publicidad, llevan a cabo cierta presión generando la idea de que cada producto es lo "último", y que el hecho de poder consumirlo garantizará felicidad y éxito. Conduciendo, así, a un consumismo exacerbado. A esto se suma lo que se conoce como *snobismo* o la adquisición de determinadas marcas para sentir cierta aceptación social y que se forma "parte de".

Entonces, la moda si bien, como ya se ha dicho, se encuentra en un proceso de cierta emancipación; tiene, de todas formas, restricciones y rupturas que no acepta y, también, crea la idea de "*consumir para ser feliz y pertenecer*".

Dependiendo la cultura, existen distintas limitaciones. Hoy en día, por ejemplo, en Argentina, el movimiento feminista está remarcando algunas de estas limitaciones. Si nos consideramos personas libres, ejercientes y luchadoras de derechos, ¿por qué hay que seguir una "norma" de vestimenta? Este ejemplo resulta interesante ya que queda en evidencia cómo la vestimenta puede hablar de un contexto socio cultural. A medida que pasa el tiempo surgen cada vez más cuestionamientos: ¿por qué no puedo estar en la calle con esta prenda? ¿Por qué establecerle un género? ¿y si yo quiero vestirme así, por qué no? ¿acaso no tengo yo la decisión de como quiero expresarme y por lo tanto vestirme? ¿no se puede salir de la norma? ¿a quién le molesta y por qué? Si mi indumentaria, mi cuerpo, expresan quien soy, hablan por mí, no desvela completamente, siempre queda para conocer. Pero el dialogo lo crea, de alguna manera u otra.

Son prácticas socialmente constituidas, pero puestas en vigor por el individuo. Cuando nos vestimos, lo hacemos con mayor o menor sujeción a las limitaciones que nos impone una cultura y sus normas y sobre las expectativas sobre el cuerpo y lo que lo constituye. Es distinto al prejuicio, no crea una opinión preconcebida sino, como pasa con el arte, es una invitación al dialogo y al tipo de dialogo que buscamos. En muchos casos, la apariencia externa se modifica para poder pertenecer a un grupo social determinado o transmitir ciertos datos a los demás. Como así también sucede que se busca transformar o encajar para cumplir con lo establecido, lo que se piensa que se pretende.

En la década de los 60 se ha fijado el interés por la relación entre el cuerpo y su lenguaje, la libertad de esta época abrió un mundo nuevo que antes no estaba al alcance de los más jóvenes. Al cuerpo se lo comienza a percibir

como un medio de expresión del cual influye su contexto, es un vehículo por el cual puede ser transmitido hasta aquello que no se dice en palabra, pero se encuentra en el pensamiento. Dicho de esta manera, el cuerpo “habla” por sí solo, es una estructura lingüística. Revela, aunque se calle. Los principales cambios en dicha década se impulsaron desde el ámbito del diseño de indumentaria, las artes y la cultura en general.

En toda interacción intervienen signos no verbales, se “cataloga” a la persona según su edad, sexo, género, clase social, actividades, grupo étnico, político y, si es que lo tiene, religioso, entre otros. El comportamiento humano, se quiera o no, nos informa de acuerdo al contexto de la interacción.

Gracias a que se le haya dado importancia a la comunicación corporal en el ámbito de las nuevas tendencias de la psicología social, hoy en día es posible estudiar de manera profunda el comportamiento del humano como ser social.

Suele decirse que la indumentaria y la moda son cuestiones superficiales, cuya única finalidad es la del vestir. Pero, sin embargo, la indumentaria posee su lenguaje propio. La misma representa creencias, gustos, preferencias, etc.; como medio de manifestación. De hecho, muchos diseñadores crean prendas para que quien lo adquiera lo tome como pieza de colección o simplemente por su “belleza”. Asimismo, crean piezas con un fin más artístico, de exposición para ser apreciada por los espectadores y no para su uso como prenda de vestir.

En el libro *Fundamentos de las teorías de los signos*, el escritor Morris afirma que *“los hombres son, de entre los animales que usan signos, la especie predominante naturalmente. Existen otros animales que efectivamente responden a determinadas cosas como signos de algo, pero esos signos no alcanzan la complejidad y elaboración que encontramos en el habla, la escritura, el arte, los mecanismos de verificación, la diagnosis médica y los instrumentos de señalización propios de los humanos”* (Morris, 1985, p.23). Es decir, la civilización humana está atravesada por los signos y el sistema de ellos. Resulta imposible separar la mente humana, lo que piensa, de los mismos.

Entonces, toda prenda se constituye en una imagen visual, en un objeto que se considera signo porque es interpretada y leída por las personas. Porque, como explica Morris, algo es un signo, si solo si, algún interprete lo considera signo de algo. Es decir, es un signo siempre y cuando pueda ser entendido como un remplazante significativo de algo, desde un objeto hasta lo que fuese.

Desde este punto de vista, todo lo relacionado a la indumentaria: técnicas de representación, de recursos constructivos, accesorios, materialidades, funcionalidad, entre varios; son considerados signos desde lo inconsciente o como materia de consumo, ya que están cargados de significados, de valor simbólico y funcional.

Para muchas personas la vestimenta proporciona un importante punto de apoyo para su identificación. Vivimos en un mundo rodeado de imágenes, donde constantemente estamos consumiendo mediante la visual, por esto, se quiera o no, el aspecto exterior si bien no refleja a la persona, pero si su imagen la cual se retroalimenta de su autoestima. La indumentaria, entonces, conforma un todo dinámico y armónico. Siempre va a significar algo y a demostrar, consciente o inconscientemente, lo que se quiera expresar.

En los últimos años se ha observado una creciente difusión cultural de la moda, tanto en altas jerarquías sociales como bajas. Ya no sucede como en el

periodo anterior, en el cual la moda llegaba solo a las zonas de altos ingresos para que después se trasladase, por distintos motivos, a las demás clases. Este tipo de modelo piramidal ya no es válido a nivel social, ya no existe “una sola moda” sino, más bien, “una multiplicidad de moda” en las cuales todas valen y un gran ejemplo del mismo es el “*prêt a porter*”. Esto ha sucedido ya sea por la reproducción de un producto u objeto, por la difusión de los mismos o al surgimiento de la sociedad abierta. Sin embargo, el escritor Squicciarino en *El vestido habla: condiciones psicosociológicas de la indumentaria* explica al modelo de difusión de moda como si se tratasen de marionetas ya que, de manera oculta, constantemente se está sugiriendo a las clases inferiores tipos de modelos de comportamiento del tipo “consumo-dependencia”. Es decir, cuanto más presión al consumo haya, más aumentará la probabilidad de que las masas sean manipuladas y engañadas por quienes tienen mayor poder.

También, cabe destacar, que a lo largo del tiempo el modo de consumo ha cambiado por distintos factores económicos, ambientales, socioculturales, políticos, entre otros. Años atrás había que adoptar casi de manera automática los últimos modelos y tendencias que “marcaban” el mundo de la moda, mientras que, actualmente, la tendencia resulta ser únicamente indicativa, como una especie de guía que responde hacia dónde se dirige lo social. Las personas se han liberado en gran parte de este tipo de “dependencia”, de quienes lideran el mundo de la indumentaria, y comenzaron a tomar las nuevas propuestas a sus tiempos, necesidades y capacidades. Lo cual, pareciendo hasta irónico, la emancipación es una tendencia, los seres humanos se dirigen a eso, a buscar ser más libres.

La moda puede definirse como el resultado de una cadena de actividades industriales, económicas y culturales. Fine y Leopold sostienen que la moda no es solo industria sino también cultura, que no trata solo del consumo, sino también de la producción. Es decir, se lo toma como el producto de procesos socioeconómicos más complejos luego del constante crecimiento de la sociedad de consumo y el impacto de la globalización económica (Martínez Barreiro, 2006, p.10).

De acuerdo con Pardo Navarro (2008, p.12) el diseño de indumentaria es esencialmente el rediseño del cuerpo. La diseñadora afirma que todo aquello que se vaya a proyectar en la indumentaria, afecta directamente en la calidad y vida de las personas. Da cierta proporción del cuerpo, crea sensaciones, un nuevo espacio y hábito. Es, en síntesis, un elemento básico que incide de manera directa e indirecta en la vida cotidiana de las personas. Porque la indumentaria, más allá de lo que muestra, da protección, nos cubre lo que no queremos mostrar o cuidar, representa nuestra cultura, religión o ideología, entre otros. El cuerpo funciona como una estructura y actúa como una forma de comunicación no verbal que se sirve fundamentalmente de la expresión del rostro, de la mirada, de los gestos, de la postura y de los movimientos. Pero, a su vez, el lenguaje del cuerpo emplea las indumentarias: la pintura del cuerpo, el tatuaje, cosméticos, peinado, sus modificaciones, su ropa, ornamentos, colores, y el espejo en el que cada uno se busca. Según Nicola Squicciarino

*“el cuerpo se identifica como una expresión correlativa de contenido articulado, como vehículo a través del cual puede ser transmitido incluso lo que está inhibido en la palabra y en el pensamiento consciente [...] es una estructura*

*lingüística, “habla”, revela infinidad de información aunque el sujeto guarde silencio.” (Squicciarino, 1998, p.18)*

Squicciarino llevó a cabo un libro donde abordó a la moda como un conjunto de conductas significativas que expresan los valores característicos de una época, cuyos estudios deben ser interdisciplinarios, y tomó como punto de partida el lenguaje del cuerpo, cómo el actuar del humano se ve influenciado por el comportamiento y existencia real social y cómo la indumentaria refleja esto. Allí plantea que la presentación de cada persona mediante señales no verbales es hasta más inmediata e incisiva que a través de la comunicación verbal. Además, que la misma se utiliza como soporte de la comunicación oral y que proporciona el feedback en el que el emisor comprenderá la forma en que reaccionan y decodifican los receptores. Porque en la sociedad actual, la palabra se coloca en segundo plano y se le da prioridad a la imagen, o sea, la indumentaria como un sistema de signos que adquiere una concentración simbólica.

Entre las principales señales no verbales se encuentran la mirada, los gestos y movimientos del cuerpo, el comportamiento del mismo y las posturas, y el aspecto externo. Éste último es la señal que más influye en las percepciones, tanto en las reacciones de todos los individuos en general como en las de cada uno en particular. Algunos, como las prendas de vestir y las formas ornamentales, están bajo el control de quien las porta, mientras que otros elementos como el caso del pelo, el rostro, la piel, están solo parcialmente dominados. Los distintos componentes del aspecto externo adquieren importancia sobre todo por su significado social y por el significado que uno mismo le quiere dar. La indumentaria no viste una percha inanimada, al contrario, sino que forma parte de un todo dinámico junto al contexto de comportamiento.

Hoy en día, al buscar eliminar los parámetros de belleza establecidos por y para una sociedad de consumo, la imagen que de sí mismo que crea el sujeto se manifiesta en señales que los demás tienen que decodificar. Se busca independizarse a los modelos dominantes.

Antes, en las épocas primitivas, predominaba la imagen, al cuerpo se lo llenaba de ornamentaciones, tatuajes, etc. Al estar influenciados por las magias y los espíritus, se creía que los amuletos ahuyentaban las influencias maléficas, usándolos como medios de protección. Por ejemplo, la piel de león u oso para los guerreros transmitía la fuerza de dichos animales y, a su vez, una defensa contra las armas enemigas; las mujeres se ataban un cordón alrededor de los costados como un vínculo mágico que garantizaba, entre otras cosas, la fidelidad.

Los ornamentos y costumbres que tenían una finalidad más bien mágica y práctica, fueron tomando un curso cuya funcionalidad fue fundamentalmente estética, con formas siempre más refinadas desde el punto de vista artístico. Si bien, la ornamentación era una manera de protegerse, estaba acompañada del placer que ésta le generaba y la parte lúdica. Porque, como dice Huizinga, se encuentra en el hombre *“una instintiva y espontánea necesidad de adornar”*, a la que asigna con razón una función lúdica. (Squicciarino, 1998, p.46). A partir de allí es posible afirmar, por ejemplo, que el vestido tiene su origen más por ornamentación y necesidad individual de distinción, que, para producir sensación de calor y protección, aunque así lo fuese; al igual que las pinturas

en el cuerpo, el cual podría considerarse uno de los primeros campos de manifestación artística y se recurría a ella como fórmula mágica. Las ornamentaciones surgen de la necesidad que presenta el individuo de manifestar y comunicar al grupo social perteneciente, sus características y cualidades distintivas, proporcionándose protección. Entonces aparece, también, como un medio de expresión atravesado por el arte.

Muchas veces, en el proceso proyectual del diseño, se lleva a cabo la observación y análisis del funcionamiento de la textura, recurso constructivo o textil directamente en el cuerpo. A partir de allí es donde se toman decisiones para diseñar, luego, plasmado en un papel o en formato digital. Esto quiere decir que no siempre el diseño comienza en formato bidimensional, a veces el proceso es a la inversa.

Además, hay que tener en cuenta a la hora de diseñar que el cuerpo está compuesto de articulaciones con diferentes ángulos de apertura y direccionalidad; distintas proporciones, las cuales indicaran las ubicaciones de ciertos detalles; y la anatomía, que difiere en cada persona.

El cuerpo funciona como una escultura, se trabaja con las tres dimensiones, existe en el espacio, crea formas, da movimientos y armoniza volúmenes.

En cada pasarela es posible ver la combinación de estos tipos de arte: la escultura, la pintura, la danza, la fotografía, la escenografía y música. Es un teatro que cobra vida, se exhiben como coreografías llegando a lo que se considera una performance artística.

Según Munari (2003), el desarrollo tecnológico requiere un cambio de paradigma en cuanto a la visión en lo que es el mundo del arte y el campo de la estética, por esto deberían recuperar la importancia de los sentidos y retomar el objetivo inicial de indagar la conmoción que produce la obra. Las condiciones de la posmodernidad influyen en que el arte sea cada vez más efímero, utilizable y versátil. Allí es cuando el diseño toma un rol casi protagonista para realizar sus aportes.

Durante el auge de las vanguardias artísticas dadas alrededor de los años 50, el arte comenzó a acercarse aún más a todo lo relacionado al diseño: publicidad, de indumentaria, industrial, arquitectura, etc. Porque, como ya se ha explicado, se trató de un periodo de masificación, de romper con los géneros, de lo material e industrial. Buscando seducir al consumidor, ya que se trataba de una sociedad que, después de la Segunda Guerra Mundial, comenzó a consumir aún más. Esto lo logra seduciendo a través de la imagen, innovando y tomando lo funcional como eje. Quienes niegan el status de arte al diseño, argumentan que, al tratarse el diseño de una actividad que se guía principalmente por el mecanismo pedido-producción o cuya única finalidad es la de marcar tendencia y modificar ciertos patrones productivos o de consumo, de todas formas, la creatividad no dejaría de estar al servicio de dichas exigencias de los hipotéticos clientes. Igualmente, este hecho también corresponde a uno de los límites de producción artísticos, en los que históricamente se ha visto ajustado. Porque siempre se respondió a un público, se quiera o no.

Yves Saint Laurent describía de manera clara y sencilla su percepción sobre el cruce entre arte y diseño de indumentaria: *"la moda no es un arte pero para*



*dedicarse a ella hay que ser un artista*<sup>10</sup>. Porque la labor tanto del artista como del diseñador presenta una alta dosis de creatividad e inspiración, que muchas veces se dan de manera recíproca. Además, poseen cierto espíritu pragmático en lo que refiere a la concepción del mundo que lo rodea: observan los procesos, se conectan, descubren espacios y retratan esos hallazgos.

El término moda que proviene del latín *moduse*, indica en su significado más amplio una “elección” en función de unos criterios de gusto o preferencias con un carácter transitorio y abarca un vasto campo, desde el artístico y el literario hasta el cultural o de costumbres. Se caracteriza principalmente por la búsqueda continua de la novedad y, por tanto, está marcada por un ritmo de breves espacios de tiempo. En cuanto a su historia, hasta la llegada del Renacimiento y a lo largo de los siglos, se dieron determinados cambios en lo que respectaba de la manera de vestir. Igualmente, no se trataba en su momento de “modas” sino de cambios de estilo de los cuales cada uno duraba una cantidad de tiempo relativamente larga.

La moda comenzó a manifestarse como fenómeno de gran relevancia, aunque limitado a una esfera privilegiada. Fue solamente al final del siglo XVII que la burguesía tuvo la posibilidad de acceder al consumo de géneros de vestir. Al mismo tiempo aparecieron las primeras revistas con figurines, los cuales eran más accesibles ya que tiempo atrás los diseños se hacían en muñecas llamadas “*pue*”, que eran auténticos prototipos a través de los cuales únicamente la aristocracia se informaba de las últimas novedades y “tendencias” de ese entonces. Porque las clases superiores pretendieron diferenciarse siempre de las inferiores mientras, a su vez, éstas buscaban la manera de imitar el modo de vida de la alta sociedad y, de este modo, sentirse parte y no diferenciarse. Por este motivo se dice que la indumentaria era un excelente signo para expresar a simple vista la ostentación de bienestar y la distancia de todo lo que significaba trabajo, necesidades, deseos, entre otros. Es decir, la indumentaria tomó un carácter del tipo social, de distinción e identificación. Es así que comienza a contar una historia, a ser parte de la persona más que sólo un indumento que protege o cubre.

Squicciarino define a la moda como una “fuerza elemental de la vida social”, arraigada profundamente en el inconsciente colectivo y no en el necesariamente inestable y pasajero contexto socioeconómico (*Squicciarino, 1998, p. 158*)

Cabe destacar que al inicio de la moda no se le puede asignar una única raíz, un único desenlace, sino que debe entenderse como consecuencia de múltiples causas, entre las cuales se hayan tanto la satisfacción de determinadas necesidades individuales como la de ciertas funciones socioculturales. Para analizar la historia de la indumentaria y la moda es necesario un trabajo interdisciplinar que incluye tanto a la antropología, así como a la sociología, psicología, economía, historia, arte, entre otros. De todas formas, si es posible afirmar que la moda expresa el espíritu del tiempo, siendo uno de los indicios más inmediatos de los cambios sociales, políticos, económicos y culturales como parte de un todo cambiante. Por lo cual, su éxito dependerá siempre de su capacidad para captar tales cambios y de sincronizarse con los mismos.

---

<sup>10</sup> Soley Beltran T; Tatay H. (04 de diciembre de 2009). *Del arte de la moda de la moda al arte*. La Vanguardia, Cultura. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/cultura/20091202/53835488594/del-arte-de-la-moda-a-la-moda-del-arte.html>

El comportamiento de la persona, del que la moda constituye una de las expresiones más inmediatas, es, de hecho, el resultado de estimulaciones que presentan una interacción entre ellas. Éste ser humano, comparado con el animal, es un “ser desprovisto”, que está obligado a crear por sí mismo, a partir de sus actividades, las condiciones de su existencia, su propio mundo. Podría decirse que esto está relacionado a una de las razones de base por las cuales los hombres primitivos han tenido que modificar su propio cuerpo desnudo con pinturas, tatuajes y adornos con el fin de perfeccionarlo.

La vida de los pueblos primitivos se caracterizaba, en gran parte, por la influencia de las magias y los espíritus, a quienes les atribuían el origen de todos los males. El hecho de que se vean imposibilitados a defenderse con otro tipo de magias, lo contrarrestaban llevando encima amuletos que “ahuyentaban” estas influencias sin la necesidad de que ellos mismos tengan que intervenir. Es decir, buscaban protegerse.

Toda la indumentaria tiene su historia, un por qué de trasfondo y siempre se relaciona al cuerpo que la lleva, como símbolo de expresión, de hogar y medio. Por ejemplo, los egipcios creían que la vida se escapaba a través de la cabeza generando una muerte prematura, motivo por el cual usaban aros gigantes en el cuello y de esta manera bloqueaban dichos canales. Por otro lado, estaban las civilizaciones cuyos guerreros usaban la piel de león o de oso para transmitir la fuerza de dichos animales tan temidos.

Algunos estudiosos afirman que las finalidades mágicas de dichos objetos han constituido las primeras motivaciones de ciertas prendas, por lo que las primeras manifestaciones artísticas tenían fines prácticos y estaban relacionados con la magia, más que fines meramente estéticos.

También, es necesario destacar que la indumentaria tiene su origen precisamente en el placer instintivo del hombre por la ornamentación. Squicciarino explica que Huizinga, profesor, historiador y teórico de la cultura neerlandesa; encuentra en el hombre “*una instintiva y espontánea necesidad de adornar*” a la que asigna con razón una función lúdica (Squicciarino, 1998, p.46).

El individuo presenta, desde la prehistoria, una necesidad de manifestar y comunicar a los componentes del grupo social al que pertenece sus características y cualidades. Esto, a lo largo de la historia, lo ha logrado a través de diferentes puntos tomados como medios de expresión.

Ya que el principal punto de encuentro que se ha tomado en la presente tesis, y el considerado el más fuerte, entre el arte y el diseño de indumentaria es la necesidad de transmitir y comunicar y en los cuales el cuerpo toma protagonismo en ambas disciplinas, es necesario diferenciar distintos ejes que ha presentado el ser humano como canal de comunicación a lo largo de la historia: la ornamentación, la pintura en el cuerpo, el cabello, el cuerpo en sí y sus modificaciones, la indumentaria y cómo actúan los colores en dichos casos. Se vuelve imprescindible exponer cada apartado de manera tal que demuestre sus conexiones.

Por un lado, en cuanto a la ornamentación, es posible distinguir entre una directa y una indirecta en función del efecto estético que adquiere el cuerpo. Es decir, si es a través de objetos ornamentales como las joyas o directamente sobre la superficie de la piel.

El cuerpo humano ha representado quizá uno de los primeros campos de manifestación artística. La pintura en él, un tipo de decoración directa difundida

por distintas culturas, se remonta a la era paleolítica. En algunas poblaciones se pintaban como protección de enfermedades, otras contra los espíritus malignos, como medio para generar miedo al enemigo y adquirir mayor seguridad en sí mismos. No solo estaban las pinturas lavables, sino las permanentes con las cuales no había necesidad de renovarlas constantemente: los tatuajes.

