



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ARTES
MAGISTER EN ARTES CON MENCIÓN EN
TEORÍA E HISTORIA DEL ARTE

LA DIMENSIÓN ESTÉTICA DE LA MODA Y SU RELACIÓN CON EL ARTE CONTEMPORÁNEO.

Tesis para optar al Grado de Magíster en Artes con mención en
Teoría e Historia del Arte

Angela Marcela Rivera Soto

Profesor Guía: Dr. Sergio Rojas Contreras

SANTIAGO DE CHILE
2017.

TABLA DE CONTENIDOS

	Página
INTRODUCCIÓN	4
MARCO TEÓRICO	5
CAPITULO I: CONCEPTO MODA, ANTECEDENTES Y SOCIEDAD.	
1.1. Definición concepto moda.....	13
1.2. Orígenes de la moda.....	15
1.3. Moda y sociedad.....	16
CAPITULO II: CREADORES QUE HAN HECHO DE LA MODA ARTE	20
2.1. Elsa Schiaparelli y el surrealismo.....	25
2.2. Rei Kawakubo.....	30
2.3. Lee Alexander Mc Queen.....	34
2.4. Iris Van Herpen.....	38
2.5. Hussein Chalayan.....	42
CAPITULO III: EL SISTEMA DE LA MODA	47
CAPITULO IV: LA MODA Y EL MUSEO: ESTRATEGIA O VALIDACIÓN	53
CAPITULO V: DIÁLOGO ENTRE ARTE Y MODA	61
CAPÍTULO VI: ARTE CONTEMPORÁNEO: EL ARTE DA PASO A LA MODA V/S LA MODA SE ABRE PASO AL ARTE	69
CONCLUSIONES	75
BIBLIOGRAFÍA	81

INTRODUCCIÓN.

“La moda no es un arte, pero para dedicarse a ella
hay que ser un artista”
Yves Saint-Laurent

"Y sin duda nuestro tiempo... prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia al ser... lo que es 'sagrado' para él no es sino la ilusión, pero lo que es profano es la verdad. Mejor aún: lo sagrado aumenta a sus ojos a medida que disminuye la verdad y crece la ilusión, hasta el punto de que el colmo de la ilusión es también para él el colmo de lo sagrado."

FEUERBACH, prefacio a la segunda edición de La esencia del Cristianismo.

“El que en la moda ve solo moda es un necio”,
Balzac

Este trabajo de investigación nace desde la pregunta ¿es la moda una representación artística?

Primero, desde un interés personal por esta disciplina, la moda, el diseño de vestuario e indumentaria y, porque la moda es un fenómeno que se está desarrollando como tema contemporáneo, adquiriendo dimensiones interesantes de analizar y reflexionar, su desarrollo desde el arte contemporáneo.

Como lo plantea la pregunta, hay que identificar dos campos temáticos y el roce, cruce e intersecciones que entre ellos se produce. Esta relación nos propone abordar varios conceptos identificables, en primera instancia como son: estética, lenguaje, creación, superficie, museo, consumo, entre otros que irán apareciendo durante el desarrollo del trabajo.

Cabe señalar la observación que se realiza de trabajos tanto de artistas como de diseñadores de vestuario en el Chile de hoy, cómo ambas disciplinas se han desarrollado paralelamente en terrenos diversos pero que confluyen en la sociedad actual.

El museo como un ente validador de ambas disciplinas y vitrina para los espectadores comunes, artistas y teóricos que observan el producto obtenido de reflexiones y trabajos críticos, evidenciando la existencia de este cruce en nuestro país y en el extranjero.

En el caso de Chile, no sólo el museo ha sido un lugar donde esto ocurre, sino también centros culturales, galerías y espacios destinados para la exhibición de productos culturales. Ya el museo, no es exclusivo de obras que se gestan desde las Bellas Artes (pintura, dibujo, escultura y grabado), sino que desde hace algún tiempo le da vitrina a otras manifestaciones artísticas tales como instalaciones y performances, fotografía y, por último a la Moda. No hay que olvidar, que muy contemporáneo al fenómeno que se está dando con la moda, se dio con la fotografía y que aún no está del todo dicho, en relación con el valor estético, artístico y su validación en el terreno del arte. Es más, tomándose de lo ocurrido con la fotografía, uno de los textos estudiados para desarrollar el tema de la moda es el de Walter Benjamin “La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica”, que abre una ventana para dar con la respuesta a la pregunta ¿por qué la moda no es arte? O de otro modo ¿es la moda arte? Ya que, en un momento de la historia, se suma la tecnología y los medios digitales a la producción artística, cambiando las condiciones en que el arte se presenta.