En cuanto a los tatuajes, sus funciones eran las mismas que las pinturas no permanentes. En algunos casos constituían el símbolo de la posición social, variaban en cantidad y características de acuerdo al papel y las actividades desarrolladas en el ámbito que se desenvolvían. Algunos pueblos primitivos africanos, por ejemplo, se tatuaban con signos que representaban el número de enemigos que habían sido asesinados, o de heridas marcadas en guerra, como una especie de medalla de valor.

Debido a la ausencia de alfabetización, la comunicación visual permitía a los pueblos primitivos leer sobre el cuerpo semidesnudo, pudiendo obtener información en cuanto al grupo perteneciente, a sus actividades y funciones. Se trataba de un código preciso de colores y formas que, además de ser un medio de reconocimiento en cuestiones de la propia identidad, tenía fines mágicos y religiosos. Usaban la piel que, además de ser el envoltorio externo del cuerpo y la zona erógena por excelencia a través de la cual uno percibe el tacto y genera distintas sensaciones; era el lienzo o la hoja de comunicación con el mundo.

Es posible dar distintos ejemplos de pinturas y tatuajes corporales que se asemejaban a prendas de vestir. Los diseños geométricos y las decoraciones que resaltaban ciertas partes del cuerpo y, a su vez, los cubría, conseguían crear la piel humana en un tejido textil. Squicciarino afirma en *“El vestido habla: consideraciones psico-sociológicas de la indumentaria”*, que *“cuanto más amplia era la superficie del cuerpo decorada, más se parecía la piel a una prenda de vestir y como consecuencia los individuos de las tribus daban la sensación de estar más vestidos que si llevaran trajes ceñidos [...], la decoración corporal no es inferior en ningún caso al arte de vestir”* (1998; p.58). Luego, y hasta no hace muchos años, en la sociedad el tatuaje era signo de las clases sociales más bajas o marginadas, pero, hoy en día, es una técnica de elaboración sin restricción de clases que toma al cuerpo como “espectáculo”.

Otra costumbre de cubrir mediante pintura el cuerpo fue, y sigue siendo, la cosmética. El arte de la “cosmética”<sup>11</sup>, del griego “adorno”, “decoración”; ha representado desde tiempos antiguos un modo de mostrar la propia individualidad y de comunicar mensajes. Muchas veces, se utilizaba el maquillaje para resaltar ciertas expresiones consideradas seductoras, sensuales o agresivas, tanto en los ojos como en los labios; teniendo en cuenta el papel que juega cada uno en las relaciones entre las personas. A esto, se le suman los perfumes, poderosos estimulantes del sistema nervioso y capaces de generar distintas sensaciones. Antes, en los pueblos primitivos, el uso del perfume tenía la finalidad de suscitar un estado de éxtasis y de inspiración, así como la de ahuyentar los poderes maléficos, dar caza a los espíritus malignos y exorcizar a las brujas. Hoy en día, las personas de la civilización industrial

---

<sup>11</sup> El término “cosmética” corresponde a la traducción de la palabra italiana “cosmesi”, que proviene del griego “kosmesis” y significa ornamento o adorno y es usada para referirse al conjunto de técnicas empleadas por el cuidado del cuerpo.

prefieren eliminar los olores propios del cuerpo, sustituyéndolos por ajenos a éste.

Actualmente, los productos de “belleza”, que antes eran símbolo del lujo de las clases más altas, han logrado alcanzar, gracias a las falsas promesas publicitarias y la implementación de ideales, un alto índice de consumo. Como la sociedad exalta el mito de la eficiencia y de la juventud, las cuales son posibles lograr únicamente manteniendo los rasgos juveniles el mayor tiempo posible, se busca consumir todo aquello que nos asegure esto para así no tener la sensación de estar excluido de la colectividad. Squicciarino afirma que según Baudrillard, el efecto de la “liberación del cuerpo” está sujeta a hacer de él un objeto de preocupación y obsesiones colectivas que logra, muchas veces, hasta la represión del mismo.

Como ya se ha mencionado, el cabello también forma parte como manifestación de la persona, ya que comunica y tiene un significado de trasfondo. El cabello y sus distintos tipos de peinado contribuyen, junto a los demás elementos que conforman la indumentaria, a la conformación de la imagen corporal. Esto último hace referencia a que da la forma en la que el individuo vive el complejo de sus propias características físicas, influyendo en el concepto que tiene de sí mismo y en la interacción para con los demás. Existe una profunda relación entre la identificación de la persona y su pelo, acentuado en sus cuidados y el interés que le proporciona.

En numerosos pueblos primitivos, la cabeza era considerada de lo más sagrado. En ella habitaba un espíritu muy sensible a las heridas o a las faltas de respeto, motivo por el cual la cabeza y su pelo eran cuidadosamente respetados. El corte significaba una actividad de “alto riesgo”, ya que podía molestar al espíritu y provocar la venganza del mismo.

En otros pueblos como, por ejemplo, en las Islas Marquesas, había hombres que presentaban su cabeza rapada por completo excepto un mechón en la parte superior que simbolizaba un voto de venganza y solo podía cortarse después del cumplimiento de la promesa que se tratase. Mientras, en otra parte del mundo, más específicamente en Europa, se creía que la potencia maligna de las brujas y de los magos residía en los cabellos. Por esta razón, el corte de pelo que se realizaba a los recién nacidos significaba una purificación de las fuerzas maléficas. También estaban los indígenas de la isla de Amboina que creían que su fuerza residía en el cabello y que, si estos eran cortados, la perderían.

Existen otras prácticas que, con intenciones culturales y estéticas, producen profundas modificaciones corporales. En cuanto a la historia, encontramos distintos momentos en los que se las ha visto: en algunos pueblos, se consideraba que la conformación del cráneo de un individuo era lo que condicionaba sus actitudes y su comportamiento moral. Por esta causa, la nariz podía ser perforada o aplastada y se remodelaba el cráneo mediante presión desde temprana edad. También había pueblos civilizados que practicaban la deformación del pie, especialmente en la mujer, ya que mientras más pequeño, mayor sería la dificultad para caminar y así no convertirse en objeto de deseo, convirtiéndolas en seres dependientes del hombre. Otros creían que el hecho de reducir las dimensiones de los pies de la mujer estaba unido al hecho de que se generaría una hipertrofia de sus órganos sexuales.

Por otra parte, en algunas sociedades se daban las mutilaciones en donde se extirpaban las falanges o los dientes, se perforaban los labios, las mejillas y las

orejas, como ritos de iniciación. Este tipo de “mutilación” es posible encontrarlo hoy en día en lo que es cortarse las uñas, el pelo, depilarse o buscar deformar, eliminar forzosamente o modificar de manera artificial ciertos aspectos de cuerpo.

Mientras, en Venecia en el siglo XV se consideraba que la nobleza de la mujer estaba relacionada con la altura de sus chapines. Entonces, al hombre le atraía su altura y la inestabilidad generada por los zapatos. “*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, 1998, p.75). Algo similar ocurría con algunas costumbres africanas, donde sobrecargarla a la mujer con adornos de hierro para obstaculizar su paso era instrumento y símbolo del estado de sumisión en la sociedad. El arte de caminar limitando la libertad de movimiento y de ciertos ornamentos que en el pasado eran signos de esclavitud, puede traducirse en costumbres o elementos de hoy en día. Por ejemplo, las cadenas, los collares, tatuajes, el estar bronceado, entre otros.

Asimismo, otro signo de deformación corporal para sentirse representado era el corsé que las mujeres emplearon en Occidente hasta alrededor de principios del siglo XX, con el fin de comprimir la cintura y dar al cuerpo una forma considera por entonces “más atractiva”. Esto la incapacitaba para el desarrollo de cualquier actividad física, muchas veces hasta le provocaban distintas enfermedades. El auge del mismo se basaba en su uso como signo de bienestar económico. A su vez, el corsé no se usaba únicamente como función social y estética, sino también estaba atado a convicciones morales y religiosas ya que eran signo de virtud por la opresión que éste ejercía.

El progreso cultural que se ha dado gradualmente ha significado la casi desaparición de estas prácticas, logrando limitar en gran medida las modificaciones corporales que la moda todavía exige. Hoy en día, el diseño de indumentaria se basa más en la funcionalidad, que lo acompaña un estilo de acuerdo a quién vaya dirigido, que en el “ideal” o la búsqueda de lo establecido. En cuanto a parte de la historia de la indumentaria, tanto la mujer como el hombre fueron sujetos de cambios sociales, aunque éste último, debido al papel de poder que siempre se le atribuyó, fue quién más variaciones ha vivido. Un claro ejemplo se da en el pantalón, que al principio sólo podían utilizarlos los hombres. Esta prenda tubular no fue aceptada por todos como sucede actualmente debido a su incomodidad y “fealdad”. Se ha llegado a asociarlo con el demonio por su formato bívido, siendo de preferencia la falda las largas túnicas. La misma, además, servía de contrapeso a la sobrecarga que caracteriza la parte superior de la figura humana que, además de dar una mejora visual, establecía cierto efecto como si de una escultura artistita se tratase. Además, en la mujer estaba el temor de usar pantalones por el hecho de que éste le perjudicará su aparato reproductor. El uso de dicha prenda únicamente en los hombres ha significado por largos periodos de tiempo el poder y el dominio que el mismo ejercía por sobre la mujer, motivo por el cual, hoy en día, representa un elemento con el cual ha conquistado sus derechos.

Otra tendencia, que actualmente está establecida como uno de los principales pilares, es la indumentaria unisex o sin género, la cual también tiene su raíz en la historia mundial. Los antiguos griegos, los persas, asirios y judíos no hacían distinción entre prendas masculinas o femeninas. Ellos tenían costumbres totalmente opuestas a las Occidentales. La actual indumentaria unisex, según

Tibaldi en *Psicología del Vestido*, podría ser representación de una actitud más libre y funcional, cuyos deseos, hoy permitidos, se satisfacen con más independencia. El cuerpo ya no está reprimido, gracias al cambio de las condiciones sociales y como resultado de una percepción más positiva y desinhibida de él.

Como se ha demostrado, antiguas concepciones son las que hoy están ampliamente difundidas y, por más que han cambiado sus finalidades, todos los elementos y ejes que incluyen tanto a la indumentaria como al arte, tienen sus orígenes e historia. Aquello que, si sigue sucediendo, y seguramente seguirá, es la apropiación a las cualidades que posee un modelo ideal y que las personas desearían tener, es decir, asignarle a la indumentaria o sus elementos cierto "poder" de significación. Por ejemplo, los niños que usan las ropas de sus padres para jugar, los adultos que llevan determinados ornamentos que cargan con un significado.

A medida que ciertos objetos cuya única función es utilitaria, como los cinturones, hebillas, sombreros; o más bien "mágica", como piedras preciosas, joyas, anillos, entre otros; pasan a ejercer una función meramente ornamental, adquieren el aspecto de auténticas creaciones artísticas que fueron finamente elaboradas, dándoles cierto valor de estatus, convirtiéndolos en signos de identificación personal y diferenciación. Cuando adquiere el aspecto de una obra de arte, su significado cambia.

En lo referido a cómo se comportan los colores en los aspectos que incluyen a la indumentaria y el arte, como se ha mencionado anteriormente, y el rol protagónico que tiene, se puede afirmar que la vida del ser humano y cómo ha ido desenvolviéndose en ella se encuentra, desde la antigüedad, estrechamente ligada a los pigmentos. Fue la misma naturaleza la que le ha transmitido al hombre los primeros signos expresivos, es decir, simbólicos de los colores. El individuo reaccionaba de manera instintiva y sensorial ante los colores, como hacen los niños, aun no estando culturalmente codificado.

Actualmente cualquier medio de comunicación lleva a cabo un análisis exhaustivo con respecto al ojo humano, la psique y los colores, para poder manipularlo y atraerlo. Los colores actúan sobre el estado de ánimo, por esto las emociones dadas por los efectos cromáticos pueden afectar al núcleo más profundo del ser humano.

Kandinsky señalaba que *"el color tiene en sí mismo una fuerza poco estudiada, pero enorme"* (Squicciarino, 1998, p.96). Es capaz de influir directamente en el estado anímico y, así, en todo el cuerpo.

A la hora de elegir los colores son muchos los factores que lo determinan, los cuales incluye los gustos impuestos por los medios, las modas, las tendencias, la estación del año, la situación, entre otros. Además, dependerá de la cultura y la época y ésta, a su vez, determinará la codificación correspondiente.

Cada color tiene un significado distinto por lo cual generan diferentes respuestas ante ellos. Primero, cabe destacar, que, como explicó Kandinsky, el cálido, frío, claro y oscuro representan los cuatro sonidos principales de los colores. El primero realiza un acercamiento a los materiales, mientras que el segundo se hace inmaterial. Es decir, el color cálido se mueve hacia el espectador y el frío se aleja del mismo.

En lo señalado con respecto a sus significancias, por un lado, se encuentra el amarillo que se propaga hacia el exterior, actúa sobre el estado de ánimo de forma arrogante. Es un color típicamente terrenal, el acceso al "delirio".

Mientras el azul desarrolla un movimiento centrípeta de alejamiento y el ojo se introduce profundamente en él. Cuanto más profundo se hace el azul, más invita al hombre al infinito. Este color está relacionado a lo celestial, lo espiritual; generando un sentimiento de paz, con una profundidad infinita.

La mezcla ideal entre éstos dos últimos forma el verde, un color relajante que trasmite tranquilidad y cuyos movimientos se anulan. Si posee mayor pigmentación amarilla, se aviva y vuelve alegre, pero si prevalece el azul se hace visualmente más profundo, serio y hasta reflexivo.

Por otro lado, se hayan los valores: el negro y blanco. Cabe destacar, que el arte óptico en sus inicios sólo usaba estos tonos debido a las sensaciones de movimientos que generan. El primero tiene el efecto de un silencio eterno, sin futuro ni esperanzas, es estático. Mientras que el segundo, el cual tampoco se lo considera un color, es el símbolo del silencio, lleno de posibilidades. La psicología del color considera al blanco representante de lo puro, la paz, lo limpio y de la nada misma.

El equilibrio entre el blanco y el negro genera el gris. Éste es un color carente de resonancia e inmóvil, se encuentra entre la alegría y la tristeza.

Otro pigmento que produce llamativas respuestas es el rojo. Resulta ser un color típicamente cálido, vivo e inquieto que, de todas formas, no tiene el carácter frívolo del amarillo. Si se combina el rojo con el negro, se ve extinto su ardor y se obtiene el marrón: duro, poco ágil e inhibitorio. Pero si se mezclara con amarillo se obtendría el naranja, transformando el movimiento de interiorización del rojo en exteriorización, siendo más serio. Mientras que, si el rojo se lo combina con azul, se crea el violeta que tiende a desplazarse y ser extravagante, y está lleno de contradicciones por la mezcla generada.

Es inevitable mencionar la fuerte relación que es posible encontrar entre los colores y las formas. De acuerdo de qué se trate, generará una acción muy diferente. Por ejemplo, un triángulo amarillo no actúa igual que un círculo azul. Existen infinitas posibilidades de combinaciones y efectos que las mismas generan. Los colores vivos destacan en cuanto a sus cualidades cuando aparecen con formas agudas, mientras los colores que tienen a la profundidad, como el azul, refuerzan dicha sensación mediante formas redondeadas u orgánicas.

Tanto en diseño de indumentaria como en el arte, estas teorías resultan imprescindibles tenerlas en cuenta ya que cada color, cada combinación y forma representan un lenguaje diferente, cambiando el mensaje y adecuándose a lo que se quiere transmitir. La combinación de colores obedecerá, siempre, a un tipo de armonía distinto. Dicha armonía se logra a partir de la mezcla de oposiciones y contradicciones, es decir, lo que antes se consideraban discordantes ahora aparecen combinados.

Cada prenda, accesorio o elemento que cubre el cuerpo entero o parte de él, genera cierto lenguaje o interpretación al respecto. La indumentaria crea un carácter psicológico en las que nuestras percepciones visuales y táctiles se prolongan más allá de nuestra figura. Esto que se da se lo conoce como "*la extensión del yo*".

Existen distintos ejemplos con respecto a "*la extensión del yo*": cómo un vestido largo tiende a potenciar la altura, creando una impresión de imponencia y seguridad. También sucedía en los siglos pasados con el uso de la crinolina, la cual pretendía aumentar el espacio y la distancia, favoreciendo la pose y la ostentación y generando una mayor dignidad y respeto a quien la portaba. La

crinolina o meriñaque eran faldas de estructuras amplias de estructura de metal, que usaban las mujeres de clase alta por debajo de las faldas a lo largo del siglo XIX. Otro ejemplo es la cola del vestido de quienes se casaban, que aumentaban la figura humana y hacia que pareciera monumental, pretendiendo ser también una ostentación de riqueza. Además, este tipo de extensión les impedía caminar rápido por lo cual debían movilizarse a un paso mesurado y solemne. Así como la cola del vestido, también están las hombreras de los trajes, las cuales acentúan la virilidad y dan a la figura aspecto de hombros anchos, otorgándole mayor presencia. Otras formas de extensión pueden reconocerse en los cabellos largos que crean la sensación de desarrollo del yo corporal.

La *extensión del yo* no se puede llevar a cabo de manera arbitraria y desproporcionada. Debe crear en el espectador, en quién observa “la obra”, así como en la persona que lleva la indumentaria, la ilusión de que el cuerpo y lo que muestra constituyen un todo orgánico y armónico, fusionando el cuerpo con el objeto que lo prolonga.

Aquí también actúa la teoría de la psicología de la forma. El fenómeno explica por qué los distintivos elementos de la indumentaria, si se incorporan creando una sensación de fusión natural y sólida con el movimiento de las formas del cuerpo, hacen que éste parezca más grande. Es decir, se unen y forman un todo. Las diferencias de las partes del todo creado no pueden ser muy grandes, porque si no se generaría, en lugar de un todo, un contraste. Cuando los distintos elementos de la indumentaria, las características naturales del individuo y su estado de ánimo alcanzan la unidad de fusión entonces nos encontramos frente a la verdadera “extensión del yo”. Para esto debe haber comodidad, pertenecer a la persona, que transmita lo que quiera expresar, que hasta parezca parte del cuerpo. De esta manera lo explica Nicola Squicciarino, quien aclara que el fenómeno de la *extensión del yo* es un medio de expresión ya que forma un todo entre la persona-cuerpo-indumento.

Desde el punto de vista psicológico el tema del cuerpo trae aparejado, necesariamente, el tema del sujeto y la identidad. El psicoanálisis reconoce, como condición fundamental de la auto nominación del individuo y la gestación de la identidad, una serie de operaciones: nacimiento, destete, separación, frustración, castración. Estas operaciones perfilan la identidad de cada uno.

A lo largo de la historia estas operaciones estuvieron relacionadas a la representación, es decir a la imagen tanto plástica como literaria

La cultura occidental ha tenido un funcionamiento extraño en relación a este tema y, hasta la aparición de Freud este tipo de discursos fue relegado al arte. Es así que la práctica pictórica se realiza como un acto de libertad, un proceso de liberación a través de la norma: Se trataba de una libertad del sujeto en relación a un orden plástico que permite e integra sus transgresiones,

El Renacimiento es el nombre dado al movimiento cultural que tuvo lugar entre los siglos XV y XVI, iniciado en Italia y luego propagándose por toda Europa Occidental. Este período expresó el sentimiento de un nuevo renacer que, experimentado por los habitantes de la península al reencontrarse con la cultura grecolatina, olvidada tras la caída de Roma.

La renovación de la concepción del cuerpo en la Europa occidental se produjo, en gran medida, a través de una reconsideración de las ideas medievales a la luz de un proceso de recuperación de una serie de conceptos venidos desde la antigüedad; ya que, en la base a esta renovación se encontraba el



redescubrimiento, por parte de la Europa occidental, de los textos de la antigüedad grecorromana y de las concepciones vitales e intelectuales que existían en esa cultura. Ese redescubrimiento determinó el surgimiento de una nueva concepción del lugar del ser humano en el contexto de la realidad, definida con el nombre de Humanismo. La mentalidad teológica del periodo medieval vino a significar una importante renovación en los conceptos establecidos en la cultura occidental sobre la importancia y el sentido del cuerpo, estableciendo una postura nueva en clara oposición a concepciones anteriores. Para los hombres medievales el cuerpo era el espacio habitado por el verdadero yo, identificado casi exclusivamente con el alma o el espíritu. En ciertos sentidos se consideraba al cuerpo como una simple fuente o incluso una prisión, dentro de la que se encontraba ubicado el yo trascendente e inmortal que definiría realmente al hombre o la mujer.

Por su lado el pensamiento renacentista rompe con la jerarquía universal de las cosas y sitúa al hombre como un ente capaz de cambiar cualquier realidad y si sufre, no es por decreto de la naturaleza o de Dios, sino por su falta de esfuerzo intelectual o manual, por su estupidez o por su perversidad. Esta concepción del hombre exige un espíritu de libertad que abarque todos los campos de la actividad humana y también especialmente la esfera del pensamiento. La existencia humana estaba sujeta al acto de pensar, y esto se verá reflejado en florecimiento de esta visión en distintas áreas como el arte, la arquitectura, la literatura, la anatomía, la ciencia, entre otras. Dejando de lado la ideología característica del periodo medieval que veía al cuerpo humano como la cárcel del alma.

Uno de los hombres más importantes de este periodo, el anatomista Vesalio, concibe al cuerpo humano como una "fábrica", es decir, como una construcción que revela, sobre todo, la maestría de su creador, concibiendo al cuerpo como una obra de arte. De ello se deriva asumir que Dios viene siendo una especie de artista, responsable de esa creación en forma muy semejante a como los artistas de la época establecían su relación con los productos derivados de su arte. Sin embargo, Vesalio observa y señala los defectos de esa obra (el cuerpo), lo cual lo lleva a afirmar, en una consideración que tiene ciertas connotaciones platónicas y que los cuerpos humanos existentes son únicamente ensayos del Gran Artista en su búsqueda de lo que habrá de ser la obra perfecta. El hombre arquetípico sólo era parcial en la vida. Estableciendo, de esta manera, una visión de la corporeidad muy típica de un hombre del Renacimiento, que visualiza el trabajo anatómico desde la perspectiva del artista más que del científico, visible en las formas corporales de los hombres que existen en el mundo.

Actualmente existe la idea de la virtualidad corporal, la cual ha tendido a una cierta homogeneidad - para no utilizar el término de globalización - en los distintos escenarios socio-culturales.

Ésta persona hoy en día, se encuentra en lo que se conoce como "*sociedad del espectáculo*", donde ante los demás la imagen toma un papel activo. La personalidad "liberada" de estos tiempos ha llevado a que el hombre piense en sí mismo, se (des) construya, creando, en cierto punto, un individuo antisocial en su intimidad para el cual el derecho a su propia realización se ha convertido en una prioridad. Aparece la preocupación por la apariencia, donde toma protagonismo el lenguaje del aspecto exterior, la aprobación y la admiración de

los demás actúan sobre la emotividad y la sugestión, viviendo en una sociedad dominada por una información simbólicamente transmitida.

La sociedad del espectáculo, justamente como bien dice la palabra, se caracteriza por simular una obra teatral. Las personas asumen un papel determinado, se sienten un todo cuando existe algo que lo completa y exponga de acuerdo a lo que quiere transmitir. Para el hombre, existir sólo es posible en la personificación de un papel, asumiendo la propia corporalidad a través de la imagen: *“probablemente no es una casualidad- advierte Park- que la palabra “persona” quisiera decir disfraz en su significado original”* (Squicciarino, 1998, p.186). En la vida cotidiana, la persona se presenta bajo la modalidad del espectáculo, en donde el fenómeno de la indumentaria se reafirma cada vez más como parte primordial para esto. Una sociedad donde hay apariciones, puestas en escena, poses y auto-representaciones que simulan la comunicación, generando una disputa entre el “ser” y “parecer”.

Nos encontramos en un mundo que constantemente nos alimenta con imágenes, donde las mismas cuentan una historia y generalmente tienen un fin; donde el ojo, aunque no nos demos cuenta, se halla todo el tiempo en entrenamiento. Hace falta solo leer la teoría para ver que ya sabemos entender una imagen porque, de hecho, toda explicación sobre lenguaje visual se funda en consecuencia de la respuesta del ojo y la persona. Como explica el autor ya mencionado *“el hombre moderno, definido como hombre sin contenido, que vive para los principios de la forma y de la expresión y que considera la forma como sustancia, busca en el cuidado de la imagen un disfraz estéticamente agradable para poder crear y representar el personaje que ha elegido, en un intento de ocultar con arte todas las disonancias psíquicas que pudieran interferir en su ficción”*.

Entonces, cuando se habla de *“sociedad del espectáculo”*, se hace referencia a cómo la sociedad adopta la perspectiva de representación teatral, considerando que cada mañana “se entra en escena” dejando la propia habitación y saliendo al escenario, y se resguarda en “bastidores” al estar solo, momento en el cual se produce una relajación sin el condicionamiento del disfraz o vestuario, sin la preocupación por la opinión ajena. Se da una dicotomía, donde el ser humano muestra y a su vez oculta, permaneciendo detrás de su personaje y de su vestuario o “disfraz”. Por esto, Squicciarino opina que, si el hombre padece la moda, entonces corre el riesgo de usar la indumentaria con el único fin de exponerla y, así, no podría lograr expresar ni elaborar una figura de su identidad personal y social.

Las personas, y todo lo que las constituye, se encuentran en el mismo punto que una obra de arte: un cuadro, una escultura, instalaciones, entre otros. La obra deja en evidencia aquello que el artista quiso decir o contar, pero hay algo que permanece siempre en incognito, ese “algo” que para encontrarlo o entenderlo es necesario estudiar la historia del arte, la obra en sí, saber analizar las obras y hasta, a veces, hablar con el propio creador. De hecho, dicha situación es la que muchos artistas buscan evitar como, por ejemplo, quienes se dedican al arte donde existe participación del espectador y cuya interpretación corre por cuenta propia.

Por lo tanto, como fue posible evidenciar, se hallan diversos puntos de intersección entre el diseño de indumentaria y el arte, donde se alimentan de manera recíproca.

Entre estos cruces se encuentran las exposiciones de moda en los museos, los cuales generaron grandes controversias, discusiones y hasta cierto rechazo por parte de quienes no aceptaban a la moda como disciplina artística, aunque hoy en día resulte ser una asignatura tomada con mayor seriedad. Cabe aclarar que el hecho de que las instituciones culturales cedan el espacio para este tipo de muestras no quiere decir que el diseño de indumentaria sea arte, sino que toma carácter artístico e inevitablemente, además de compartir rasgos, suelen unirse.

Los autores ya citados concuerdan en el hecho de que se torna casi imposible llegar al diseño sin alimentarse del arte ya sea porque se eligió una corriente, un artista o una obra en particular. Asimismo, porque quien diseña busca crear, como producto final, prendas, accesorios y ornamentaciones que expresan, se manifiestan, cuentan una historia, busca cautivar a cierto público atrayendo las miradas mediante la novedad, establecerse en una época y que el usuario a quien se dirige se sienta identificado. Tomando la posición de una obra artística, la cual también es una creación a la que se atribuye una función estética o social. Porque una obra resulta ser todo aquello producido por el hombre ya sea material o intelectual. Mientras que el arte, entre otros, se refiere a la visión sensible del mundo real o no que tiene el ser humano. Entonces, en una obra artística quien la lleva a cabo busca expresar sus percepciones, emociones y sensaciones mediante distintos recursos tanto lingüísticos como plásticos y sonoros. Permitiendo, de esta manera, transmitir una idea o pensamiento acerca de algo.

Además, ambas disciplinas encuentran al cuerpo del ser humano como algo "sagrado", por así decirle. Es percibido como un medio de expresión, con gestos, miradas y movimientos. Siendo, a su vez, una entidad viva cuya estructura y funciones propias le permiten diferenciarse de otros y percibir la realidad de acuerdo al contexto donde se desarrolla. El diseño de indumentaria lo considera una estructura, siendo el sostén e influencia de la prenda; que, por todo lo que trasmite en conjunto, forma la identidad visual de la persona teniendo en cuenta que se desenvuelve en lo que se considera "*la sociedad de la imagen y de los signos*". Mientras que el arte lleva representando al cuerpo humano desde los orígenes, en tanto la pintura, la escultura y posteriormente la fotografía.

Las artes toman al cuerpo como un medio sagrado y divino. En la época del renacimiento, por ejemplo, le rendía culto mostrándolo sin "defecto" alguno. Pero años después, estos ideales de belleza fueron cambiando, hasta en algunos casos llegando a eliminar todos los detalles. También hay quienes toman el cuerpo y recurren a formas burdas de representación para generar cierto impacto en el espectador. Se expone a través o por sobre él, creando esculturas, monumentos o cuadros; o con el mismo, armando performance, happening o intervenciones.

Estas últimas experiencias han sido tomadas desde el mundo de la moda para llevar a cabo desfiles con dichas características: improvisaciones con carácter de manifestación. Resulta ser uno de los tantos ejemplos por lo cual al desfile se lo considera una obra de teatro o show artístico. Siendo otro punto que la moda comparte con la rama artística.

Finalmente, otro caso donde interactúan ambas asignaturas, es en la particularidad del lenguaje visual. Es decir, el trabajo que llevan a cabo en cuanto a los colores, texturas, formas y comportamientos de ellas, los puntos

de tensión y atención; el hecho de tomar al tejido como un lienzo y trabajarlo; buscando crear un idioma donde la palabra sea sustituida por la imagen y ésta, a su vez, logre transmitir y contar una historia.

## **ARTISTAS DESTACADOS DEL ARTE ÓPTICO**

### **JULIO LE PARC, INFLUENCIA NACIONAL EN EL OP ART**

Uno de los padres de las obras cinéticas, ópticas y abstractas fue Julio Le Parc. Nacido en Mendoza, Argentina, en 1928.

Desde su provincia se dirigió a Buenos Aires, con su madre, para preparar, a los trece años, el ingreso a la Escuela de Bellas Artes Prilidiano Pueyrredón. En 1947 abandonó la escuela, desilusionado del academicismo con el que se enseñaba allí, para estudiar el arte concreto y el espacialismo de Lucio Fontana. Más tarde, en 1958, obtiene una beca del Servicio Cultural de París, ciudad en la cual se relaciona con los referentes del arte óptico: Vasarely, Vantongerloo y Francois Morellet; y la galerista Denise René. Hasta hoy reside allí.

Se presentó a la beca cuando decidieron con un grupo de amigos, del Movimiento de Estudiantes en la Escuela de Bellas Artes, viajar al centro más importante del arte. El jurado estaba conformado por los dos críticos de arte más importantes de Buenos Aires, Julio Payró y Jorge Romero, con quienes había tenido conflictos, motivo por el cual no se imaginaba buena devolución. Además, la beca era para perfeccionamiento y, generalmente, se la otorgaban a artistas de reconocimiento. Sin embargo, dejando a un lado los rencores, lo apoyaron y le dieron la beca.

Dos años más tarde, junto a sus colegas del *Groupe de Recherches d'Art Visuel (GRAV)* se dedicó a la investigación de efectos visuales de la luz, dándole pie a las artes cinéticas. Allí sustraen de manera deliberada a cualquier interpretación específica. Donde al ser humano se le decía cómo pensar, qué ver, qué interpretar; ellos propusieron romper con dicha estructura reglamentada y que cada observación sea independiente, autónoma, integrándolo en las obras y sumergiéndolos en las experiencias de las mismas. De manera tal que la conexión ya no era la misma.

Además, hay que tener en cuenta que Le Parc presenta en sus obras una relación estrecha con la política. Es decir, si el grupo GRAV aceptaba el sistema que estaba impuesto, hubiesen tenido que hacer cuadros que iban a ser valorados por los críticos de arte, vendidos por las galerías y expuestos en los museos. Ellos buscaron hacer algo que pudiese establecer una relación con la gente, sin limitarse a un círculo y sin la necesidad de hacer lo impuesto por el circuito. Es decir, existe un público acostumbrado a ir a los museos y a someterse a un funcionamiento general. Cuando va a un museo, también tiene que obedecer las reglas, porque no se puede hablar en voz alta, hacer ruidos, tocar las obras, se debe caminar despacio, entre otras. Además, deben poder interpretar lo que cuenta la obra, haber leído y comprendido, saber de historia, etc. Entonces, políticamente, el espectador continúa estando en posición pasiva, dependiente, como un ciudadano cualquiera. La propuesta política que propusieron, y siguen haciéndolo, fue, eliminar todo aquello que someta al espectador y dejarlo actuar y pensar libremente.

A fin de año del corriente que llegó a París, el *comité d'accueil* organizó una exposición en una galería de la capital. El director de dicha galería no tenía

interés en exponerlos. De hecho, les cedió un rincón, escondido y ante esto, Le Parc se consolaba pensando que a Mondrian, mientras vivía, nadie le compró cuadros y que los conservadores de los museos no hacían más que seguir y cumplir el movimiento comercial del arte. Son muchos los casos en los que el artista cobra valor con el correr de los años.

Cabe destacar que Julio Le Parc trabajó a lo largo de su carrera con distintos diseñadores o casas conocidas. Por ejemplo, en la colección Hermès Editeur, 60 ejemplares únicos de los históricos carrés sobre los que se imprimieron variaciones de su obra *La Longue Marche*, de los años 70. Luego los pañuelos fueron expuestos en el Museum der Kulturen de Basilea, Suiza.

Por otra parte, entre sus obras de mayor reconocimiento se encuentran *Luz Continua*, *Inestabilidad*, *El Movimiento* y *Arte Eléctrico*.

En una entrevista realizada al director artístico de Hermès desde 2009, Pierre-Alexis Dumas, ante el trabajo llevado a cabo entre la firma francesa y Le Parc, explica que, para él, el arte y la moda “*están íntimamente relacionados. Los artistas abren la vía: experimentan, exploran, abren el campo visual y de la percepción. Y luego influyen a la sociedad, en la cual están artesanos y creadores. Es innegable y sucede en ese sentido. Suelen ser los artistas quienes en esa búsqueda personal en solitario generan una influencia benéfica.*”

En 1966 ganó el premio de la Bienal de Venecia, lo cual le ayudó a ser reconocido en su ámbito. Si bien él no se esperaba ganar ya que, de alrededor de cuarenta obras expuestas, ninguna fue vendida. Tampoco lo tomó como algo trascendental, no estaba dentro de sus planes especular sobre ese premio para obtener importancia y conseguir beneficios económicos.

El 15 de octubre de 2012, se inauguró en su ciudad natal el *Centro Cultural Julio Le Parc*, buscando generar un nuevo sistema de consumo y de producción de bienes y servicios culturales y revalorizando el patrimonio artístico, simbólico y material. El día de la apertura Le Parc leyó:

*[...]Que los artistas están transformando el espacio.  
Que las paredes estén manchadas de pintura.  
Que los mendocinos hagan su centro.  
Que el público sea actor de esta nueva era cultural [...]*<sup>12</sup>

Refiriéndose a la importancia que le da como artista a la participación activa del espectador, cuya interpretación sea libre y permita, de esta manera, concluir la obra.

Según expone la página oficial de Julio Le Parc, Paco Rabanne, diseñador de indumentaria, en 1995 dijo que cuando él era estudiante en la Escuela de Bellas Artes de París, vagando por las calles, alrededor de los años 50 y 60, encontró nuevas formas de arte. Pero le llamó la atención, principalmente, cómo Le Parc había logrado reemplazar el pincel por acrílicos y platos. Éste nuevo tipo de arte lo inspiró para crear su primera colección de Alta Costura, porque quería en ese momento hacer ropa consistente y en armonía con las artes de sus tiempos.

---

<sup>12</sup> Le Parc J. (15 de octubre de 2012) *Textos personales: Centro Cultural Julio Le Parc*. Mendoza, Argentina.: Página Oficial. Recuperado de <http://www.julioleparc.org/>

Por otra parte, en el artículo realizado en 1962 y publicado en su página oficial, llamado *“Sobre arte-show, espectador activo, inestabilidad y programación en el arte visual”*, Le Parc opina que las clasificaciones tradicionales de arte visual como las esculturas, pinturas, etc; están desactualizadas. Se coloca de un lado el objeto u obra a contemplar y del otro al espectador. Como personajes autónomos, ninguno depende del otro. Pero, se ha logrado modificar estas limitaciones rompiendo esa barrera invisible y pidiéndole al espectador que participe, esta vez, de manera activa. Cabe resaltar que esto no trata de cambiar un “habito” por otro. La ruptura de las normas tradicionales no justifica la confusión o la gratitud. Por un lado, se encuentra el concepto de la relación entre espectáculo y arte, mientras que, por el otro, el del vínculo entre espectador activo y artes visuales.

Según explica el artista de manera textual, en el artículo ya mencionado, *“la concepción y la realización del trabajo deben responder a una idea clara, su visualización debe hacer constar en la percepción del espectador y la participación de este último tendrá que tener lugar en un tiempo correspondiente en calidad a la totalidad”*.

Hoy en día existen distintos tipos de espectador que van desde la simple contemplación hasta el "trabajo del espectador" a través del "estímulo del espectador", el "desplazamiento del espectador", el "activado por espectador", el "espectador-intérprete", entre varios. Se modifica el papel del trabajo y el del público. Vivir la participación activa de una obra es quizás más importante que la contemplación pasiva y puede desarrollar en el público sus condiciones naturales creativas.

Según él, hoy en día nos estamos alejando de las normas estéticas o antiestéticas porque, ahora, después de decenas de años de arte moderno, se llegó al punto en que todo puede considerarse arte y los postulados simplistas pueden evadir el problema diciendo que dormir es un arte; esta elevación a la categoría artística de cosas y hechos de la vida cotidiana tiene la contradicción intrínseca de querer, por un lado, negar las obras de arte y, por otro lado, mantener los valores y transformar todo en arte. Si bien el arte es sinónimo de liberación, pero es una libertad particular. Una libertad que tiene sus normas, sus límites y romperlos trae horas de discusión. ¿Qué se discute exactamente? Si existen millones de definiciones con respecto al arte. Justamente, lo que rescata Julio Le Parc es el hecho de que éste haya dado esta apertura, que se incluya al espectador, que la obra muestre más de lo que quiso decir el artista en sí.

En el libro *Julio Le Parc, obras cinéticas*; cuenta en la entrevista realizada por Hans-Michael Herzog que se introdujo al mundo del arte cinético y óptico por distintos motivos. Primero, estudiaba en la Escuela de Bellas Artes en Argentina donde estaba el movimiento de arte concreto, es decir, una tendencia dentro de lo que era la pintura abstracta. A su vez, tenía un profesor llamado Fontana y les fomentaba ideas sobre el espacialismo, con la idea de apartar el arte del caballete y la pintura, e intentar captar el movimiento y el tiempo como lo esencial en la obra. Luego, asistió, en esos tiempos, a una exposición de Victor Vasarely, llevada por Romero Brest, quien más tarde fue jurado de Le Parc en la Bienal de Venecia que ganó. Esta muestra le significó un impacto, debido a que el arte geométrico que se hacía hasta ese entonces en Argentina era una prolongación del constructivismo. Mientras que Vasarely era completamente distinto. Asimismo, leyó sobre Mondrian, Kandinsky, y otros

artistas, que se inspiraban en Victor Vasarely, diferente a lo ya conocido. Allí surgió la necesidad de desarrollar elementos simples, buscando y cambiando constantemente lo que creaban. Encontrando que el movimiento era la solución ideal para aquellos problemas que se planteaba.

Con la luz no fue así ya que nunca se propuso jugar con ella, sino que fue un resultado de probar, errar y mejorar.

Al principio, con el GRAV, mostraron interés por el movimiento, luego lo relacionado a la óptica y la luz y, se sumó, después, la necesidad de incluir al espectador; y manteniendo siempre el uso de materiales simples para no ser dominados por los medios técnicos o electrónicos. Logrando, así, un juego con el espacio, el tiempo y la luz.

Las obras cinéticas de Le Parc son objetos e instalaciones fabricados con los materiales más simples. Surgieron de su interés por experimentar con materiales, un proceso en el que el artista exploraba las leyes físicas empleando dispositivos mecánicos, cuya atracción estaba influenciada por la pintura constructivista y Victor Vasarely, entre otros exponentes del Arte Óptico. Sus obras las clasificó por “móviles”, “obturadores”, “materiales impulsados mecánicamente” y “lámparas móviles”.

Con móviles hace referencia a aquellas obras que tomó el concepto de estructura de superficie, asociado a la pintura, y le dio forma material. Tanto el movimiento como la luz y los reflejos no eran controlados.

Por otro lado, las obras de categoría “obturadores” serían los trabajos construidos del mismo modo que los demás, pero con diferentes superficies de proyección.

En cuanto a la categoría “materiales impulsados mecánicamente”, alude a las obras que poseen motores que activan elementos de madera o metal a los que se les sujetaban tiras de acrílico y de aluminio reflectivos o con color a fin de crear un efecto lumínico determinado. Este efecto fue uno de los primeros que utilizó Le Parc al comenzar su carrera.

Mientras, “lámparas móviles” sugiere el uso de los recursos técnicos que ofrecen las fuentes de luz.

Por el tipo de construcción, las obras del artista Julio Le Parc podrían formar parte de la “época mecánica”, pero su modo de representar tiene más parecido con los “nuevos” medios. Las obras lumínico-cinética pueden llegar a compararse con un instrumento musical y el efecto lumínico con el sonido producido. Ambos casos son efectos fugaces que se generan constantemente. Por lo cual, una obra lumínico-cinética de Le Parc es un objeto creado con el fin de reproducir determinado efecto visual uno tras otro, y siendo uno distinto del anterior. Motivo por el cual no es solo un “instrumento” que reproduce un efecto visual, sino, mejor dicho, se trata de un “objeto” en sí mismo, como lo consideraba el artista.

## **VICTOR VASARELY, PADRE DEL ARTE ÓPTICO**

En el trabajo de Margarita Ibáñez Tarín, profesora de historia del arte titulado “*Vasarely: de la abstracción geométrica a la utopía social*” Vasarely nació en Pecs, Hungría, en 1906 y murió en París en 1997. Su nacimiento se dio dentro del contexto del antiguo régimen: latifundismo, feudalismo, instituciones autoritarias.

A lo largo de sus creaciones fue un incomprendido por sus contemporáneos. El contexto social, político y económico le significaba una gran influencia para

tratar en sus obras ya que era políticamente activo. El artista se trasladó a París en 1930 y es allí donde comenzó a trabajar en publicidad gráfica y a investigar los efectos visuales en el diseño gráfico.

Es importante destacar el contexto en el que se encontraba: en 1930 se da la conocida "Crisis del '30" o también denominada La Gran Depresión por la caída de las acciones en la bolsa de Wall Street en Nueva York, reconocido como el Martes Negro. Viéndose afectadas todas las ciudades que dependían de Estados Unidos, inclusive el mismo país, aumentando el desempleo, dándose la sobreproducción por la disminución de la demanda, la caída de los precios, entre otros. Siendo la más afectada la industria del sector primario, es decir, todas aquellas actividades económicas relacionadas con la recolección o extracción y transformación de los recursos naturales con poca o ninguna manipulación como la agricultura, ganadería, apicultura, entre otros. Debido a la crisis económica a nivel internacional, Vasarely continuó trabajando como diseñador gráfico hasta 1944, año en el cual llevó a cabo su primera exposición en París, organizada por la curadora y especialista en arte cinético y óptico y quien luego sería su amiga de confianza y organizadora de las más importantes exposiciones, Denise René. Dicha muestra fue la que le dio el impulso para sumergirse en el mundo artístico, siendo reconocido tanto a nivel nacional como internacional; y permitiéndole, a partir de allí, dedicarse completamente a sus investigaciones pictóricas.