Si bien, existen textos publicados en internet o libros en relación al vestido, enciclopedias Editorial Taschen de moda (datos históricos, propuestas de diseñadores, cómo diseñar patrones de moda, cómo dibujar un figurín, etc.) no existía una real problematización, del hecho de la moda como un lenguaje artístico, viendo ésta desde la vereda del arte. Los diversos autores encontrados que se relacionan con el tema y lo toman como un tema interesante de analizar, lo sesgan a ciertos ámbitos de la vida, clasificándolo, por ejemplo, como un hecho netamente sociológico, entre ellos se encuentra Gilles Lipovetsky “El imperio de lo efímero”, la moda como fenómeno de la modernidad occidental, o también,

como un fenómeno meramente comunicativo como en Nicola Squicciarino en “El vestido habla” que plantea al vestido como lenguaje reivindicándolo de un mero objeto de consumo, también desde la misma perspectiva.

Esta problemática, desde un comienzo dio luces de no tener un trasfondo de peso, con una densidad que se fue adquiriendo por medio de la investigación. Primeramente, se encontró un texto en la web, acerca de ciertas reflexiones filosóficas, de la Universidad de Palermo que se denomina: “Arte y moda: ¿fusión o encuentro?”, donde se desarrollan los fundamentos para la hipótesis allí planteada. El encuentro de este documento valida absolutamente el planteamiento de investigación y dialoga directamente con él, a pesar que de antemano plantea en su pregunta una respuesta casi inmediata. Es decir, la moda y el arte separadamente, aportando de ambos mundos, pero jamás uno.

El problema está planteado, ya veremos en el transcurso de las reflexiones y la investigación si se podrá dar respuesta a un tema tan contingente como es la moda, ya que el concepto en sí mismo implica un factor tiempo y en constante desarrollo.

El tiempo un factor que determinaría la diferencia entre moda y arte, referido a la transitoriedad de las creaciones, la moda pasajera y efímera. El valor de una obra de arte está en su permanencia en la Historia, su perennidad que la proclama como un bien que hay que conservar en un lugar específico y determinado para ello, el Museo. En la actualidad existen cada vez espacios destinados para la Moda y son creados especialmente para ello, por ejemplo el Museo del Traje en Barcelona, Museo de la Moda en Chile, ModeMuseum en Bélgica, Museo de Moda en Amberes, Metropolitan Museum of art, American Folk art Museum, en EEUU, entre otros museos que han dedicado espacios para exhibiciones de moda. Esto se menciona, ya que da cuenta que la Moda está cada vez más presente en la sociedad y poseería un valor estético y un relato, un acontecimiento en un tiempo y lugar determinado, que habla, que comunica, he ahí su valor comunicacional. En cuanto a la hipótesis planteada en esta investi-

gación se dirige hacia la moda como un dispositivo que detecta los síntomas de una sociedad globalizada y de consumo siendo beneficiosos para su sistema de producción, donde combina elementos que alimentan las necesidades y demandas culturales de los individuos de la sociedad contemporánea, en una red social cargada de saber y poder donde se valida como una institución y se iguala a la institución del arte.

Esta hipótesis desde los estudios culturales, se acerca cada vez más al terreno del arte, ya que desde los tres componentes -la cultura, la personalidad y la sociedad- se producirá la pérdida de sentido que afecta a estos tres elementos en cuestión y que denotarán una crisis en el arte, la sociedad y las personas, que en la actualidad se puede observar y sobre el cual se refiere Habermas.¹

El hecho que esta investigación se contextualice en un momento crucial de la discusión del arte en la modernidad o pos modernidad, obliga a tomar referencias teóricas que problematizan la obra de arte y su agotamiento, siendo este hecho posible causa de la valoración de la moda como manifestación artística desde la esfera social de lo cotidiano.

El agotamiento del arte, de sus recursos representaciones y el soporte de la obra y sus posibles cuestionamientos a lo largo de la Historia. La reflexión del actual estado del arte, afecta directamente a todas las manifestaciones culturales, de alguna manera da pie para mirar a la Moda como un sistema de relaciones, eventualmente empoderada, cargada de discurso y sentido, que es lo que posiblemente, carecería el arte de nuestra sociedad.

¹ Jurgen Habermas determina estos tres componentes de la civilización, para analizar las causas y consecuencias del sistema económico imperante (capitalismo), aludiendo al tema de la modernidad, que lo definirá más adelante como un proyecto.

Sergio Rojas² se refiere a esta problematización del llamado agotamiento del arte, en el su libro “El arte agotado”, desarrollando el tema del agotamiento de la frontera entre arte y no arte, entre el arte y lo cotidiano, esas fronteras que se diluyen y provocan que la obra se vaporice. Rojas analiza las posturas de teóricos que se encargan de constatar las causas o factores que se relacionan, a tal punto de provocar el estado en que se encuentra el arte. Tanto Michaud, Kuspit y Bauman, desde las diferentes aristas del problema intentan explicar el cómo y el por qué de este comportamiento de un arte agotado. Yves Michaud expone la desmaterialización del arte, acusa una pérdida de gravedad de la obra, donde la subjetividad del espectador es preponderante en esa recepción de obra carente de reflexión. En este mundo donde todo es bello, y si no lo es tiene que serlo, esto se explica por un sólo motivo, que es el triunfo de la estética.

Donald Kuspit, por su parte, habla de la condición histórica de la obra y propone una deshistorización, para determinar la obra en relación a la condición histórica del hombre en la actualidad, ese arte posmoderno que se llena de lo cotidiano, de banalidad, donde el estudio, la creación interior ya no se basa en la creatividad y se convierte en “posarte”.

Ambos análisis en relación a la obra de arte, son pertinentes para dar a la moda el peso reflexivo y constatar o comprender el momento que vive la moda en la actualidad. Es posiblemente por las razones de la condición de la obra de arte, que la moda ha estallado en todo el mundo, como bien lo señala Michaud, la estética ha triunfado y los individuos que habitan las ciudades esperan encontrar en todas las cosas la belleza que el arte ya no otorga desde su ejercicio. La moda ocuparía este lugar de satisfacción, cargado de belleza, sustituiría una

² “El agotamiento estético de la crítica en el arte contemporáneo”, Hacia el agotamiento de la frontera entre arte y no-arte. Por una parte, la obra se ha consumido íntegramente en el mercado del arte, se ha entregado sin reservas a la burbuja del arte contemporáneo. Página. 318

forma de creación interior democratiza, de todos los sujetos ávidos de goce y disfrute, donde lo estético es parte del día a día.

Rojas reflexiona en torno a este llamado agotamiento del arte, ya que explica una paradoja porque si el arte estuviese agotado, no estaría en todas partes. Y es ese el punto, la capacidad de ubicuidad del arte y las expectativas que de él se tienen son las que estarían en crisis y que tiene que ver con la faceta crítica del arte.

Es relevante, reflexionar en torno a lo que sucede con la obra de arte y su recepción, para comprender el lugar que la moda ocupa en estos momentos y hasta donde ha podido ingresar y determinando las condiciones sociales para su estado actual. Esta disolución de las fronteras del arte y lo cotidiano, han dejado ingresar a la moda con más fuerza ocupando un lugar que antes era impensado, por tanto, el momento histórico es fundamental y, por ende, el sujeto-espectador que descodifica lo que ve y vive, sus experiencias con los objetos que lo rodean.

Más allá de desarrollar el tema de la moda desde sus antecedentes históricos, no menos importantes, para el tema en cuestión, la investigación se centra en la generación de discurso que los diseñadores seleccionados presentan en sus creaciones y colecciones. La producción artística que en ellos se da, se relaciona con la cultura, los acontecimientos históricos y sociales, donde las prendas de vestir se transforman de meros atuendos de moda en lenguaje cargado de acontecimientos.