Al principio, hasta 1947, exploró por el terreno del cubismo, futurismo, expresionismo y realismo. Pero, sin éxito alguno, se dio cuenta de que su interés estaba en la abstracción geométrica.

Tras la segunda guerra mundial, Vasarely prefirió seguir desarrollándose como un artista libre y no volver a Hungría, sino quedarse en la capital francesa, ya que se había instaurado el régimen socialista y, a pesar de compartir gran parte de los ideales, no se sentía identificado por el mismo. Además, ya para la década del 50 y 60, en Europa se estaba dando el periodo del Bienestar Social. Es decir, debido al crecimiento económico que era notorio, hubo un gran incremento de la demanda y por lo tanto del consumo. Esto, a su vez, significó en el mundo del arte la aparición de nuevos puntos de vista, nuevos conceptos y críticas como, por ejemplo, el de "*arte como mercancía*". En esta época las obras de Victor alcanzaron su máximo reconocimiento, adquiriendo una gran difusión dentro del mundo del diseño, la publicidad, la moda, entre otros.

En 1965 se llevó a cabo la muestra "*The Responsive Eye*" que dejó al movimiento cinético como la primera tendencia artística internacional después de la Segunda Guerra Mundial, colocando a Vasarely como protagonista.

Al analizar la historia del arte, es posible ver que la abstracción geométrica, en la que hacía hincapié el creador del arte óptico, no fue una invención del siglo XX, sino que ya estaba presente en las culturas más antiguas como es el caso de la cerámica neolítica. También, por ejemplo, ya en el Timeo, es decir, un diálogo escrito por Platón, se describen las formas geométricas elementales como unidades estructurales del orden cósmico. Este concepto, de que la belleza universal solo era posible lograrla mediante la armonía de formas y colores elementales, se puede ver en la teoría de la pintura abstracta.

Entonces, si bien la abstracción, las formas geométricas y lineales, siempre existieron; y los recursos ya eran utilizados, fue Victor Vasarely quien con estas técnicas creó el mundo de las ilusiones ópticas.



Él tenía la capacidad de interpretar formas figurativas en un mundo abstracto, llegando a ser comparado por este motivo con el gran artista del Renacimiento, Leonardo Da Vinci. Es decir, su interés y obsesión por los fenómenos ópticos lo llevó a reconocer en los azules agrietados de la estación de metro de Denfert Rochereau en París figuras intrínsecas. A su vez, el padre de las ilusiones ópticas, se inspiraba y estudiaba a Seurat, artista francés que fundó el Neoimpresionismo, y era un estudioso de las teorías científicas del color, innovador en la composición, la organización de las formas, líneas y espacio. Llegando a la década del 20, Vasarely fue incluido junto a otros artistas como Mondrian y su gran referente, Malévich, al grupo "Section d'Or". Los artistas fundamentaban el arte en relación a los números, las medidas y distintas teorías matemáticas.

El creador del juego visual reconocía a Kazimir Malévich como influencia directa de sus obras y estudios. Por este motivo, le dedicó el "Homenaje a Malévich", obra de la cual llevó a cabo en varias versiones entre los años 1952 y 1958. Malévich irrumpió su propia teoría suprematista en el mundo del arte en el año 1915, considerando que *"el sistema suprematista se construye en el tiempo y en el espacio sin depender de bellezas estéticas, de emociones o estados de espíritu"*.

En la obra denominada "Homenaje a Malévich" Vasarely presentó una imagen que a primera vista era simétrica y estática, compuesta por cuadrados, rectángulos y un rombo. Con la misma logró convertirse en el último eslabón de la tradición abstracta y geométrica, ya que Malévich creía haber terminado con su teoría, hasta que Vasarely descubrió que, al hacer girar el cuadrado en torno a su propio eje sobre la superficie del cuadro, lo transformaría en un cuadrado en movimiento, dándole una segunda dimensión.

Más allá del reconocimiento a nivel mundial, Vasarely era un incomprendido y las críticas no tardaban en llegarle, por tratarse de un artista que fusiono el arte, el movimiento, la participación del espectador, la matemática, geometría y la tecnología. Solo era el decorador de imágenes, el técnico en grafismo. Pero fue quien impulsó un nuevo concepto de arte, siendo una de las vanguardias que mejor supo anticipar las tendencias.

Para Víctor Vasarely, el arte estaba al servicio de la ciencia. Él fue un gran lector de las teorías de Einstein, Heisenberg, Niels Bohr, Wiener, entre otros; ya que quería entender la teoría de la relatividad y la mecánica cuántica. A su vez, tenía gran interés por todo lo relacionado a la astronomía, motivo por el cual tituló sus obras de la década del 50 con nombres de estrellas, constelaciones o nombres geográficos del planisferio.

A pesar de las teorías científicas en las que se basaba para crear sus obras, y la insinuación a la tecnología, él no utilizaba equipos electrónicos u ordenadores para llevarlas a cabo. Para él, la obra original ejercía el efecto sobre el observador, siendo capaz de cambiar la sociedad. Con el objetivo principal de trasladar el arte a la vida cotidiana, sin ser elitista, que esté al alcance de todos y sea "democrática". No quería que se aplique el concepto de individualismo dirigido hacia una artista, ni considerarlo el único genio. Victor buscaba superar las ideas de artista-genio y de obra individual, por lo que se consideraba que llevaba a cabo un "arte democrático" a través de la unidad plástica, ya que era de fácil reproducción o copia y era posible difundirlo cuantas veces se quisiera, siendo, a su vez, de fácil comprensión y dejándolo a libre interpretación de acuerdo a cada espectador.

A lo largo de su carrera compuso el “alfabeto plástico”, basado en tres polígonos regulares: el cuadrado, el triángulo y el hexágono, que puestos unidos, uno con otro, llenan un espacio vacío sin dejar huecos en el medio. Luego, Vasarely, añadió el círculo y, más tarde, el paralelogramo y la elipse. La idea se basaba en la posibilidad de poder realizar un trabajo a partir de cierto número dado de elementos, que después se puedan reorganizar para lograr un trabajo completamente distinto.

Si bien, él buscaba que el arte esté en manos de todos y le molestaban las viejas ideas elitistas de la propiedad, lo individual y el valor mercantil; la adquisición de arte contemporáneo significaba una inversión a largo plazo y segura. Por este estilo, siguiendo el consumismo, Vasarely era más conocido por la reproducción que se hacía de su obra en numerosos productos como portadas de libros, revistas, discos, muebles, entre otros; que como artista.

Los últimos años de su vida, los dedicó a perfeccionar sus motivos estudiados y a diseñar su propia fundación en Aix en Provence, donde pudo trasladar sus principios plásticos a la arquitectura; y, en cierta parte, marcó la culminación de sus ideas sobre la integración del arte en la ciudad.

El arte de Vasarely es, entonces, un engaño. Es decir, un engaño justificable y con buen sentido, o por lo menos él logró que así sea. Creó mentiras visuales y consiguió crear y aumentar el interés por el arte de parte de los espectadores.

#### ESTUDIO DE CASOS: *¿QUIÉNES TRABAJARON CON ARTE ÓPTICO?*

Actualmente, diversos diseñadores de indumentaria nacionales e internacionales trabajan en conjunto con artistas en todas sus colecciones o solo en algunas de ellas. Resulta frecuente que se relacione al diseño con el arte, colocándolos dentro de un mismo ámbito debido a que, a pesar de sus grandes diferencias, tienen ciertos puntos en común.

Es el caso de Martín Churba y Jéssica Trosman, quienes fueron socios por tres años y ambos son fieles a la relación entre el arte y la moda, con enfoque en el textil; y en cuanto al ámbito internacional, Rei Kawakubo para Comme des Garçons y Walter Van Beirendonck, son dos diseñadores que fusionan constantemente en sus trabajos ambas disciplinas.

#### **JESSICA TROSMAN**

Trosman, por un lado, traductora pública nacional y diseñadora, nació en Buenos Aires en 1966. A los doce años se mudó a Miami, donde estudió diseño de moda. Destacada en moda avantgard, hoy en día su idea principal es desarrollar un área que no tenga que ver con lo que ya existe en lugares comerciales, como en los shoppings. Su enfoque principal está en la moldería, pero sin dejar de lado lo textil. Es decir, presenta conceptos más morfológicos que textiles. Motivo por el cual, suele trabajar a la par con distintos artistas o inspirarse en ellos.

En Argentina lanzó Trosman-Churba junto con el diseñador argentino Martín Churba, y sus colecciones se vendieron en 40 puntos multimarcas de lujo en el mundo entero. En el año 2000, el dúo ganó el Premio Tijeras de Plata al Mejor Diseñador de Moda.

Más tarde, en el 2002, Jessica compró su parte a Martín Churba y lanzó su marca homónima.

Las bases fundacionales de su nuevo proyecto –diseño investigado, complejidad textil y un profundo interés por las necesidades de la mujer-

hicieron de esta etiqueta una sensación nacional e internacional que la llevó a ser elegida entre los cien mejores diseñadores del mundo para libros de moda tan influyentes como SAMPLE (Phaidon Press, ed.) y FASHION NOW (Taschen, ed.). En 2011 Jessica vendió la marca Trosman a un grupo nacional para concentrarse en su propio laboratorio de investigación y desarrollo textil. Con éste, desarrolló intervenciones textiles únicas para Rick Owens, Chanel y una serie de marcas latinoamericanas. En agosto de 2013, Jessica Trosman lanzó JT, en la cual creó una colección inspirada en el op art, como tema conceptual. Esta línea se basó en estampas, el blanco y el negro dibujando tramas horizontales, en zigzag y con diferentes grosores y complementándose con paneles de transparencias, fieles tanto a dicho movimiento artístico como a las tendencias de la temporada del corriente año. Con una geometría que se da a partir de la superposición de planos para generar volúmenes que cobran vida propia y generan recorridos dinámicos, especialmente cuando están en movimiento en la tela y en el cuerpo. Respetando, a su vez, su manera de trabajar, por lo cual no usó únicamente las estampas para generar efectos ópticos, sino también incluyó el juego en el trabajo con la moldería y su función en el cuerpo de la persona.

También, recibió el Premio Estilo Profesional 2013, entregado por la Comunidad de Tendencias de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo y desde el año 2014 es miembro del Comité Académico de la Moda, iniciativa desarrollada por la Facultad DyC

Posee múltiples puntos de venta, treinta exactamente. Vende en Corea, Taipei, Hong Kong, Egipto, Los Angeles, Chicago, Milán, Viena, entre otros.

Trosman suele trabajar en 3d y diseñar prendas volumétricas, con el fin de que sea cómoda para vestir a lo largo del día. Las mismas por lo general son en negro, blanco y a veces colores, dependiendo la colección. Pero sus preferencias se enfocan en ambos valores.

Siempre sigue el mismo idioma a la hora de diseñar y situaciones de uso, solo renueva el concepto.

Además, no se interesa por las tendencias. En una entrevista de la revista Noticia y publicada el 2 de octubre de 2015, dijo que a ella le gustaba que una prenda de su marca de 2002, o de cualquier otro año, pueda seguir gustando y que esto no dependa de la tendencia: *“cuando un diseño es genuino es fácil que te guste siempre. No me divierte que se diga que algo se usa o no se usa. Detesto eso”*. Es decir, que suceda lo mismo que con una obra de arte: que no pierda valor e función del tiempo.

El tipo de usuario a quien está destinada la marca es para una mujer fuerte, independiente, informada, con la cabeza abierta y un ejercicio visual que le permite entender la indumentaria de JT. Diseña tanto para chicas de 18 como para mujeres de 70, sin limitarse a un solo tipo de cuerpo.

Dentro de su local principal, de los percheros cuelgan prendas ensambladas con evidente creatividad. Todas tienen varias posibilidades de uso y resultan fascinantes, convirtiéndolas en creaciones artísticas. Los diseños se relacionan con el cuerpo de una manera escultural y dinámica. Además, no se trata de una propuesta extravagante, sino que se dirige a una mujer que desafía las reglas con un punto de vista y una libertad única. Trosman aclara que se inspira mucho con lo japonés, lo que es genuino, arriesgado, todo aquello que sea una construcción que no se logra entender bien como se hizo, pero resultan interesantes. *“No tiene que ser sumamente loco ni tiene que tener un*

*3D exagerado, pero si ser algo interesante a mi ojo y que me de placer ver”* cuenta Trosman en la entrevista de El Cronista realizada en agosto de 2017.

Jessica Trosman se inspira en todo lo vinculado con la creación de un cuerpo, en aquello que se relacione al esqueleto, desde las ciencias naturales a la arquitectura, siempre atravesada por el arte. Todas las situaciones de construir las piezas y formar un todo son las que le interesan.

En la tesis se hará un análisis de la colección primavera-verano 2013 debido a su trabajo en relación con el arte óptico, entre otros conceptos. Dicho conjunto de líneas, presenta un juego de texturas notorio, con estampas que se sintetizan en blanco y negro. La diseñadora se inspiró en la cultura japonesa y las tribus urbanas.

Expone, a su vez, planos de colores plenos, siluetas insinuantes y volumétricas con formas rectas y triangulares y sus largos modulares constantes hasta los pies. Es decir, combina múltiples cortes y formas.

Además, en la colección se ve el punto de tensión en el torso. Consta, también, de superposiciones entre las prendas y en cada una de ellas entre recortes. Asimismo, gran parte de lo diseñado exhibe un juego entre texturas, las cuales muchas generan volumen que cobran vida propia y generan recorridos dinámicos, especialmente cuando están en movimiento.

La línea se recupera y sintetiza en estampas, el blanco y el negro dibujando tramas horizontales, en zig zag y con diferentes grosores y complementándose con paneles de transparencias, fieles tanto al op art como a las tendencias de la temporada en la que fue creada.

En cuanto al juego visual, este se genera en ya sea por el recorte de la prenda como por las estampas. Ya de por sí, la moldería crea el volumen en la prenda y la ilusión de movimiento hasta estando estático. Se superponen las piezas de las prendas que poseen distintas estampas entre sí. A su vez, algunas telas fueron intervenidas en el laboratorio textil de la marca, presentando acabados engomados. No se utilizaron textiles sintéticos, ya que la marca no hace uso de los mismos en ninguna colección.

Cabe destacar que las fotos de la campaña fueron capturadas en un espacio estilo fábrica o depósito industrial.

La colección podría dividirse en tres partes: la de los colores plenos, la de las texturas y, por último, la de prendas en blanco y negro con juegos lineales.

Según la propia diseñadora de la marca y, por consiguiente, la colección, en una entrevista a la revista “Zarpado”, la misma incorpora el desarrollo textil y su pasión por la arquitectura y el arte. Cuyo enfoque se da en una mujer moderna, atrevida y con personalidad fuerte que vive en la ciudad.

Buscando romper con lo acostumbrado a vestir y comprar, alejándose de la “moda de shopping” y creando prendas que no se logran entender a simple vista su construcción. Porque su manera de ver la moda es esa, no comprender su forma, siendo algo más bien escultórico e inspirada a todo lo vinculado con la creación del cuerpo, desde el esqueleto hasta en donde habita y su arquitectura.

## **MARTIN CHURBA**

Martin Churba, quien es diseñador gráfico, estudió artes escénicas y actualmente, entre otros proyectos, es dueño y creador de la marca Tramando, la cual es considerada por él mismo “la usina del diseño”. Su pasión está en la industria textil, cuyo sector se vio revolucionado gracias a él. Muchos lo

reconocen como “el artista textil”, quien siempre encuentra un vehículo diferente para transmitir sus ideas.

Martin Churba en una entrevista exclusiva para el diario Clarín, publicada el 15 de diciembre de 2010, explicó que ellos abren su casa y la vinculan al arte: *“porque nos alimentamos del arte y porque nuestros clientes y amigos también se alimentan del arte. Como yo también soy un artista, tomo el vidrio del fondo de la boutique y realizo un gran mural de pintura en vivo. Uso los vidrios como mono copias, que son copias únicas, e imprimo telas que después se ponen a la venta”*.

El diseñador y artista se inspira en los materiales laminares, termoplásticos, textiles; que sean reflectivos, con relieves, volúmenes, entre otros. Interviniendo el textil desde lo superficial: aplicándole grafica o dándole otro tipo de textura o volumen, mezclando colores y que estos produzcan efectos, o lo que fuese que signifique cambiar completamente el textil a tal punto que se origine uno nuevo. Convirtiéndose, entonces, en la impronta de la marca. Además, a lo largo de los años los más reconocidos artistas contemporáneos han colaborado con Tramando aportando su creatividad y sensibilidad al universo de la marca.

Cuando él nació, su familia en ese entonces ya estaba revolucionando el mundo del diseño.

Estudió por siete años arte dramático pensando que de esta manera iba a buscar su propio camino, creyendo que la escena y la actuación era lo más diferente a la estética y el diseño. También para alejarse de la herencia del diseño familiar.

A los 22 años descubrió su vocación en el material textil, convirtiéndose en “un soñador a través de la tela”. De esta manera comenzó a abrirse a un público, mostrando sus diseños personales.

En los noventa fundaron, junto a Jessica Trosman, la marca TrosmanChurba. Sus diseños llegaron a Nueva York, Paris y Tokio y eran los referentes del nuevo diseño textil en Argentina. Pero, años más tarde, en 2002 se separaron y cada uno siguió su marca.

*“Lo primero que me pasó fue enamorarme de la materia textil como superficie para expresar lo pictórico y sobre todo poder hacer trucos o transformaciones de la materia. A partir de ahí, comenzó a enredarse toda la trama que termina en ésta compañía, en donde básicamente estamos orientados a hacer, en el negocio de la moda, una propuesta que, con este valor textil diferente, puedas realmente evolucionar a la vez que sirve a la causa del negocio que esto es lo más delicado, como sigue esa trama artística dentro de un proyecto comercial. Y en eso es donde trabajo con más esfuerzo, lo creativo a veces aparece como bastante catártico y lo comercial es todo lo contrario y hay que sincronizar esas pulsiones que tienen naturalizadas tan distintas”<sup>13</sup>*

Churba dejó de lado la producción a escala industrial para concentrarse en una tarea que definió como "arte textil", con un equipo de 30 personas.

---

<sup>13</sup> NN. (10 de noviembre de 2015) *Martin Churba: “La innovación es el capital del trabajo creativo”*. Buenos Aires, Argentina. Multitaskers, American Express. Recuperado de <https://www.amexcorporate.com.ar/multitaskers/nota.php?id=265&cat=2>

En el año 2003 fundó Tramando, que trabaja sobre la base del diseño textil y dentro de los estatutos para formar la compañía, se habla de la trama social como un espacio de nexo para generar relaciones con lo comunitario.

Por otra parte, hace varios años se ve acompañando a “La Juanita”, una cooperativa de desocupados en la cual participa de manera activa. Según Martín, al crear una propuesta con identidad, si no se tiene lazos con tu comunidad, es difícil lograrla. Para el diseñador, esto se transforma en algo inspirador porque todo el trabajo social tiene que ver con aplicar creatividad y resoluciones en otros tipos de circunstancias, de proyectos o entornos. Cuando abrió Tramando, el proyecto tenía intenciones y una visión internacional, entendiendo que contarle diseño al mundo no se podía hacer de otra manera que haciéndolo parte de un entorno. Según el creador de la marca, resultaba casi ridículo imaginar venderle diseño al mundo, a las capitales de moda, nutriéndose de las revistas que ellos mismos generan. El colectivo y el espacio que la empresa tenía iba a ser el lugar donde más se podían nutrir, usando el diseño como un medio de reinserción social, de queja, de manifestación.

Por ejemplo, Martín Churba se reunió un día con Toty Flores, un piquetero que buscaba la reinserción social y que se visibilice a quienes menos podían. Ambos, tenían en cuenta los prejuicios que había entre ellos, por lo cual sabían que transitarlo no iba a significar una tarea fácil. Tramando buscaba ayudar y entrar en la vida de muchas personas. El proyecto que llevaron se denominaba “la Juanita”. De parte de la indumentaria, primero hablaron de la ropa de trabajo y qué relación tenían entre sí; y así fue como apareció el ícono del guardapolvo.

Porque según Churba el guardapolvo permitía igualarlos en el trabajo, conservando la identidad de cada persona, con registros muy fuertes para ellos. Este indumento se relaciona a los maestros, científicos, médicos. No diferencia la clase social. Cuando diseñaron en conjunto el nuevo ícono del guardapolvo, dándoles una nueva identidad, encontraron un nuevo medio de expresarse. Por un lado, como ya se mencionó, Toty Flores y su cooperativa buscaba generar una igualdad social, desarmar los prejuicios e integrar. Desarrollaron, también, un programa durante tres años denominado “pongamos el trabajo de moda para siempre”, armando un nuevo mundo donde se creaban diálogos innovadores para aprender a conversar. En esos tres años exportaron guardapolvos a Japón, vistieron a la ópera de Evita de Tokio, salieron en el box de Japón y otros lugares.

El concepto se basaba principalmente en que uniendo las partes del guardapolvo estaban construyendo una herramienta de trabajo para ellos y para otros, lo cual los hacía parte del sistema y creaban, a su vez, un nuevo lenguaje.

De esta manera resulta notorio ver cómo Churba utiliza el diseño textil y de indumentaria como un nexo con los conflictos sociales, como manifestación y expresión. Considerando, asimismo, al cuerpo como el medio en el cual se sostiene la obra. Asimismo, se unió a los principales usuarios para vivenciarlo de cerca, para entender y que ellos formen parte de la “obra”.