En el proceso de producción de los diseñadores seleccionados, existe una estrecha relación con la tecnología, para producir materia prima coherente con la intención que propone el discurso que desean dar a conocer. Luego, en la pasarela que es el terreno donde se visibiliza su trabajo, se suma la “puesta en escena” con música, luces y acciones realizadas por las modelos, generan un espectáculo. En este momento, todo lo trabajado cobra sentido, es de esta for-

ma cómo el Sistema de la moda opera en la actualidad y es posiblemente la razón de su éxito. El espectador quiere disfrutar de la belleza, proyectándose en lo que ve, siendo entonces una experiencia estética, todos los elementos simbólicos son puestos en escena. En ello, encuentra su lugar y su valor, en la creación de una identidad social, que es una necesidad propia del ser humano, las apariencias no necesariamente debe ser considerada como algo frívola, ya que es un intercambio entre las personas, es la dinámica del día a día.

El objetivo de la investigación, se centra en el aspecto discursivo que la moda propone (discriminación, racismo, minorías, entre otros), ya que en él incorpora elementos políticos, económicos y culturales, logrando una trama de contenido, donde se exhibirán posteriormente sus razonamientos, creando una densidad necesaria, para ser estudiada. Esta incorporación construye una especie de trama, donde todos los elementos constitutivos logran un producto que se exhibirá en el despliegue del espectáculo, por tanto, este despliegue de las apariencias no sería frívola ni superficial.

Los diseñadores seleccionados en este trabajo, tienen características comunes, ya que todos realizan creaciones con contenido social necesario, trabajan la materia prima con la que confeccionaran las prendas, utilizan la tecnología a favor de su trabajo, sus procesos creativos están dirigidos hacia la crítica cultural y cuando realizan una puesta en escena, lo hacen como un espectáculo. Esto es muy relevante, ya que la sociedad del espectáculo, que alguna vez estudió Debord³, en la moda queda de manifiesto.

La sociedad moderna prefiere las representaciones, la ilusión, lo virtual y es ahí donde la moda llega con tanta fuerza a las personas que ven en ella una nece-

³ Guy Debord, 1967 "La sociedad del espectáculo". El espectáculo, comprendido en su totalidad, es a la vez el resultado y el proyecto del modo de producción existente. No es un suplemento al mundo real, su decoración añadida. Es el corazón del irrealismo de la sociedad real. Página 4.

sidad. La sociedad ha cambiado y el pensamiento debe ir flexibilizando sus reflexiones y sus preceptos, no siendo absoluta, sino yendo a la par con el crecimiento social del ser humano. Ya no hay vuelta atrás, la sociedad es globalizada y el valor del dinero y el poder adquisitivo está irremediablemente en el ADN de la sociedad actual y la futura. No por ello, hay que apartar a la moda, como una peste que daña a la sociedad, sino admitir que es ella el reflejo de ésta y que crea identidad un deseo de pertenencia.

La sociedad está mediatizada por las imágenes que provienen de diversas esferas. Las que produce la publicidad, por todas las calles, medios de comunicación, redes sociales ahora tan utilizadas que ocupa un lugar importante, en el día a día de las personas en el mundo entero. Cada persona observa las realidades de los demás y la propia, por medio de imágenes, una realidad mediatizada. Esta inserción de las redes sociales en todo el mundo, ha producido un efecto vertiginoso en la sociedad, ellas deciden lo que en éstas circula, la manipulación del contenido estético. Todo es pasajero y fugaz, rápido y mediato generando un vértigo.

En la moda hay consideraciones y relaciones que deben estar presentes, no aisladas del mundo de la cultura y se debe abordar desde diversas aristas para lograr dar con sus condiciones actuales.

Si bien el concepto de moda se utiliza desde el siglo XIV, este fenómeno prolifera y se instala en la sociedad actual, tras los pasos de la modernidad siglo XIX y XX a la posmodernidad siglo XXI con más fuerza, afectando no tan sólo su realidad y existencia, sino también al mundo del arte. Ambos no corresponderían a la misma categoría de manifestación artística, pero de algún modo se encontrarían en algún punto que más tarde se desarrollará en la investigación.

Se está hablando de una sociedad de consumo, de producción de bienes culturales, con una base de modelo europeo y mediado por redes sociales, en constante movimiento, donde todo es moda.

Lo que acá se pretende, es constatar que la moda y lo que ella ofrece, tienen un valor estético, más allá de lo espectacular, de un mero goce o disfrute de lo visual vacío de contenido reflexivo. Es por ello, que se buscan las bases teóricas y conceptuales adecuadas que aborden desde alguna arista al mundo de la moda y lo problematiquen y esclarezcan elementos que inciden o no en su propio proceso, es decir, si la historia es efectivamente un factor que incida en ella o si efectivamente es una nueva forma de hacer arte, entre otras premisas en las que no se tiene claridad.

La metodología que se utiliza para este trabajo es la investigación en diversas fuentes bibliográficas, tanto textos escritos como imágenes de libros y revistas de diversas épocas, libros especializados de moda, revistas de moda y libros de autores que reflexionan en torno al tema contemporáneo. Además, la revisión de diversas tesis o exámenes de grado de personas que optan al grado de licenciados de diseño, nacional y extranjeros; y de doctorados donde abordan el tema de la moda desde el proceso creativo de diseñadores de moda de los respectivos países donde fueron escritas.

Fuentes audiovisuales, sobretodo videos acerca de la moda, del arte, del mercado, de la industrialización, de fenómenos sociales y económicos, de instalaciones y páginas web de diversos museos a nivel mundial, donde la moda tiene una validación como creación artística. Se revisan también, videos de desfiles de moda con grandes exponentes de esta disciplina, tanto clásicos como vanguardistas, para encontrar las claves y dar respuesta que se plantea como tema de investigación.

En ellos se observa con mayor detenimiento, factores comunes, que sean evidencias contrastables en cada uno de los diseñadores seleccionados, por ejemplo: diseños de sus atuendos e indumentarias, colores, texturas, accesorios, escenografía, puesta en escena e hilo conductor del espectáculo propiamente tal, para armar posteriormente, una idea de lo que cada diseñador pro-

pone y, por ende, poder analizar la posibilidad de la moda como génesis de un arte nuevo.

El ser humano enfrentado a esta sociedad moderna o posmoderna y la moda con su producción de imágenes, como posible campo dialógico, proponiendo una nueva forma de pensar, de mirar su realidad través de una nueva cultura visual como paradigma.

CAPITULO I: CONCEPTO MODA, ANTECEDENTES Y SOCIEDAD.

1.1. Definición del concepto moda:

La definición del concepto MODA, es relevante como punto de partida de la investigación y también para descartar cualquier concepto que se pueda manejar de antemano y que genere comprensiones en otras direcciones que no aportarán a la investigación.

Definiciones existen muchas y diversas, según textos y profesionales que se involucran con la disciplina, o bien, teóricos que analizan el problema de la modernidad, ya que el término moda se relaciona con lo moderno (modernus) término utilizado en el siglo V para definir el presente cambiante y distinto de lo clásico y correspondería a un modelo a la imitación.

Moda (del francés, mode y éste del latín, modus, modo o medida) indica en su significado más amplio una elección o, mejor dicho, un mecanismo regulador de elecciones, realizadas en función de unos criterios de gusto, también se refiere al uso, modo o costumbre que está en alza durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos, sobre todo los recién introducidos. Según el marketing, la moda es un fenómeno eterno y siempre nuevo, universal y concreto, que tiene sus raíces en la imitación. Moda es lo actual, o lo que está en vigor e interesa a una mayoría en un momento determi-

nado. Sin embargo, en ocasiones, aplicada al diseño y, en especial, a la indumentaria es aquel atuendo, estilo, prenda, color o complemento, que se lleva por parte del grupo socialmente más importante o hegemónico o exclusivo, que es el capaz de influir en los demás.⁴

El concepto de MODA se asocia preferentemente con el vestir, con el diseño de vestuario, indica tendencia que se dará con mayor frecuencia, incluso el término para el ámbito de las matemáticas, apunta en este sentido.

La moda es un sistema, en el cual hay múltiples elementos que lo componen, primeramente el diseñador, el diseño o dibujo, los materiales y la producción de las prendas que darán paso a la exhibición de la(s) tendencia(s) de una época y lugar determinado. Hay que sumarle a esto, un factor y es el de la industria, el mercado “la mercadotecnia”, que muchos afirman como él factor que desarticularía al sistema de la moda, ya que sin él no cumpliría su objetivo. La influencia en las personas, de lo que se debe llevar y vestir, a qué lugares debes asistir, qué palabras debes usar, qué música debes escuchar, todo esto se logra a través de la publicidad, en los medios masivos de comunicación, la televisión, las revistas, la radio, internet que es en la actualidad la mayor influencia en la población mundial.