El estilo abarcador de Martín Churba reúne una unidad de diseño textil, el diseño de indumentaria, de objetos para vestir la casa y la consultoría de imagen y el diseño de campañas para empresas. Además, sus colecciones de vanguardia son presentadas en performances escénicas y comercializadas en sus locales de Argentina. Mientras, a su vez, muchos de sus productos se

exportan a diversos países teniendo como principal destinatario a Japón. También, a lo largo del año, presenta sus colecciones de indumentaria y de objetos para la casa en las más reconocidas ferias del mundo.

En Argentina, Tramando cuenta con cuatro tiendas propias en Buenos Aires y participa en una red importante de tiendas multimarca en el interior del país. Sus desfiles siempre se destacan por su puesta en escena mezcla de Couture y performance artística. Internacionalmente, la firma exporta a Japón, a través de HP FRANCE, su distribuidor exclusivo en los últimos 10 años. La marca también tuvo presencia en prestigiosas tiendas como L'Éclairer, Penélope, Luisa Vía Roma y L'Exception.

En diciembre de 2014, Tramando dio un paso más con la apertura de una tienda insignia de 150 M2 en Dubái, la capital del lujo de Medio Oriente. Además, hoy en día, es la marca de ropa de diseño líder en su mercado local y la insignia argentina con mayor resonancia internacional.

En el laboratorio textil de la marca en la cual Martin Churba es el director creativo, se experimenta con distintas técnicas y tratamiento de las telas: teñido de seda artesanal, estampación con sublimación y termo transferencia, aplicación de piedras y ornamentos, trabajos en fieltro, plisados. Esta investigación, tal y como propone la empresa, busca desafiar los límites textiles y permite la realización de piezas con fuerte impronta art chic.

La firma goza de una línea denominada Art Couture, la cual se trata de una colección exclusiva que lleva a cabo la marca y que combina creatividad e innovación textil. Es un encuentro entre moda y arte contemporáneo donde las piezas, hechas artesanalmente sobre maniquí, son únicas y para ocasiones especiales. La colección de alta costura de 2015 inspirada, en parte, en el arte óptico. Si bien, no es notorio a simple vista el trabajo con esta vanguardia, ya que no utilizó estampas que hablen literalmente de la misma; sino que se ve en el trabajo textil en cuanto a texturas y volúmenes, y el juego visual u óptico que se genera a partir de la producción con la moldería.

En este conjunto juega un rol importante lo artesanal y el juego visual a partir de lo que se genera con las prendas. Fiel a lo que hace diferenciar su marca de otras, se destaca la estampa y el trabajo que hay en ella.

Art Couture es un equipo de diseño formado por Martin Churba, como director creativo, y Yamila Haddad y Juan Hernández Deals.

La marca piensa en una mujer que no se uniforma, quiere esa mezcla de sentirse libre, pero con la alegría de la *libertad*. Según explica el diseñador en una entrevista dada para *La Nación*, “*vestirse puede ser un trámite o una oportunidad*”. Donde las prendas permiten nuevas conjugaciones, otras léxicas vestimentarias y otros ritos. El hecho de que una prenda se pueda usar de día o de noche y, así, abrir el juego en el que se pueda crear el propio look, historia y energía visual. Para la marca, el indumento es la piel social y de alguna manera Tramando te permite usar esa piel con libertad.

Si bien la colección Art Couture se trata de Alta Costura, no deja de tener el lema de Tramando. Una mezcla entre lo artístico, lo artesanal, el juego visual, la superposición. Además, algunas prendas son adherentes y otras insinuantes. En aquellas que posee textura visual, no es posible reconocer con exactitud en qué momento la estampa cambia de una a otra. Cumpliendo la

filosofía de la marca, se genera un mix lúdico entre texturas, estampas y colores.

La paleta de colores se extiende desde blanco, negro y grises a celeste, violeta y azul. Presenta túnicas de seda, plisados estampados, “elastic esculturas”, engomados, trenzados, entre otros.

El trabajo textil produce lo que se conoce como “efecto moiré”. Es decir, en parte de la colección es posible ver un patrón de interferencia que se forma cuando se superponen dos rejillas de líneas generando ilusiones ópticas.

Porque como toda creación llevada a cabo en la marca y cumpliendo lo que describe la misma página oficial: *“generamos efectos ópticos y táctiles que despiertan emociones e incitan a experimentar nuevas sensaciones [...] “Second skin clothes” para una mujer moderna y activa.”*

Martin Churba es, entonces, un artista textil cuyos diseños que, además de significar una ruptura constante de los parámetros establecidos y enfocarse en lo social; se conocen tanto a nivel nacional, así como internacional.

## INTERNACIONAL

### COMME DES GARÇONS

Comme des Garçons es una marca japonesa de indumentaria, fundada por Rei Kawakubo. Ella es una diseñadora autodidacta que comenzó su carrera como publicista en la década de los 60. Actualmente su sede central se encuentra en Tokio, con una sucursal en París. Además tiene varias tiendas conceptuales en ciudades como Kyoto, Osaka y Fukuoka, fuera de territorio japonés cuenta con tiendas en ciudades como Nueva York, Hong Kong, Beijing, Seúl y Manila.

En cuanto a *negocio o tienda conceptual*, éste hace referencia a un local donde conviven el arte, la cultura y la moda siguiendo el estilo de la marca y generando en el consumidor la sensación de que se encuentra en algo más allá que un simple local de ropa.

La marca fue fundada en 1969 y empezó a ser reconocida pocos años más tarde, en 1973. Abrió su primera tienda únicamente para mujeres, en 1975, y tres años más tarde amplió su empresa con la línea para hombre. Actualmente sus colecciones son diseñadas en el estudio ubicado en Aoyama, Tokio y son manufacturadas en Japón, Francia, España y Turquía, bajo las decisiones de Rei Kawakubo; conocida como la líder en lo que se llama “diseño conceptual”. Ella afirma en una nota para El País, que *“no necesitas hablar conmigo. Sólo tienes que mirar la ropa. Lo que quiero decir está ahí”*<sup>14</sup>, refiriéndose a sus diseños confeccionados como medios de expresión.

Desde que Rei Kawakubo ingresó al mundo de la moda, se dedicó a descontracturar y romper los esquemas y cánones establecidos por la sociedad en cuanto al género, la belleza y las formas de construcción. En 1981, un año después de que se traslade a París, presentó sus diseños que resultaron un escándalo para el público ya que carecían de todos los ideales occidentales de feminidad de las décadas de 1970 y 1980: belleza, encanto, sex appeal. En ese entonces, la prensa habló de una estética “post-Hiroshima” de pobreza y

---

<sup>14</sup> De La Torriente E. (1 de octubre de 2006) *Comme des Garçons: Radical y libre*. Diario El País. Recuperado de [https://elpais.com/diario/2006/10/01/eps/1159684027\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2006/10/01/eps/1159684027_850215.html)



destrucción. Las prendas aparecían hechos girones y reinaba el negro. Además, forma y estructura primaban sobre el color. Comme des Garçons significaba lo opuesto a la imagen que se suponía que tenía que dar la mujer; y sus prendas parecían más al ámbito de la escultura que al de la costura porque eran auténticas obras de arte.

Rei Kawakubo desafió siempre la silueta dominante de la época, usando las telas de un modo ingeniosos para crear una estética distinta consistente en revelar y ocultar al mismo tiempo.

Más allá de las críticas iniciales, a mediados de la década de 1980, la marca ya se inclinaba hacia la fama internacional. En 1985, Kamakuwo presentó su primer desfile en Estados Unidos y al año que lo siguió ganó el premio Fashion Group International Award. En este entonces, la ropa quedaba casi como segundo plano debido a que la marca se destacaba, también, con las revistas de autor y la fotografía de vanguardia.

En el año 1992, la diseñadora presentó prendas que parecían los moldes de papel. Tres años más tarde recibió fuertes críticas por parte de la comunidad judía, ya que exhibió modelos masculinos con el pelo rapado y pijamas de rayas, siendo para ellos una ofensa. Más tarde, en 1997 mostró en la pasarela parisina unos conjuntos con rellenos bulbosos que escandalizaron a un público creyente de haber visto todo.

Por otra parte, siendo notoria la relación que tiene la marca mencionada con el arte en general, cabe destacar que en 2016 en el Museo Metropolitano de Nueva York se llevó a cabo una exposición dedicada a dicha diseñadora y su larga trayectoria en el área del diseño de indumentaria.

Siguiendo la línea entre el arte y el diseño de indumentaria, en el Museo Metropolitano del Arte de Nueva York, en 2017, se efectuó lo que se conoce como "The Met Gala" donde se rindió homenaje a la líder y cabeza de Comme des Garçons. Allí se expusieron diseños cuyo concepto principal fue el arte óptico, dejando en evidencia que las piezas de diseño en el que la idea está relacionado a la mencionada vanguardia, se consideran de exposición y cobran sentido cuando el espectador toma una actitud activa frente a la misma.

Hoy en día, Kawakubo continúa confundiendo por igual a los críticos del diseño de indumentaria y a sus admiradores. Como, por ejemplo, cuando diseñó un vestido para la muñeca Barbie que formo parte de la colección Jingle Flowers o al colaborar con la cadena HyM en una colección de prêt-à-porter. Pese a resultar una persona "polémica", resulta ser una persona que prefiere hablar a través de sus diseños y resguardarse de la prensa. Rara vez se deja fotografiar o entrevistar ya que para ella su espacio de expresión es la indumentaria.

Rei Kawakubo, a menudo descrita como una artista conceptual, siempre ha buscado transgredir e innovar en cada colección.

Las tiendas Comme des Garçons en Japón, en Europa y Estados Unidos son lugares que están hechos como espacios de arte por arquitectos que piensan el lugar como una experiencia. Si bien tienen producciones ligadas a la moda, pero también relacionadas a otras métricas o a otras disciplinas. Son muy libres y se vuelven espacios muy enriquecedores.

En cuanto al arte óptico, Comme des Garçons materializó dos colecciones en distintos tiempos cuyo concepto se basó en dicha vanguardia. La primera en el año 2001 y la segunda en 2013. Dado que nuestro enfoque se basa en los últimos diez años, se hará mayor hincapié sobre ésta última, aunque Optical Shot no se dejará de lado.

Rei Kawakubo diseñó para su marca una colección dada en otoño – invierno 2013, inspirada en el arte óptico, denominada “La infinidad de la sastrería”. En dicha colección, es posible apreciar el trabajo en cuanto a la moldería. El corte de cada pieza y el trabajo entre sí, genera una adaptación tal que forma, en su total, una especie de traje “convencional”; aunque su construcción no lo sea. A su vez, el trabajo sastrero crea un efecto visual, con el cual se pueden percibir distintas formas o, incluso, movimiento. Trabajando con materiales típicos de la sastrería tanto en sus textiles como en lo que conlleva la construcción; con valores plenos, líneas en distintas direcciones, superposición, figuras geométricas y formas volumétricas. En donde el movimiento del cuerpo completa “la obra” junto a la participación activa del público. Además, contó con la colaboración del artista Daniel Michiels, quien añadió su toque personal en lo multicolor.

Por otra parte, la colección Optical Shot, del 2001, continua con la constante de la marca con el estilo punk y underground, y la marca del impacto gráfico. Combina distintas estampas relacionados al Arte Óptico y que, a su vez, combina para generar un juego visual. Presenta, además, pantalones transparentes, sombreros realizados *con materiales como bolsas de plástico*, plástico de burbujas, papel de aluminio y cinta de precaución. Se lo llamó una especie de “caos consciente”.

Como todo lo que muestra la colección, el desfile se presentó en un escenario estrecho, donde sólo caminaba un modelo, y muy cerca del público para remarcar esa conexión que se genera entre los diseños de la marca y el espectador.

La diseñadora jugó con volúmenes, superposición de la moldería, transparencias, textiles estampados con figuras geométricas, cambios en el tamaño de los módulos en la misma estampa.

El juego visual no sólo se hace posible notarlo en la estampa que, si bien es una obviedad, sino también en los recortes y volúmenes generados por el tipo de moldería. Por otro lado, las estampas y los recortes no siguen una dirección lo que ayuda al dinamismo, ya que se dan tanto de manera horizontal como vertical y en diagonal.

Las terminaciones de las prendas son del tipo orgánico o curvo, mientras que sus cortes son geométricos y definidos.

La paleta de colores juega entre verdes, naranjas, amarillo, azules, negro y blanco. Y superpuestas a ciertas prendas, textiles con transparencia que dejan entrever lo que se encuentra por debajo.

En el maquillaje de las modelos al presentar la línea, también se jugó con la intención del arte óptico. Simulando tener pieles plásticas, donde la parte de los ojos resaltan por sobre el resto.

Se advierten prendas del estilo de sacos y blazers, pantalones, vestidos, camisas, remeras y sombreros como accesorios. No mantiene una constante en el largo modular, las prendas inferiores varían entre las rodillas y los pies; mientras que las prendas superiores entre la cintura y por debajo de ella. De todas formas, es posible notar cierta acentuación en la cintura en cada conjunto, ya sea por el tiro de los pantalones o el entallado de las prendas superiores.

Rei Kawakubo esquiva las convenciones que rigen al mundo de la moda. Sus colecciones tienen ese tono de ironía que todos admiran, con un lenguaje muy particular e identificatorio de la marca.

De la diseñadora poco se sabe, ya que desde que vive en la industria de la indumentaria no suele dar entrevistas porque prefiere que hablen sus colecciones. Como cita en la Revista *Vogue*, *"nosotros tratamos de crear siempre algo que nunca existió. Puede que, quizás, otra gente nos siga [...] todo el mundo es libre de decidir qué le gusta y nosotros no damos consejos. Solo hacemos lo que tenemos que hacer y dejamos a otros hacer lo que tienen que hacer"*.<sup>15</sup>

## **VAN BEIRENDOCK**

Walter Van Beirendonck es un diseñador de indumentaria nacido en Bélgica, Brench, el 4 de febrero de 1957. Perteneciente al grupo de diseñadores flamencos "Los seis de Amberes"<sup>16</sup> y creados de sus propias colecciones desde 1982. Años más tarde, en 1998, fundó su local llamado "Walter" en Amberes, junto con su pareja Dirk Van Saene. Un año más tarde recibió el título honorífico de "Embajador Cultural de Flandes".

Tal y como cuenta en la entrevista publicada por ShowEstudio en 2014, y realizada por Hywel Davies en 2011, su fascinación por el diseño y la moda se despertó al ver al artista David Bowie y su manera de crear distintos personajes mediante su indumentaria. Es decir, le llamaba la atención ver la manera en la que dicho artista rompió con las estructuras de los años '60, y la manera en la que lograba contar diferentes historias mediante su estilo, performances y ropa. En esto comenzó a inspirarse él. Ha sido director artístico de Scapa Sports y director del Departamento de moda de la Academia de Moda de Amberes desde 2006.

Van Beirendonck tiene la costumbre de inspirarse en las artes plásticas y en la naturaleza, con bases étnicas. Sus colecciones suelen tener gran predominancia de los colores, sin limitaciones, y ser considerados por la sociedad como "extravagantes". Logrando sus intenciones, las de crear un universo de "sueños", donde no hay límites ni prohibiciones.

Walter Van Beirendonck es uno de los pocos diseñadores que atrae los aspectos del mundo moderno y nos hace conscientes de ello. Fiel a su carácter de disidente, desafía las convenciones de la moda masculina a través de colecciones llenas de color y de excentricidad, pero también plagadas de referencias al contexto político, artístico y cultural de la época contemporánea. Se dice que el diseñador flamenco empuja los límites de lo considerado masculino incluyendo en sus creaciones factores tradicionalmente confinados a la moda femenina, como corsés, tacones y barniz de uñas. La tensión se intensifica cuando elige para sus pasarelas a modelos distintos de lo acostumbrado o a personas seleccionadas en las calles de África. Sus colecciones experimentan con tipos distintos de masculinidad y abren camino a tipologías que aún escandalizan dentro y fuera de la esfera de la moda. Sus diseños encuentran un equilibrio entre la ficción, los materiales sintéticos y de alta tecnología, las técnicas artesanales y las referencias sexuales y tribales explícitas. Sin duda, sus colecciones han sido un factor definitivo en el cambio en la percepción de la belleza masculina que se ha gestado en los últimos

---

<sup>15</sup> Borrás D. (26 de abril de 2017) *Rei Kawakubo para no iniciados*. Revista Vogue España. Recuperado de <https://www.vogue.es/celebrities/gala-met/articulos/rei-kawakubo-filosofia-comme-des-garcons-gala-met-2017-1/29252>

<sup>16</sup>Los Seis de Amberes es un grupo de diseñadores de Amberes, constituido por Dirk Bikkembergs, Ann Demeulemeester, Walter Van Beirendonck, Dries van Noten, Dirk Van Saene y Marina Yee.

años. Porque para el diseñador hay que entrenar el ojo para poder ver un poco más allá de lo literal y la iconografía.

La presentación del desfile no es solo un nuevo espectáculo, para él es un momento de dar importancia a este mundo y hacer una declaración expresada siempre por sus siluetas. Su gran conocimiento y su atención por el mundo lo separa del resto del escenario de moda haciendo que sus creaciones sean especialmente idiosincráticas.

Cada colección explica una historia y es importante porque *“la manera como trabajo es también una comunicación y me gusta expresar algo con significado”* explica en una entrevista dada para ItFashion. Cada conjunto de líneas está atravesado por las emociones y el entusiasmo.

En una entrevista realizada por Staff, en el sitio Zarpado en 2010, el entrevistador le pregunta qué le significa el cuerpo a la hora de diseñar y presentar, a lo que el diseñador responde que lo considera el elemento más importante ya que no solo lleva la ropa que diseña sino, también, quiere mostrarlo, acentuarlo, detallarlo y poder comunicar a través de él.

*“Amo y odio al mundo de la moda al mismo tiempo, cuesta creerlo. Es decir, amo a la moda como un hecho de comunicación, crear ropa para contar historias a través de una serie de prendas. Eso siempre me interesó. Pero no puedo soportar la mentalidad superficial y asesina, copiona, sedienta de billetes, donde todo es rápido y fácil.”<sup>17</sup>*

La colección de otoño 2012 para hombre de Walter Van Beirendonck muestra cierto fetichismo, invasión de la privacidad, la falta de conexión y la reivindicación social, lo colonial vs lo moderno con una mezcla de oriente asiático. Lleva consigo, y logra mostrarlo en sus diseños, la necesidad de cambiar la construcción clásica en cuanto al vestir del género masculino. Romper con lo establecido, como toda vanguardia en el arte.

La colección se basó en un enfrentamiento literal entre máscaras: el tipo que pintan los guerreros en Papua, Nueva Guinea o los sumos sacerdotes vudú en el Caribe, y el tipo de cuero que usan los fetichistas occidentales en los clubes de sexo de las grandes ciudades.

Dichas máscaras tapaban completamente la cara de quienes desfilaban, ocultando de esta manera su identidad. También fue posible ver guantes engomados, moños, botas de cuero altas, elementos similares a juguetes eróticos, entre otros. Luego de la presentación, parte de la prensa lo comparó con la famosa película inglesa *La naranja mecánica*, más que nada por su estética y los temas que trata.

Gran parte de la línea se trata de trajes de cortes tradicionales y se ven algunos monos o enterizos engomados. En cuanto a los colores, se utilizaron como dominantes naranja, rojo, verde y celeste; y como acento el amarillo y ciertos tonos pasteles. Estos se encuentran, en gran parte de la colección, en planos de color pleno.

Por otra parte, en lo textil, es posible observar telas escocesas, príncipe de gales, lana, telas de pelo, engomadas, brocados, decoradas y, en algunas, estampas.

---

<sup>17</sup> Staff (06 de mayo de 2010) *Moda Vanguardista: Walter Van Beirendonck*. Revista Zarpado. Recuperado de <http://www.zarpado.com/moda-avant-garde-walter-van-beirendonck/>

En lo que corresponde al concepto óptico, este se generó a partir del juego entre los textiles y los recortes dados en la moldería; y por muchos estampados mediante métodos industriales como sublimación. Cada recorte en la prenda, visualmente, forma otra figura dentro del conjunto. Además, la ilusión óptica se da a partir del cambio de direcciones de un mismo textil a partir de los recortes de las prendas. Es decir, cada pieza de una prenda en particular tiene una dirección distinta, generando cierta “confusión” visual. Entonces, hay un trabajo tanto desde la moldería como el aprovechamiento de los textiles que ya de por sí tienen cierto carácter de ilusión óptica.

También, en la colección de Van Beirendonck, se llevó a cabo superposiciones entre una indumentaria y otra dentro del mismo conjunto. Asimismo, es posible notar cortes rectos con cierto entalle en la cintura. Los largos modulares son constantes en toda la colección: la zona superior hasta la cadera, mientras que la inferior cubre todo el largo. Excepto algunos conjuntos, que son los pocos, como, por ejemplo, los enteros o shorts.

Como ha quedado demostrado, el diseñador de indumentaria Walter Van Beirendonck ha logrado construir una carrera a nivel internacional caracterizada por la rebeldía dada por esa búsqueda de romper los parámetros del universo de la moda. Sus colecciones se destacan año a año por sus colores, los mensajes críticos sobre la sociedad, la tecnología, el fetichismo, los recursos constructivos, la moldería extravagante, el arte y las etnias, principalmente.

## **AYER Y HOY: USO DE TÉCNICAS Y RECURSOS CONSTRUCTIVOS Y MORFOLÓGICOS EN LA CREACIÓN DE UNA COLECCIÓN**

El arte óptico se convirtió en una tendencia de los años 60, no solo como vanguardia de arte sino también en la industria del diseño, tanto de interiores como de indumentaria.

Algunos diseñadores de dicha década, quienes trabajaron utilizando este movimiento artístico, fueron Ossie Clark, Pierre Cardin, Roberto Capucci, entre otros; incluyendo las imágenes de las obras como estampa única dando, como resultado, indumentaria con motivos geométricos en blanco y negro. Trasmitiendo cierto dinamismo causado por las texturas, las estampas, las formas geométricas y el juego de ellas y los colores. A su vez, las formas de los diseños eran en general con cortes rectos, siguiendo la línea de formas geométricas.

Sin embargo, no trabajaba el juego óptico desde el corte de la moldería, el cruce de textiles y el movimiento del cuerpo. Simplemente era una estampa aplicada, sin trabajo en lo que conlleva el diseño en sí.

Por lo general, el arte óptico de los años ‘60 contribuyó a romper las barreras entre el arte y la ciencia; y entre el arte y la técnica. Trató de unir el arte con el diseño industrial, la óptica, la cibernética y la psicofisiológica. Por el hecho de buscar “jugar” con el ojo humano, crear efectos estando estático y unirse en parte con la cinética.

Pero, en los últimos tiempos, quienes han utilizado esta corriente artística como concepto total o parte de él, lo trabajaron distinto. Esto quiere decir que no llevaron únicamente a cabo prendas cuyo efecto óptico se logra solo a partir del uso de la estampa textil, la cual puede tratarse literalmente de una obra o ser, simplemente, de un motivo visual. Sino que la ilusión que se busca generar en el ojo del espectador, se ha llevado a cabo desde los recursos morfológicos,

constructivos y técnicos. Haciendo referencia a los distintos cortes de la moldería, los volúmenes generados, la combinación exacta de los colores, ya que hay un avance en los estudios de sus comportamientos, cómo funcionan y responden; el movimiento dado, tanto por el textil utilizado como por los recortes; la superposición de los tejidos y de las estampas visuales y/o táctiles, el uso de nuevos materiales sintéticos y de tecnologías como, por ejemplo, el diseño en 3D. Esto se debe, también, por el hecho de que lo hayan trabajado desde un lado más conceptual, corriéndose de ciertos parámetros y de la literalidad.

Hay casos en los que “toman” a un artista y se inspiran en todo su trabajo, otros en los que a partir de una única obra diseñan la colección completa o quienes utilizan la corriente, en general, y consideran todas sus características. De ella, conceptualmente, pueden trabajar las figuras geométricas y su repetición, la yuxtaposición del color, la interrelación de las formas, el cambio de tamaño de ellas; la ilusión volumétrica dada por los efectos de profundidad y movimiento, los contrastes bicromáticos o policromáticos, el uso de las líneas, luces y sombras, el dinamismo, entre otros.

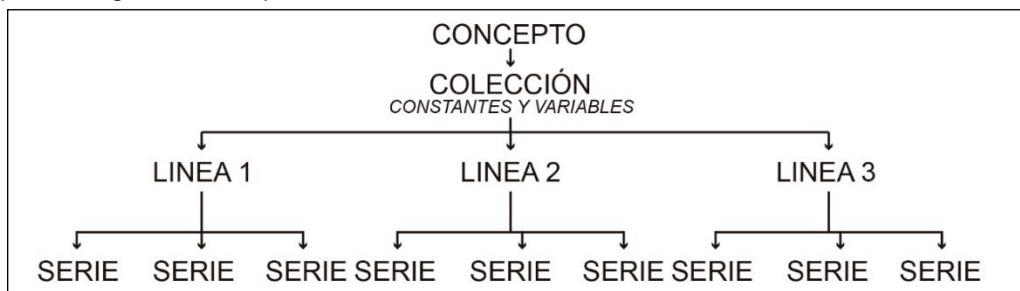
Va a depender del diseñador que lleve a cabo la colección si tiene presente todas las características mencionadas o sólo algunas; o si es que las interrelaciona con otro tema o concepto.

### PROYECTO PERSONAL DE LA MATERIA PRÁCTICA PROFESIONAL III DE LA CARRERA DE LIC. DISEÑO DE INDUMENTARIA

En la materia de Práctica Profesional III de la carrera de la Licenciatura en Diseño de Indumentaria en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad del Este; y a cargo de la Profesora y Licenciada Ivana Crivos, se llevó a cabo la parte práctica de la tesis la cual constaba de una colección de sesenta conjuntos en tres líneas.

Se considera línea a un conjunto de prendas, que sin pertenecer al mismo rubro ni compartir necesariamente la misma moldería base, se ven unificadas por conceptos generales, idea, detalles que unifican la idea de conjunto, colores, texturas, formas, etc. Es decir, por “constantes” o características que se mantienen. Las líneas incluyen diferencias que pueden estar determinadas por distintas situaciones uso, distintos perfiles de usuario o distintos rubros (incluyendo distintos sistemas productivos). A estas mínimas diferencias se las denomina “variables”

Esquema 1: gráfico base para Diseño de Indumentaria



Fuente: elaboración propia

En primer lugar, se eligió el tema, del cual trataría la misma tesis, a partir de un brainstorming, o lluvia de ideas, con temas de intereses personales. En este

caso, cómo ciertos diseñadores de indumentaria, tanto nacionales como internacionales, trabajan con arte, específicamente arte óptico, y cuáles son los puntos de encuentro entre ambas disciplinas. Dándole el nombre *“El arte óptico en el diseño de indumentaria”*.

Una vez aprobado el tema, asegurándose el sustento bibliográfico, se procedió a realizar el concepto.

El concepto, según escribió la diseñadora Lisi González en su libro “manual de producción de moda”, es la idea rectora, uno de los caminos por recorrer, es el motivo sobre el cual se inspirará y tomará los recursos. Es la idea clave (y también base), jamás se debe dejar de lado. En este trabajo se partió del tema principal llegando al concepto *“el arte como musa del diseño de indumentaria: apropiación y readaptación de la estética del op art en la actualidad en Argentina”*. No es necesario ni obligatorio que los títulos entre la parte práctica y escrita coincidan siempre y cuando cumplan y sigan las ideas, conceptos y temas claves.

Más tarde, se efectuó el usuario. Es decir, a quién estaba destinada la colección siguiendo los puntos más importantes: ubicación geográfica, edad, género, profesión, soltero/casado, hijos/no hijos, trabajo, educación, estilo de vida, clase social, hobbies, medios de transporte, preferencias, principalmente. Creando, a su vez, la situación de uso. Esto hace referencia al medio en el que se va a llevar a cabo el uso de la indumentaria de la colección.

Se llevó a cabo un enfoque en una mujer que vive en la ciudad, cuya edad se encuentra entre los 20-30 años y que trabaja en áreas relacionadas al diseño y creatividad. Soltera, sin hijos, dedicada al trabajo, viajar, visitar museos, leer, sacar fotos, hacer actividad física, reunirse con sus seres queridos, entre otros. Es decir, se trata de una persona activa y descontracturada. Además, de clase social media. Cuyo interés se refleja por todo aquello que sea cómodo como, por ejemplo, prefiere las zapatillas urbanas-deportivas. Por esto, una línea se enfocó en la ciudad y todo lo que realizaría en ella, mientras que otra en la playa que, igualmente, se encuentra en una ciudad grande.

A partir de allí, teniendo en cuenta el proceso, se estableció el “universo poético”. Universo Poético se le llama al mundo “imaginario” que incluye todos los recursos necesarios para realizar la colección, los temas a tratar, dónde de desenvolvería el usuario, referencias gráficas del tipo de la persona a la que está destinada, entre otros. Es un panel conceptual que se puede llevar a cabo mediante collage de imágenes y/o palabras digitales o de manera manual, que servirá de base para tomar los recursos.

Una vez aprobado el universo poético, se lo analizó de manera escrita, tomando los recursos: formas, interrelación de las formas, paleta de colores, líneas, figuras, cómo se comportan las figuras, si hay presencia de formas orgánicas o geométricas, entre otros. A su vez, se clasificó dicho análisis de acuerdo al grado de lo que se ve. Es decir, se dividió por acento (menor porcentaje), subordinado (porcentaje intermedio), dominante (mayor porcentaje).

En el caso de dicho trabajo se realizó un collage de manera digital ensamblando distintas imágenes de arte óptico, de posibles usuarios y edificios arquitectónicos cuya edificación se basa en las ilusiones ópticas. De esta manera, se creó un todo, un universo, donde la geometría, la ciudad, las ilusiones visuales, la superposición, las imágenes reflejadas, los colores, el cruce de rubros, entre otros, prevalecían.

Luego, se eligió, teniendo en cuenta la temática a tratar, ciertos artistas de los cuales también se tomaron referencias como, por ejemplo, Julio Le Parc, Vasarely, Rogelio Polesello, Jesús Rafael Soto, Bridget Riley, Yaacov Agam, principalmente. Los principales maestros del arte óptico, algunos trabajaron con diseñadores de indumentaria y de quienes, también, se analizaron sus obras más importantes, tomando los recursos, materialidades y principales conceptos.

Una vez tomadas dichas referencias conceptuales, se diseñaron texturas visuales y táctiles, llevando a cabo lo que se conoce como *experimentación textil*. Este fue el primer paso para elegir la materialidad a trabajar, así como algunos textiles. Por ejemplo, el termovinilo, el juego y combinación entre distintas texturas, el plástico, el juego con la estampa “pata de gallo”, entre otros. La elección de los textiles se dio teniendo en cuenta el usuario, el juego visual (concepto), la situación de uso y los rubros a trabajar. En este caso deportivo, símil sastrería y mallas. Fueron seleccionadas distintas telas para trabajar en la colección: lycra, red, tafeta para forrería, “príncipe de gales”, tweed, “pata de gallo”, scooba, friza, “de avión” impermeable, dri fit y modal.

Una vez realizadas las texturas, se realizó la *experimentación corporal*. Esto se refiere a las pruebas de funcionalidad textil y su comportamiento directamente sobre el cuerpo, teniendo en cuenta las articulaciones, el movimiento, la figura, entre otros.

Es necesario destacar que, también, se investigaron recursos constructivos deportivos, de sastrería y mallas. Tomando inspiraciones de zapatillas, particularmente de Adidas y Nike; y de diseños japoneses, ya que se caracterizan por su modo constructivo. Estos, también, se tuvieron en cuenta en la elección de los avíos.

Los avíos, en el rubro de la indumentaria, son apliques, complementarios o no, que contiene la prenda y cuya función varía. Pueden ser meramente estéticos o tener una finalidad. Por ejemplo, en el caso de la colección a tratar se utilizaron botones de acrílicos diseñados, cordones de poliéster blanco y negro; y cierres metálicos, principalmente.

Posteriormente se analizaron las colecciones elegidas. Dichas colecciones no fueron elegidas al azar tampoco, sino que se seleccionaron diseñadores o marcas que habían trabajado con arte óptico. Ya sea como concepto principal, inspiración o como toma de ciertos recursos. Quienes se seleccionaron fueron: Tramando, colección Art Couture 2016; Dries Van Noten, temporada otoño-invierno 2014; Jesica Trosman, temporada primavera-verano 2014; Mc Queen, otoño-invierno 2014; Y-3 (Yamamoto), primavera-verano 2017 y, finalmente, Van Beirendock, primavera-verano 2017. Luego, para la tesis escrita se eligió enfocarse únicamente en Comme des Garçons, Jesica Trosman, Martin Churba y Van Beirendock. De las ya mencionadas colecciones se observaron y tomaron las siluetas, los largos modulares, las formas, la interrelación de las formas, la paleta de colores, los escotes, los tipos de cortes, constantes y variables, las texturas y sus tipos, las estampas, los volúmenes, el comportamiento de las prendas, la simetría o asimetría, los puntos de tensión y atención, los textiles y la construcción.

Una vez “finalizada” la investigación y análisis, se dio el paso a los primeros bocetos de cada una de las tres líneas. “Finalizada” entre comillas ya que el ciclo de investigación y toma de recursos no termina en ningún proceso



proyectual, es constante a medida que avanzan los diseños ya que siempre se encuentra algo nuevo o necesario.

Mientras se trabajó en los diseños de la indumentaria de la colección primavera-verano 2017 y la profesora titular junto a las ayudantes corregían, se buscaron imágenes de referencias de editoriales de moda, de fotografías, de accesorios como calzados o anteojos, tipos de maquillajes y peinados, y locaciones. Estos fueron necesarios para realizar la campaña y el lookbook que muestra capturas de los conjuntos en las modelos tanto de frente, así como de espalda y, de ser necesario, costado. También, en la entrega, fue incluido un book o libro con las texturas visuales y digitales realizadas a lo largo del trabajo y que fueron utilizadas en toda la colección como una constante, combinándose entre sí y creando un juego óptico.

La campaña fue fotografiada en el exterior del edificio Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA) debido a que se trata de una infraestructura revestida en piedra caliza española, y se tomó como representación de lo que es la ciudad (cemento-edificios), por el “corte” que presenta y su estilo “limpio y liso” para que resalten las modelos y su indumentaria.

Además, se eligieron dos modelos similares entre sí en cuanto a las características físicas y se tuvo en cuenta que pudiesen exponer y aprovechar las prendas en su totalidad. Se les realizó, asimismo, un peinado que constaba del pelo completamente, tratándose de un tocado sencillo y cómodo como el usuario. La misma decisión se tomó para elegir el maquillaje, buscando un aspecto fresco y limpio.

Finalmente, la colección se presentó en la fecha establecida para la entrega final. La cual incluyó tres muestras textiles de cada prenda de la colección y ficha técnica de cada prenda.<sup>18</sup>

La ficha técnica es un documento gráfico con lo mínimo de texto que se lleva a cabo para constatar de qué tipo de diseño y confección se trata, cómo se debe realizar y todo lo que conlleva. La misma presenta el geometral o dibujo técnico de la prenda, sus detalles constructivos, medidas, cotas, costuras, textiles utilizados, hilos, zoom en el caso de ser necesario y aclaraciones a tener en cuenta.

En ésta fue posible ver, en conjunto, cómo la toma de recursos y referencias aportan a la creación de una colección, la fusión de la misma, y de qué manera fue trabajado el concepto principal. Dejando en evidencia una colección en la cual el juego visual tomó prioridad, con predominancia en las estampas visuales, los colores, las superposiciones, ciertas transparencias; el cruce de rubros entre la “sastrería”, lo deportivo y urbano; los recortes geométricos, la simetría, el uso de avíos y termovinilos, principalmente.

Como cierre del ciclo lectivo, la Universidad del Este organiza un desfile en el Centro Cultural Dardo Rocha en el cual se presentan los trabajos anuales de los alumnos. En el mismo, se presentó la colección anteriormente descrita en el cual cada modelo elegida respetó el estilo correspondiente, mostrando en conjunto el trabajo llevado a cabo.

---

<sup>18</sup> Ver en el apartado “Anexo” un ejemplo de referencia gráfica de Ficha Técnica

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La elaboración del presente trabajo de tesis ha tenido como objetivo principal identificar y analizar los conceptos tanto de diseño de indumentaria como del arte, con enfoque en la corriente del arte óptico y sus principales representantes: Vasarely y Le Parc. A su vez, determinar y describir los diversos puntos de encuentro entre ambas disciplinas.

Una vez habiendo ahondado en los temas, se llevaron a cabo cuatro estudios de casos de diseñadores de indumentaria reconocidos a nivel mundial que suelen trabajar en relación al arte, de distintas maneras. El análisis tuvo enfoque, especialmente, en las colecciones que llevaron a cabo en los últimos diez años Trosman, Churba, Kawakubo y Van Beirendonck; cuya base conceptual se vio atravesada por el Op Art. De esta manera, se buscó demostrar de qué forma trabajan en conjunto las disciplinas elegidas como tema de tesis.

A través del Marco Teórico, se abordaron algunos de los principales temas como apoyo de la investigación, haciendo hincapié en los conceptos primordiales y mencionando los casos a analizar.

Consecutivamente, fue descrito el Marco Metodológico, en el cual se explicó y justificó de qué tipo de tesis se trata, y qué mecanismos se utilizaron; y se procedió a dividir la misma en cuatro partes para lograr una mejor organización de los tópicos.

Una vez presentada lo que se considera la parte “introdutora”, con el fin de dar sustento empírico a la investigación, se procedió a realizar el apartado del Desarrollo, subdividido, como ya se ha mencionado, en cuatro partes.

En el mismo se hizo posible demostrar y alcanzar de manera satisfactoria los objetivos previamente indicados, ya que se encontraron conceptos claves para definir los temas trabajados, los puntos de encuentro más fuertes que existen entre sí y de los cuales se llegó a descubrir y ahondar en cómo va tomando relevancia el cuerpo humano en ambas disciplinas, la persona y su indumentaria como medio de expresión, el vivir en la *sociedad del espectáculo*, la importancia de la imagen por sobre la palabra, dejando en evidencia ciertas argumentos falsos, entre otros.

A su vez, se expuso sobre los “padres” del Op Art; por qué se los llama así, cómo trabajaron sus obras y de qué manera llegaron a ellas, teniendo en cuenta que ambos fueron unos incomprendidos en sus tiempos y que supieron fusionar el arte, el movimiento, la matemática, geométrica, tecnología y la participación del espectador como complemento de la obra; logrando generar ilusiones ópticas en ellos.

Asimismo, fusionando el diseño con el Op Art, y para corroborar nuevamente que existe dicha interrelación, se presentó parte de la biografía y el trabajo en general de los cuatro diseñadores ya mencionados, para luego, hacer hincapié en las colecciones cuya idea principal se basó la ya mencionada corriente artística, de la cual se analizaron los recursos técnicos, morfológicos y sintéticos, y su funcionamiento. Logrando, en consecuencia, exponer de qué manera supieron resolver y descomponer completamente todo lo que refiere a las ilusiones visuales que plantea el movimiento óptico, representándolo a través del trabajo de las molderías, los recortes, textiles, estampas visuales y táctiles, en el comportamiento de la prenda al estar en movimiento en el cuerpo, en la abundancia de figuras geométricas y la relación entre ellas, en las

superposiciones, entre otros de menor repercusión; y adentrando, ciertamente, en cada contenido o tema.

De esta manera fue posible demostrar que existen y existieron diseñadores de indumentaria que se alimentan del arte de manera constante y la importancia que le dan, de tal modo que muchos se consideran a sí mismos artistas.

En cuanto al problema de investigación planteado, y desde un punto de vista particular teniendo en cuenta los análisis bibliográficos llevados a cabo, se concluye que existen ejes donde convergen el diseño de indumentaria y el arte, así como el momento en que el concepto que utiliza el diseñador se basa en el arte, en alguna corriente, en quien lo hace o una obra en particular. De todas formas, ha quedado demostrado que estos casos son los más obvios. Hay otros como el desfile que resulta de la unión de distintos parámetros tanto del terreno artístico como de la moda; al suponer al cuerpo como un medio de expresión que actúa como estructura de la indumentaria la cual completa su identidad para el público o espectadores, es decir, la sociedad en el contexto que se desenvuelve habituada al lenguaje visual.

Considerando que la principal finalidad del arte también es utilizarla como medio de comunicación, manifestación y expresión a través de las imágenes, representaciones o acciones.

Para llegar a dicha resolución, fue necesario acudir a distintos autores como sustento bibliográfico ya que resultan conceptos muy amplios, casi imposibles de definir con un único significado. En ciertos casos se generó lo que se conoce como “discusión bibliográfica” ya que para corroborar los fundamentos de algún autor y aumentar su veracidad, se necesitó de otro que lo contradiga.

Por otro lado, cabe destacar que la tesis ha logrado aportar la formación de conceptos, a partir de textos bibliográficos, de *diseño de indumentaria*, *arte*, *arte óptico*, *moda*; y definiciones resultantes de éstos, como es el caso de *desfile*, *performance*, *happening*, *moiré*, *signos*, *universo poético*, *concepto*, *usuario*, *la teoría del color*, *la fotografía*, *colecciones*, *línea*, *ilusiones ópticas*, entre otros de menor trascendencia.

A su vez se determinaron los puntos de encuentro considerados más importantes entre las disciplinas tratadas.

Finalizando con el análisis de cuatro colecciones relacionadas a la temática y demostrando la importancia que le da el diseño de indumentaria al arte y cómo la atraviesa, más allá de las oposiciones.

A partir de la presente tesis, han surgido algunas ideas o aportes a ser considerados para futuras investigaciones con respecto a los temas trabajados. En este sentido y como consecuencia de una propuesta inicial, que podría ser modificada o no, para dar nuevas perspectivas sobre las temáticas tratadas, a continuación, se describen algunas sugerencias que pueden ser útiles para su puesta en marcha:

- ahondar en la investigación sobre la historia y los cambios dados a lo largo del tiempo en el cuerpo humano. Llevando a cabo una comparación de dichos cuerpos entre distintos países donde el diseño de indumentaria resulte ser un tema de gran interés, por ejemplo, entre París y Estados Unidos; e, indagándose, cómo esto influyó en los cambios de la moda y de qué manera se trabajó.

- También, ante los conceptos trabajados, resulta necesario evidenciar la falta de material bibliográfico en Argentina o de autores de dicha nación en relación al Op Art.
- Indagar en la función del cuerpo en el arte: cómo se relaciona, en qué modo se vio representado y “afectado” por la disciplina a lo largo de la historia; y de qué manera esto repercute hoy en día.

En síntesis, fue posible demostrar cómo el diseño de indumentaria se ve atravesado por el arte; y, también, se logró limitar sus conceptos. Si bien se está de acuerdo con quienes consideran que no resulta ser lo que se conoce como arte, pero sí que comparten distintos intereses, zonas donde convergen y se retroalimentan. Existieron personas que se opusieron a ésta idea, pero significaron la minoría, teniendo en cuenta los diversos ejemplos y el sustento bibliográfico existente.