En cuanto a Moda se refiere, existen diseñadores como Coco Chanel que afirma: “las modas pasan, sólo el estilo permanece”, haciendo alusión al carácter relevante del diseñador de modas y su trabajo creativo. Es cierto, que el diseñador es aquel que despliega toda su creatividad en el proceso de crear una prenda de vestir, innovando en las formas, texturas, colores y combinaciones de materiales, que den como resultado un producto diferente, pero esa libertad tiene sus límites, límites que determinaremos más adelante.

⁴ RAE. Real Academia española, institución académica que normaliza el idioma español.

Volviendo con las definiciones acerca de la Moda, Pía Montalva la define como: un discurso marcado por la novedad, un discurso moderno por excelencia. En su libro “Morir un poco” establece una vinculación que permite comprender cómo este mecanismo regulador (moda) opera en las vestimentas de las chilenas, en sus elecciones entre 1960-1976. Aquí, da cuenta de ciertas prendas que utilizaban las chilenas en esos años y qué significaban según acontecimientos sociales, políticos y culturales de la época, es decir, las vestimentas escogidas se podían leer históricamente dando las claves para observar lo que pasaba en el país, es decir, la moda como lenguaje comunicacional.⁵

1.2. Orígenes de la Moda.

Si bien el concepto de moda queda claramente definido, tiene orígenes porque más allá del diseño de vestuario e indumentaria, se produce un hecho histórico que hace que la Moda se comprenda como tal. Es un hecho con un inicio histórico localizable, inseparable del nacimiento y mundo moderno occidental.⁶

El vestir ha sido un acto presente desde los tiempos bíblicos, del Génesis, el hombre prehistórico tapa sus cuerpos desnudos con pieles y cuando descubre la curtiembre cose las pieles pegadas al cuerpo dando diversas formas. En los tiempos antiguos hombres y mujeres vestían con túnicas de lino crudas, donde no se diferenciaban hombre de mujeres, si bien la diferenciación se hacía notar en prendas según la función para la cual se utilizarían. Es decir, el hecho de vestirse, propio de las necesidades de comodidad y abrigo de las personas, más tarde en algún momento de la historia, se transformaría en un lenguaje y más aún, en una creación de identidad, también necesaria de los individuos con

⁵ Pía Montalva. “Morir un poco” 2004. La dictadura militar le asigna al vestuario una función restauradora del orden social, en el cual el restablecimiento de las jerarquías, las diferencias sexuales y los roles sociales resultan prioritarios. A cada grupo humano le corresponde una apariencia y una identidad específica. Página 225.

⁶ Gilles Lipovetsky, “El imperio de lo efímero”, pág.23

su carácter gregario. Pero el hecho de vestir no implicaría hasta el momento una moda.

1.3. Moda y sociedad.

No es posible hablar del concepto moda hasta casi finales de la edad media, para reconocerlo como un sistema. Éste, con sus incesantes metamorfosis, sus sacudidas y extravagancias, donde la renovación de las formas se convierte en un valor mundano, la fantasía despliega sus artificios y sus exageración es en la alta sociedad, la inconstancia en materia de formas y ornamentaciones ya no es la excepción sino regla permanente: ha nacido la moda.⁷

Es en el siglo XIV, cuando aparece un vestuario completamente nuevo donde diferenciaban los sexos femenino y masculino, contribuyendo a la sexualización de la apariencia y a hacer al traje, no sólo símbolo jerárquico y signo de status social, es decir, un instrumento de seducción.

Entonces, se comprende la moda como fenómeno moderno, de occidente y de una clase acomodada, que luego se hace una constante, pero que no es universal. De aquí las desigualdades provocadas por esta construcción social a partir de la utilización de modas.

La diferenciación de las prendas que se llevaban indica el deseo de distinción entre las clases sociales, los campesinos, las clases más favorecidas, los filósofos o los guerreros, también entre las mujeres casadas o viudas. Si a culturas se refiere, también existe distinción en sus ropajes, los romanos cosían sus prendas, de esta manera se crean calzones o pantalones, utilizados en las guerras, específicamente los soldados romanos cuando conquistaron Galia. En la Edad Media usaban calzas y camisas de lino y dos túnicas, una a modo de camisa y otra más larga como capa. La mujer por su parte, también utilizaba dos túnicas, una de mangas estrechas y otra larga de mangas anchas, encima larga

⁷ Ibidem, página 23.

hasta los pies, más un velo que cubría su cabeza. En el medioevo fue común el uso de guantes tejidos y para el invierno pieles. En el siglo posterior se utilizó muchísimo la seda, así como el algodón, que se fabricaba en Italia. De esta forma fueron apareciendo otros materiales como el terciopelo y de esta manera, cada vez más personas lo iban utilizando dentro de sus ropajes y costumbres.

En el Renacimiento ya se podría hablar del concepto de Moda, propiamente tal, ya que la moda se entiende como la comprendemos en la actualidad, trajes más elaborados con pliegues, vivos colores imaginativos y originales. Dan énfasis en las mangas por sus pliegues y bordados. Se suman los encajes en cuellos para dar realce a los trajes que se complementaban con calzones o bombachos. Luego, aparece el corsé que ceñía la figura femenina, sobre él una falda con forma de campana hecha de tela y crin de caballo, reforzada con aros metálicos llamada crinolina. Los siglos posteriores por influencia religiosa utilizaban el paño y, la seda queda reducida a las clases más altas. Por otra parte, en Francia Luis XVI favoreció la alta costura dictando lo que se debía llevar a nivel europeo, aparece la corbata, primero como lienzo anudado al cuello.

De esta forma, en la narración histórica, las prendas de vestir fueron tomando forma e importancia en las diferentes clases sociales y también, fueron denotando ciertos significados sumados a los acontecimientos sociales de cada época. La aparición del “corsé” como su abolición (1914-1925) dentro de las prendas obligadas de las mujeres, tuvo su origen y consecuencia en la liberación femenina. Si bien el quitar el corsé de la vestimenta, trajo consigo una influencia oriental a la moda, donde rápidamente cambia la silueta femenina del canon que regía anteriormente. La “Belle Epoque”, es un momento clave para lo que será el cambio de visión con respecto a esta prenda y a la forma en que producirá la evolución de la moda. En este momento histórico, el corsé era utilizado como un elemento de seducción, con ello la “revolución de la moda”. El canon de belleza femenina correspondía a una letra “s” donde la cintura era marcada los pechos prominentes y la espalda abultada. Esta forma se relaciona con las

formas orgánicas del modernismo, se sumaron los sombreros con decoración excesiva de flores y pájaros disecados. Los fabricantes de ropa interior, crearon distintos tipos de corsé, además utilizaban rellenos de almohadillas y barbas de ballena para obtener la cintura más pequeña. Había un detalle importante, ya que mayoría de las mujeres lo usaba, existía un porcentaje pequeño que no, correspondía a mujeres librepensadoras y que no estaban dispuestas a utilizar una prenda que las reprimiera, por ende, significó una liberación, una forma de pensar diferente que se representó en la no utilización de la prenda, pero en la actualidad esta prenda como objetivo estético y canon de belleza femenina se ha sustituido por otros tratamientos, que siguen avalando una forma de estar en forma y con los cánones de belleza establecidos.

El corsé cayó con la Revolución francesa, Napoleón odiaba el corset, al que llamaba “El asesino de la raza humana”, sus dos esposas usaban la prenda. El motivo de los odios de Napoleón hacia el corset era político-militar pues él consideraba que la prenda tenía efectos negativos sobre la natalidad y sus intenciones militares necesitaban de nacimientos masivos para los futuros soldados de la patria.