## BIBLIOGRAFÍA

- Berger, J. (2016). Buenos Aires, Argentina: editorial Gustavo Gili.
- Blaszkowska, K. (2014). La visión de Walter Van Beirendonck. Entrevista con: Walter Van Beirendonck. It Fasion. 10 de junio de 2014. Recuperado de <http://www.itfashion.com/moda/colecciones/la-vision-de-walter-van-beirendonck/>
- Borrás D. (2017) *Rei Kawakubo para no iniciados*. Revista Vogue España. Recuperado de <https://www.vogue.es/celebrities/gala-met/articulos/rei-kawakubo-filosofia-comme-des-garcons-gala-met-2017-1/29252>
- Cippolini, R. (2011). *Manifiestos argentinos: política de lo visual 1900-2000*, Buenos Aires, Argentina: (3ra edición) Editorial Adriana Hidalgo.
- De La Torriente E. (2006) *Comme des Garçons: Radical y libre*. Diario El País. Recuperado de [https://elpais.com/diario/2006/10/01/eps/1159684027\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2006/10/01/eps/1159684027_850215.html)
- Dorling Kindersley. (2012). *Moda: historia y estilos*. Gran Bretaña: editorial Cosar.
- Dwight E. ((2011). Diana Vreeland. Nueva York, Estados Unidos: editorial Harper Design.
- Erner, G. (2010). *Sociología de la moda*. Barcelona, España: editorial Gustavo Gili (GG).
- Erner, G. (2014). *Sociología de las tendencias*. Buenos Aires, Argentina: editorial Gustavo Gili.
- Fernandez Irusta, D. (2004). *Arte e indumentaria: una relación apasionada*. La Nación. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/arte-e-indumentaria-una-relacion-apasionada>
- Fleck, R. (2013). *El sistema del arte en el siglo XXI: museos, artistas, coleccionistas, galería*. Buenos Aires, Argentina: editorial Mar Dulce.
- Fleck, R. (2014). *El sistema en el arte en el siglo XXI: museos, artistas, coleccionistas, galerías*. Buenos Aires, Argentina: editorial Mar Dulce.
- Gonzalez, L. (2014). *Manual de producción de moda*. Buenos Aires, Argentina: editorial Dunken.
- Herzog, H., Schmidheiny, R., (2013). *Julio Le Parc: Obras Cinéticas*. Buenos Aires, Argentina: editorial MALBA.
- Ibáñez Tarín M. (2018). *Vasarely: de la abstracción geométrica a la utopía social*. Publicado para el Instituto de Formación Secundaria nº1. Requena, España
- Indij, G. (2018). *¿Qué es el arte?* Buenos Aires, Argentina: editorial La Marca.
- Iriart C. (1985). *El posmodernismo es acostumbrarse a pensar sin moldes ni criterios*. El País, pp 1-1. Recuperado de <https://elpais.com/diario/1985/10/23/cultura/>
- Le Parc, J (1962). *Cilindro de luz continua*. *Julio Le Parc, investigación continua*. Recuperado de <http://www.julioleparc.org/lumi%C3%A8res.html>
- Le Parc, J. (1965). *Trame Altérée*. París, Centro Cultural Pompidou.

- Le Parc, J. (1966). Cloison à lames réfléchissantes. *Universe Magazine*. Recuperado de <https://universes.art/es/magazine/articles/2013/argentina-venecia/img/10/>
- Le Parc, J. (1974) Ondas 110, nº8. *Julio Le Parc, investigación continua*. Recuperado de <http://www.julioleparc.org/surface-couleur.html>
- Le Parc, J. (2012). *Textos personales*. Mendoza, Argentina. Recuperado de <http://www.julioleparc.org/centre-culturel-julio-le-parc.html>
- Lee, L. (2015). *La estampa en movimiento: animación moiré en la indumentaria*. Tesis de licenciatura. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina.
- Little, S. (2004), *Ismos para entender el arte*. Madrid, España: editorial Turner
- Loos, A. (1972). *Ornamento y delito y otros escritos*. Barcelona, España: editorial: Gustavo Gili
- Lucie Smith, E. (1991). *Movimientos artísticos desde 1945*. Barcelona, España: ediciones Destino.
- MACBA (s/f). *Victor Vasarely*. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <https://www.macba.com.ar/coleccion/artistas/335-vasarely-victor>
- Magañas, R. L., (2015). *Relaciones entre arte y moda: diálogos y juegos de identidad. Desde la alta costura en el vestir hasta nuestros días*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga, departamento de comunicación audiovisual y publicidad. FCC, Málaga, España.
- Mairi, M. (2009). *Ismos para entender la moda*. Madrid, España: editorial Turner.
- Monneyron, F. (2006). *50 respuestas sobre la moda*. Barcelona, España: editorial Gustavo Gili (GG),
- Morris, C. (1985). *Fundamentos de las teorías de los signos*. Barcelona, España: editorial Paidós.
- Mussuto, G. M. (2007) *Diseño no es moda, y moda no es diseño de indumentaria: una mirada contrastiva*. Maestría en Diseño. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.
- NN. (2015) *Martin Churba: "La innovación es el capital del trabajo creativo"*. Buenos Aires, Argentina. Multitaskers, American Express. Recuperado de <https://www.amexcorporate.com.ar/multitaskers/nota.php?id=265&cat=2>
- Pardo Navarro, B. (2008). *La moda. Arte e influencia artística*. Tesis de licenciatura. Universidad politécnica de Valencia. Valencia, España.
- Rodríguez, M.S; Cuomo, C; Ciafardo, M. (2017). *Las artes visuales y el diseño de moda en el arte contemporáneo: algunas influencias recíprocas*. Trabajo de JEIDAP. UNLP, La Plata, Buenos Aires.
- Sly, L. I. (2012). *Artes plásticas y diseño de indumentaria en una misma pasión: fusión de dos artes*. Tesis de Diseño Textil e Indumentaria. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.
- Soley Beltran T; Tatay H. (2009). *Del arte de la moda de la moda al arte*. La Vanguardia, Cultura. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/cultura/20091202/53835488594/del-arte-de-la-moda-a-la-moda-del-arte.html>

- Squicciarino, N. (1998). *El vestido habla: consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, España: ediciones Cátedra, S.A.
- Staff (2010) *Moda Vanguardista: Walter Van Beirendonck*. Revista Zarpado. Recuperado de <http://www.zarpado.com/moda-avant-garde-walter-van-beirendonck/>
- Swann, A. (1999). *Bases del diseño gráfico*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Vasarely, V. (1960). Vega-Lep. *Visual Art Encyclopedia*. Recuperado de <https://www.wikiart.org/en/victor-vasarely/vega-lep-1970>
- Vasarely, V. (1975). Vonal Stri. *Visual Art Encyclopedia*. Recuperado de <https://www.wikiart.org/en/victor-vasarely/vonal-stri-1975>
- Vilaseca, E. (2010). *Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo*. Barcelona, España: edición Promopress.
- Wilson, E. (2016). *Vestirse en sueños: moda y modernidad*. editorial Franco Angoli
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Worsley, H. (2011). *100 ideas que cambiaron la moda*. Barcelona: (1ra edición) Editorial Blum.
- Zimmermann, Y. (1998). *Del diseño*. Madrid, España: editorial GG
- Zimmermann, Y. (2011). *El diseño como concepto universal*. Foroalfa, Reflexión y debate sobre diseño, branding y comunicación. Recuperado de <https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-concepto-universal-parte-1>

**ANEXO**  
*IMÁGENES DE LAS COLECCIONES ANALIZADAS*

*JT 2013*



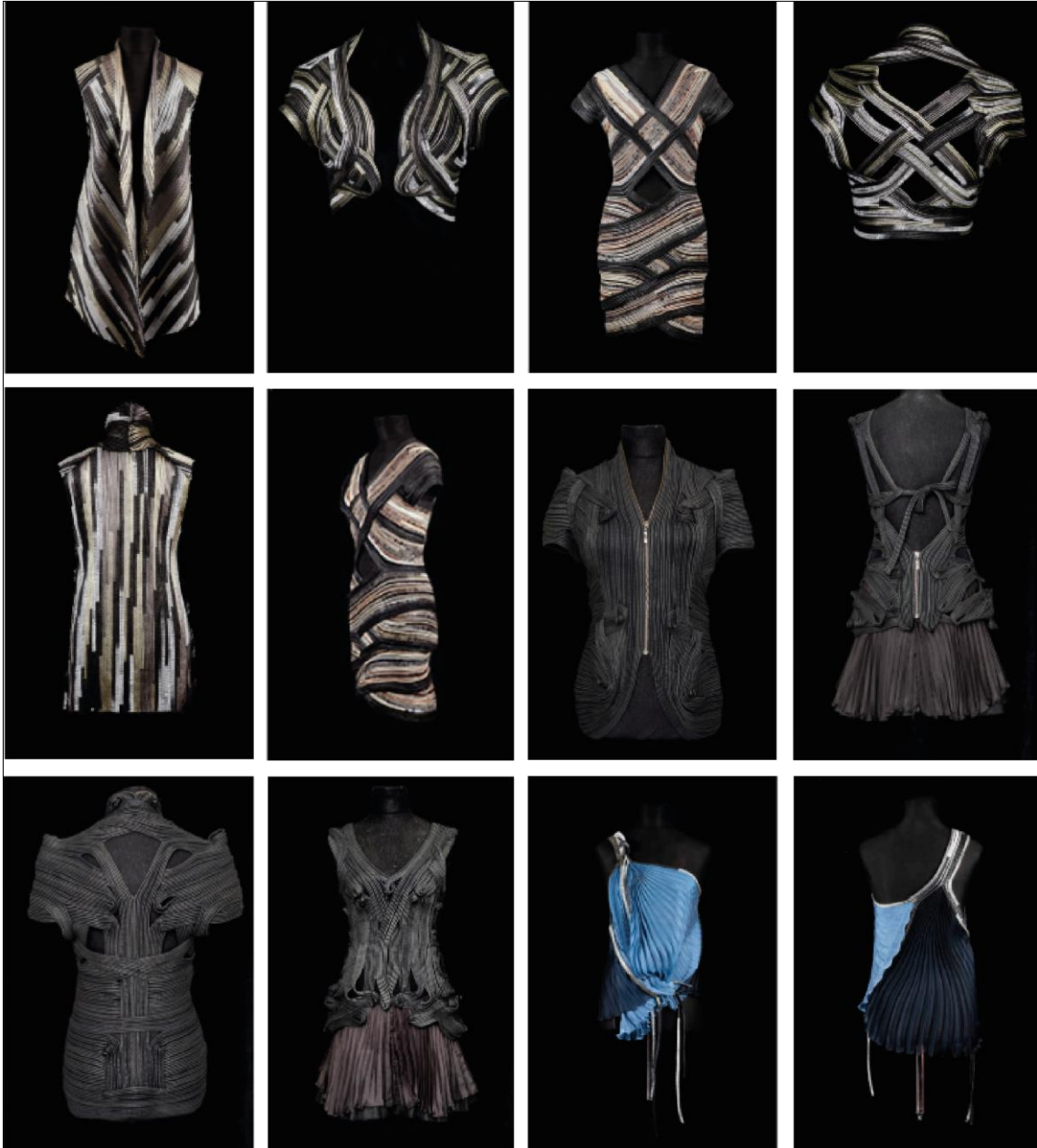






Trosman, J. (2013). *JT primavera-verano 2013/2014* (fotografía). Recuperado de <https://tanmodernos.com/2013/08/23/jt-by-jessica-trosman-verano-20132014>

MARTIN CHURBA





Churba, M. (2016). *Art Couture*. (Fotografía). Recuperado de <https://www.tramando.com/es/art-couture>





Van Beirendonck, W. (2012). *Fall 2012 menswear*. (Fotografía). Recuperado de <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2012-menswear>


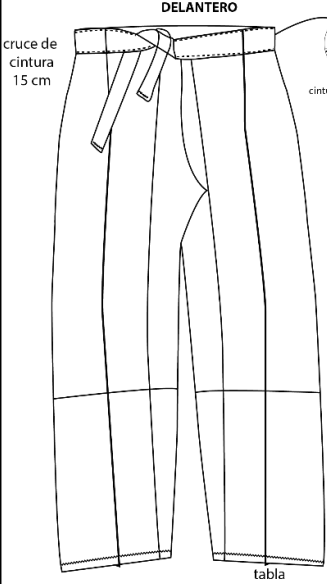
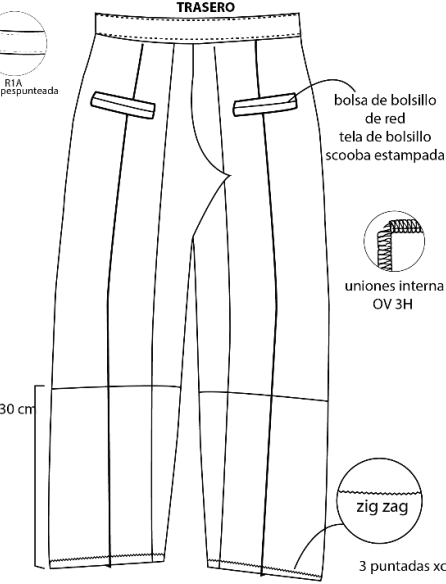




Kawakubo, R. (2013). *Fall 2013 ready-to-wear*. (Fotografía). Recuperado de <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2013-ready-to-wear>

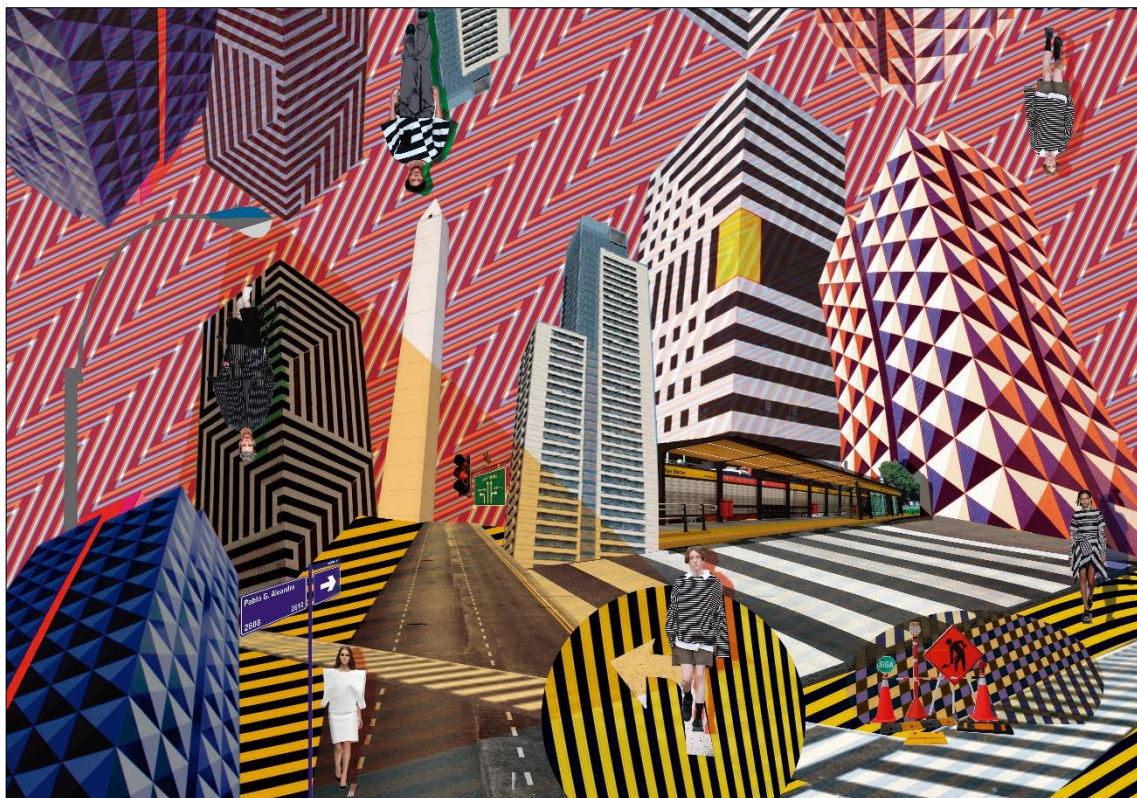


### EJEMPLO DE FICHA TÉCNICA REALIZADA EN PRÁCTICA PROFESIONAL III

XULE S.A	LINEA 1 URBANO	TALLER: marga	TEMPORADA PRIMAVERA  VERANO 18	MOLDERIA: 006																			
DESCRIPCIÓN Pantalón con cintura cruzada			TALLES M	ART P00-1																			
<b>FICHA DE PRODUCTO</b>					<b>MEDIDAS (cm)</b>																		
<p><b>DELANTERO</b></p> 		<p><b>TRASERO</b></p> 			<table border="1"> <tr><td>LARGO DELANTERO</td><td>91</td></tr> <tr><td>ANCHO DELANTERO</td><td>46</td></tr> <tr><td>LARGO TRASERO</td><td>94</td></tr> <tr><td>ANCHO TRASERO</td><td>48</td></tr> <tr><td>TIRO</td><td>25</td></tr> <tr><td>CONTORNO CINTURA</td><td>86</td></tr> <tr><td>ANCHO BOTAMANGA</td><td>20</td></tr> <tr><td>BOLSILLOS</td><td>3X11</td></tr> <tr><td>TIRAS CINTURA</td><td>25X3</td></tr> </table>	LARGO DELANTERO	91	ANCHO DELANTERO	46	LARGO TRASERO	94	ANCHO TRASERO	48	TIRO	25	CONTORNO CINTURA	86	ANCHO BOTAMANGA	20	BOLSILLOS	3X11	TIRAS CINTURA	25X3
LARGO DELANTERO	91																						
ANCHO DELANTERO	46																						
LARGO TRASERO	94																						
ANCHO TRASERO	48																						
TIRO	25																						
CONTORNO CINTURA	86																						
ANCHO BOTAMANGA	20																						
BOLSILLOS	3X11																						
TIRAS CINTURA	25X3																						
<p><b>TEXTILES</b></p> <p>Descripción: sastré pata de gallo Composición: 100% algodón Ancho: 1,50 m Proveedor: calle 7 y 45 Art. proveedor: sast000</p> <p>Descripción: scooba Composición: 100% poliéster Ancho: 1,50 m Proveedor: soderia Omar Art. proveedor: sc000</p> <p>Descripción: red Composición: 100% poliéster Ancho: 1,50 m Proveedor: soderia Omar Art. proveedor: text111</p> <p>Descripción: tela sastrera tipo tweed Composición: 70% pol - 30% algodón Ancho: 1,50 m</p>																							
<p><b>AVIOS</b></p> <p>Cierre metalico Hilo blanco y naranja de poliéster Botón de acrilico amarillo con diseño (3x2 cm)</p>																							
FECHA:	APROBADO:	FIRMA:	ERRORES   MODIFICACIONES: SI - NO																				

Fuente: realización propia (2017)

### DETERMINADOS PANELES DE ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN PARA PRÁCTICA PROFESIONAL III



Fuente: realización propia (2017)

RECURSOS MORFOLÓGICOS

MOVIMIENTO



EN PARELELO  
EN ZIG ZAG

REFLEXIÓN



CONTRASTE DE TAMAÑO | DE COLOR | DE TEXTURA | DE DIRECCIÓN |  
DE POSICIÓN | DE GRAVEDAD

REPETICIÓN DE FORMAS | DE FIGURAS



OP ART: TRANSPARENCIAS | VIBRACIONES | REFRACCION | ESTUDIO DE LOS COLORES

CRUCE DE RUBROS

AÑOS '60 - ACTUALIDAD

CIUDAD | PERSONAS EN MOVIMIENTO | CUERPO COMO MEDIO DE EXPRESIÓN

FORMAS LISAS (sin grosor aparente) SOBRE UN ESPACIO ILUSORIO (dimensión)

LINEAS | DINÁMICO  
FORMAS GEOMÉTRICAS



SUPERPOSICIÓN | DE TOQUE  
RITMO  
CAMBIO DE DIRECCIÓN

FORMAS ORGÁNICAS  
(ACENTO)



CURVATURA |  
QUEBRANTAMIENTO  
DISTORSION

ACENTO	SUBORDINADO	DOMINANTE

Fuente: realización propia (2017)

**ARTISTAS**

TRABAJOS RELACIONADOS CON LA ARQUITECTURA, DISEÑO AMBIENTAL, DISEÑO TEXTIL,  
BODY PAINTING E INTERVENCIONES EN ESPACIOS PÚBLICOS

**POLESSELLO**

ABSTRACCIÓN GEOMÉTRICA  
EFECTOS ÓPTICOS QUE DESCOMPONEN LA IMAGEN  
BUSQUEDA DE MOVIMIENTO EN LO ESTÁTICO  
FIGURA - FONDO → TRABAJO EN EL ORDEN, ALEATORIEDAD Y COLOR

MARCA: Perfectos Dragones

**JULIO LE PARC**

Hermès Editeur  
90 cm por 90 cm de arte para  
llevar alrededor del cuello

imposibilidad de nuestro ojo de  
mirar simultáneamente  
dos superficies coloreadas

**JESÚS RAFAEL SOTO**

**BRIDGET RILEY**

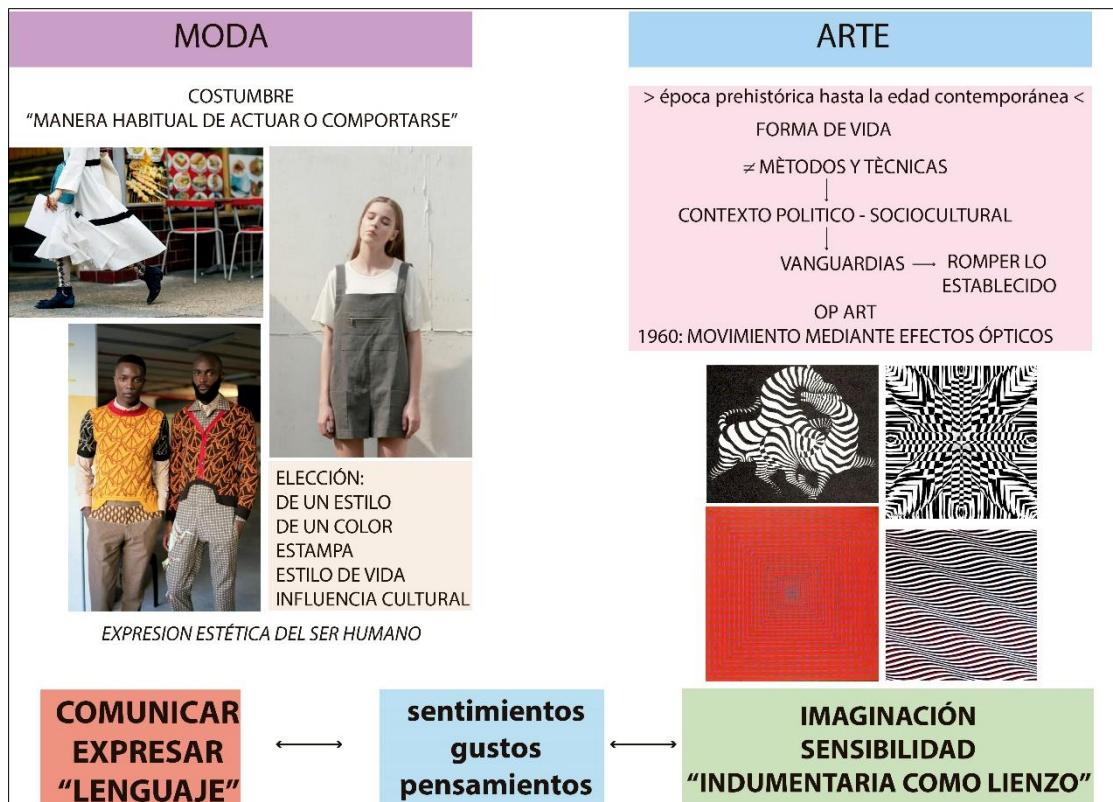
**YAACOV AGAM**

**VASARELY**

Fuente: realización propia (2017)

RECURSOS / LINEAS	SASTRERÍA	DEPORTIVO	MALLAS
PALETA DE COLORES	DOMINANTE ●●●● SUBORDINADO ●●●● ACENTO ●●	DOMINANTE ●●●● SUBORDINADO ●●●● ACENTO ●	DOMINANTE ●●●● SUBORDINADO ●●●● ACENTO ●
SILUETAS	RECTA TRIANGULO TR. INVERTIDO	RECTA ADHERENTE RELOJ DE ARENA	ADHERENTE RELOJ DE ARENA RECTA
PUNTOS DE TENSIÓN			
MATERIALIDADES	TELAS SASTRERAS Y DEPORTIVAS CIERRES DE PLASTICO, BOTONES Y TIRACIERRES DE ACRILICO TERMOVINILOS CONTRAFUERTE, ENTRETELA	TELAS DEPORTIVAS Y SASTRERAS CIERRES DE PLASTICO, BOTONES Y TIRACIERRES DE ACRILICO TERMOVINILOS CONTRAFUERTE	TELAS DEPORTIVAS CIERRES DE PLASTICO, BOTONES Y TIRACIERRES DE ACRILICO TERMOVINILOS
TEXTURAS	VISUALES (estampas, trama de las telas) (D) en escalas chicas TACTILES (termovinilo) (S) en escalas grandes	TACTILES (termovinilo) (D) VISUALES (estampas, trama de telas) (S)	VISUALES (estampas, trama de las telas) (D) TACTILES (termovinilo) (S)
ELEMENTOS VISUALES CONSTRUCTIVOS DIRECCIONES	SIMETRIA	SIMETRIA	SIMETRIA
LARGOS MODULARES			

Fuente: elaboración propia (2017)



Fuente: elaboración propia (2017)

**VAN BEIRENDOCK** | TEMPORADA PR | VER 2017

**SILUETA:**





**LARGOS MODULARES**  
**FORMAS:** rectas, geométricas | **INTERRELACIÓN:** superposición de de prendas  
 Planos plenos supuepuestos

**ESCOTES:** redondos, en V (constantes en toda la colección) | **TEXTURAS:** visuales | acompañan a la moltería | generan siluetas



Fuente: elaboración propia (2017)

**RUBRO: DEPORTIVO**  
 ASPECTOS MORFOLÓGICOS

Creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento







**Transpirabilidad**  
 Secado: deben ser prendas de secado rápido  
 Impermeabilidad: para practicar deporte bajo la lluvia es necesario vestir prendas impermeables, pero deben emplearse tejidos que sean a la vez transpirables para evitar la condensación del sudor.  
 Comodidad  
 Aislamiento térmico: tejidos con capacidad aislante, pero que a la vez sean ligeros y transpirables.  
 Ligereza: para no sobrecargar al usuario con peso innecesario.

**Estética:** dada la notoriedad que tiene actualmente el deporte en la sociedad  
**Polivalencia:** en la ropa de deporte podemos encontrar tanto prendas específicas para un deporte que no admiten otro uso hasta ropa polivalente que se puede emplear casi en cualquier ocasión, como camisetas, chandals o zapatillas de baloncesto, que se han convertido incluso en un icono cultural más allá de la práctica deportiva, dando lugar a estilos de vestir como la ropa casual, informal o sport.

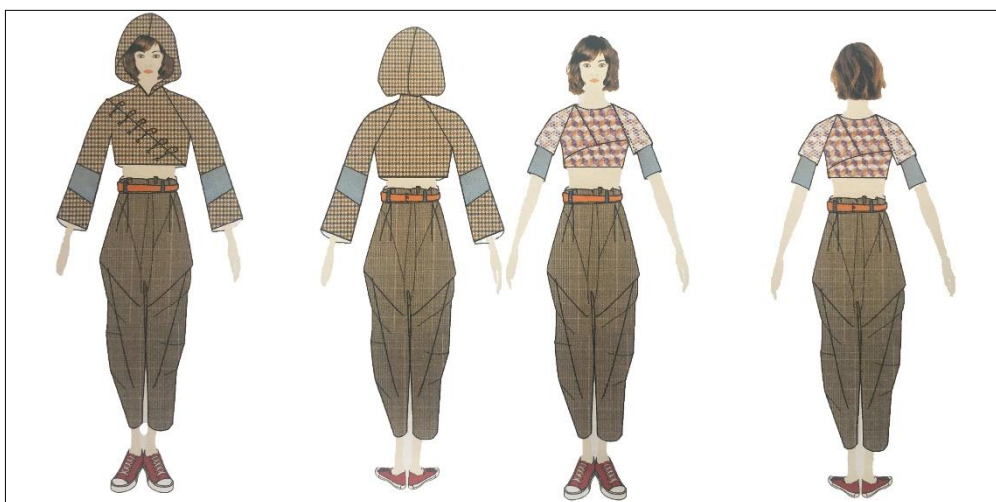


Fuente: elaboración propia (2017)

EJEMPLOS DE DISEÑOS DE CONJUNTOS PARA PRÁCTICA PROFESIONAL III



Fuente: elaboración propia (2017)

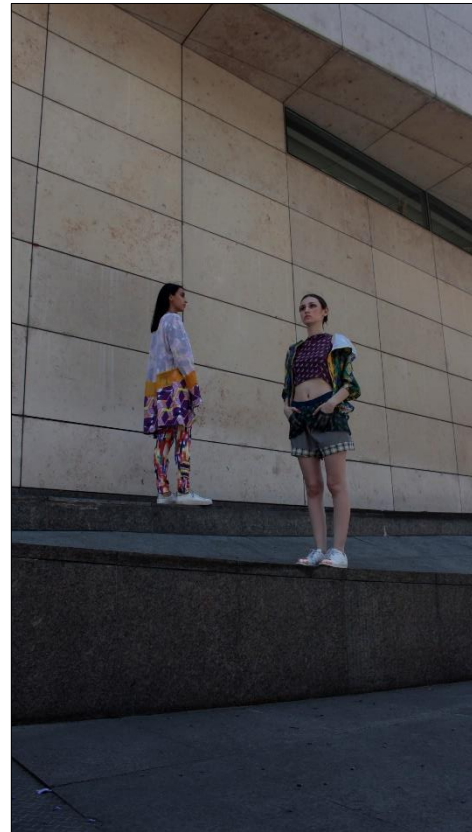


Fuente: elaboración propia (2017)



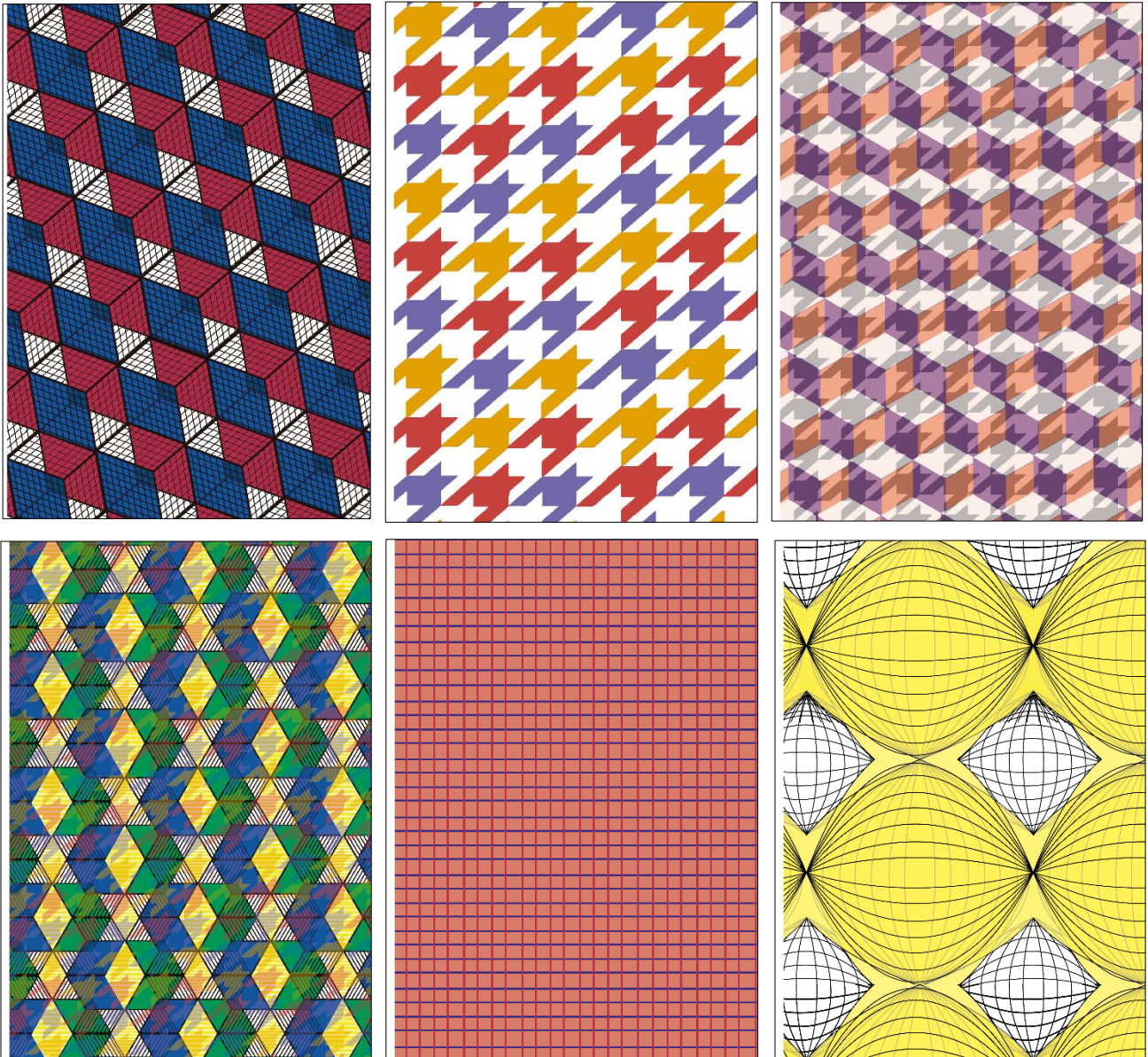
Fuente: elaboración propia (2017)

EJEMPLOS DE REGISTRO FOTOGRÁFICO PARA PRÁCTICA PROFESIONAL III



Fuente: elaboración propia (2017)

EJEMPLOS DE TEXTURAS VISUALES ELABORADAS PARA PRÁCTICA PROFESIONAL III



Fuente: elaboración propia (2017).

OBRAS DE JULIO LE PARC

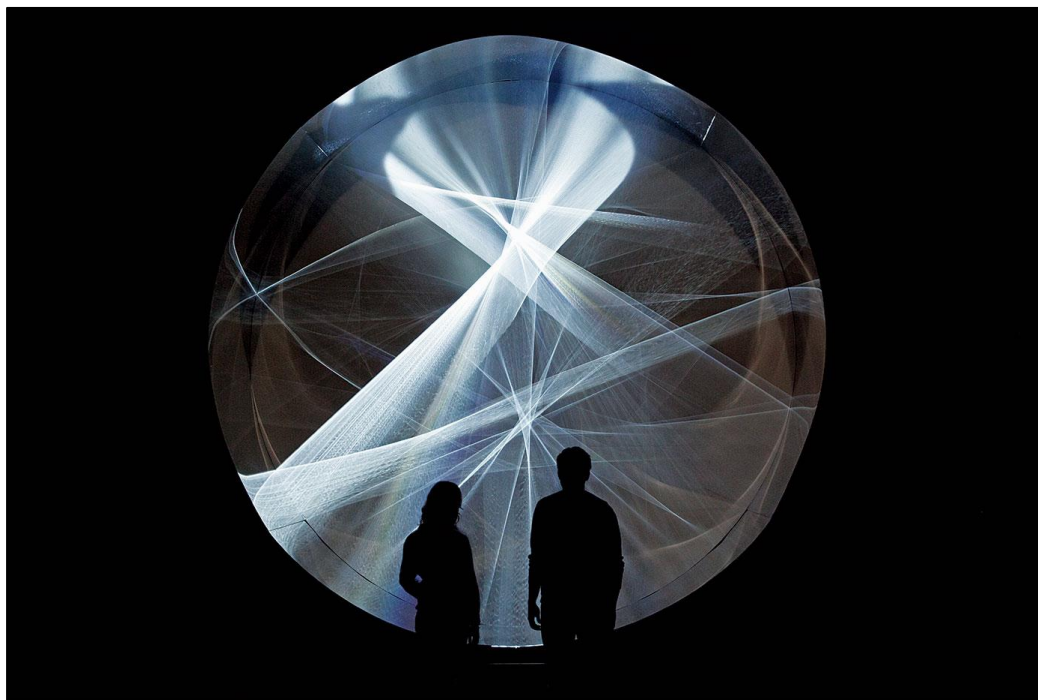


Figura 1. Cilindro de luz continua. (Le Parc, 1962)

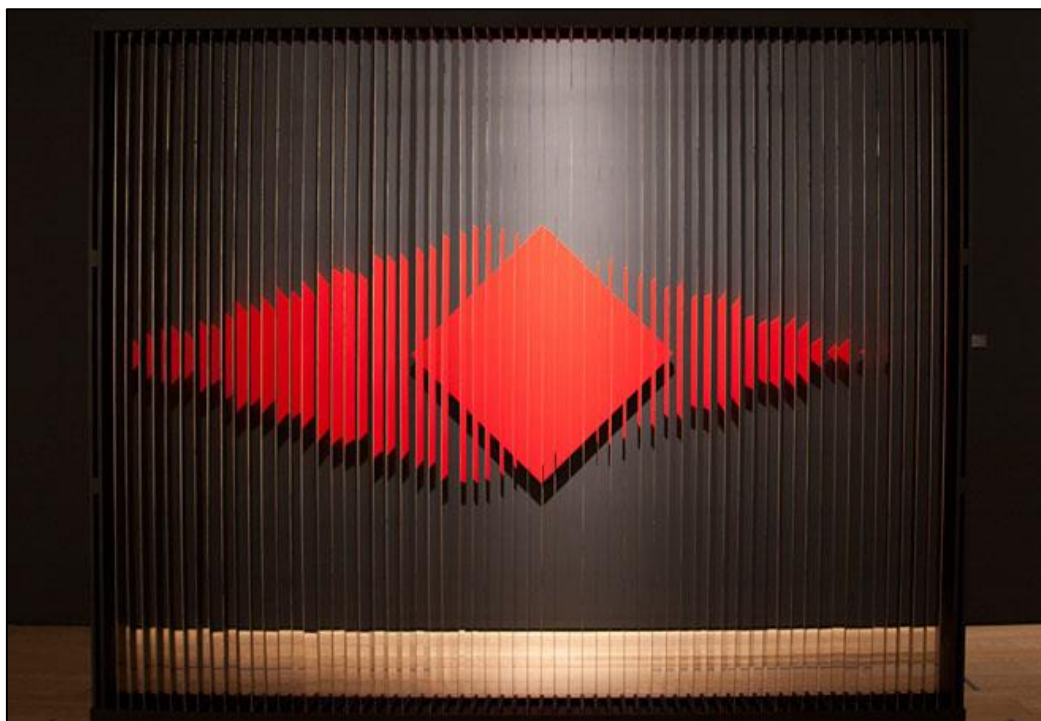


Figura 2. Closures à lames réfléchissantes. (Le Parc, 1966)



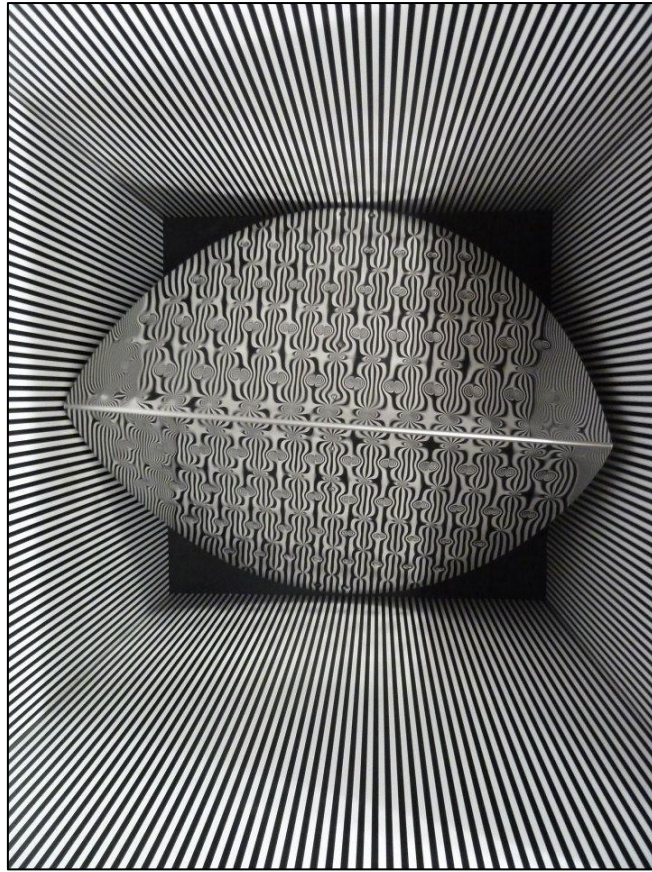


Figura 3. Trame Altérée (Le Parc, 1965)

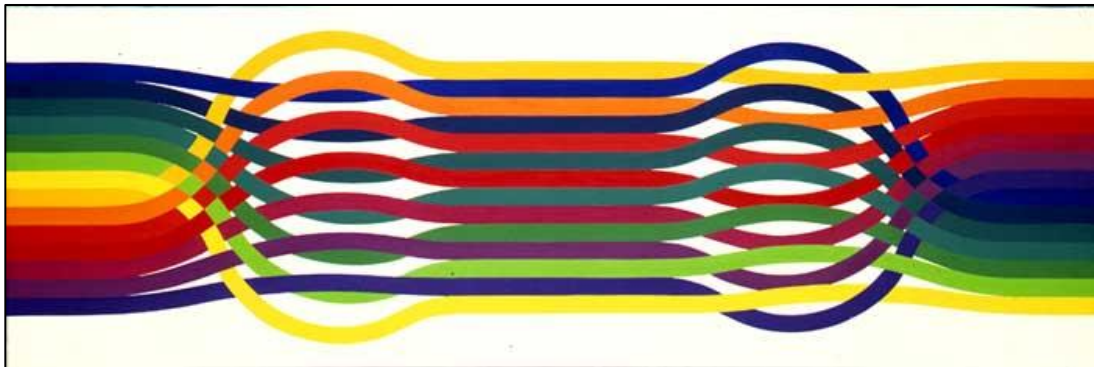


Figura 4. Ondas. (Le Parc, 1974)

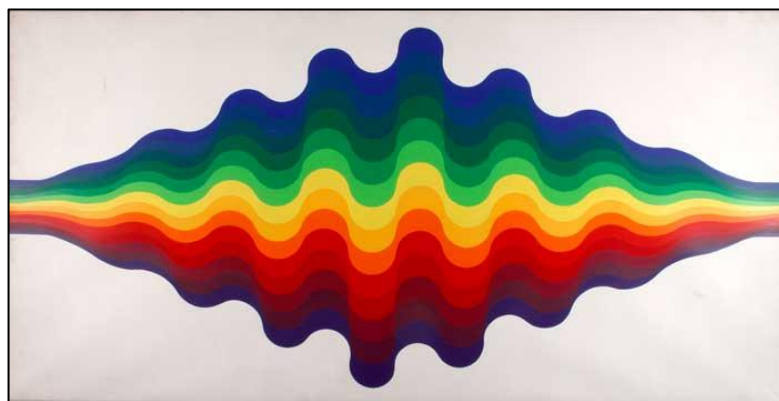


Figura 5. Ondas 110, nº8. (Le Parc, 1974)

OBRAS DE VICTOR VASARELY



Figura 6. Vega-Lep (Vasarely, 1960)



Figura 7. Vonal Stri (Vsarely, 1975)