Posteriormente, aparece el traje de 2 piezas y blusa, que liberaba a mujer de los incómodos corsés en la ropa interior. Comienza un cambio en la moda, con la influencia del ballet Ruso y el orientalismo de Poiret⁸ y su incorporación del sujetador a la ropa interior. Ya algunas mujeres mostraron el tobillo al final de este periodo (1890-1914) se hablaba del uso del pantalón. Estas prendas denotan un cambio importante, sobre todo para las mujeres, su papel en la sociedad y los cambios que vendrán con el transcurrir de los años. El pantalón es una

⁸ Paul Poiret fue uno de los primeros diseñadores en instalar una casa de moda, siglo XX y fue reconocido por liberar a la mujer del corsé en el período de Napoleón Bonaparte con el traje corte imperio, que se utiliza hasta la actualidad.

forma de decir, de expresar el descontento con el papel que llevaba la mujer hasta esos años y que aún es una lucha.

La revolución de la moda se manifiesta entre los años (1914-1925), comienza con la Revolución industrial y continúa con la guerra mundial. Todos los procesos sociales, económicos la afectan, por ejemplo el bajo coste de los materiales para fabricar las ropas, que antes eran de uso exclusivo de una determinada clase social, se diversifican y se produce el cambio. Con ello aparecen diseñadores de “alta costura” como Paul Poiret, Coco Chanel, Thomas Burbury y Elsa Schaparelli, que dictarían la moda que vendrá.

El hecho de la Primera Guerra Mundial, cambió al mundo en muchos sentidos. Se aceleraron los cambios y valores sociales, había cada vez mujeres con estudios superiores, más personas que utilizaban el automóvil y practicaban deportes, es decir, cambio el estilo de vida de las personas y la moda tuvo que adaptarse a estos procesos. Paul Poiret fue el primero en diseñar una prenda vestir “el traje sastre” que se utilizaba sin corsé. Además, con la segunda guerra mundial, las mujeres desempeñaban tareas masculinas, porque ellos estaban en la guerra, y requerían de atuendos mucho más cómodos, faldas cortas y diseños sencillos. Pero al terminar la guerra, los hombres volvieron a sus lugares y las mujeres se habían acostumbrado. Las mujeres querían participar de las actividades sociales, surgen entonces los bailes, se populariza el jazz, el tango y el charlestón. Por otra parte, los peinados ya no tan armados y mucho más cortos. La imagen de la mujer se masculinizó, cortó su pelo, se puso de moda el corte garconne, usaban pantalones y fumaban. La silueta más bien recta y suelta con la cintura desplazada hacia la rodilla, en el caso del vestido. Este estilo simbolizaba una mujer independiente. El maquillaje también cambio, utilizaban un polvo de base, labios rojos y cejas delineadas muy finas, para completar el look.

Como vemos los momentos históricos son relevantes para comprender los procesos de la sociedad moderna y, la moda, es una clave que devela estos cambios y una comprensión para la actualidad. Los cambios de una época a otra, provoca un cambio de paradigma, pensamientos y comportamientos, están profundamente arraigados en los hechos históricos que se han sucedido.

CAPITULO II: Creadores que han hecho de la Moda arte.

Para comenzar a dilucidar el proceso de la moda como manifestación creativa y productora de discurso, hay que mencionar la existencia de personas dedicadas a la elaboración de prendas de vestir desde el siglo XIX, ya que anterior a este periodo no se podría hablar de la indumentaria como moda. Si bien, a continuación se hará una breve descripción temporal de aquellos que se dedicaron en el terreno de la moda, el interés se centra desde Elsa Schaparelli y el surrealismo, ya que es el desde ahí, único movimiento de vanguardia siglo XX, en que la moda aparece siendo parte de la historia del arte y no cuestionada por serlo. Ya, en el primer manifiesto de 1924, se hacen presentes las concepciones del arte y de la vida misma.⁹

En el siglo XVII, en tiempos de la reina María Antonieta, existió una mujer llamada mademoiselle Marie-Jeanne Rose Bertin, nombrada Ministra de la Moda por la reina, pues fue su modista durante su corto reinado. Ella fue la primera modista en tener un lugar propio para atender a su clientela, entre quienes se contaban la reina de España, la de Suecia, la de Bohemia, la zarina de Rusia y otras más. Su salón, llamado Le Grand Gogol, se encontraba en la Rue Saint Honoré. Marie-Jeanne pudo ser la inventora de la moda y de la alta costura,

⁹ Bretón, André, 1924 <https://arteydisegno.files.wordpress.com/2010/02/manifiesto-del-surrealismo-1924.pdf>

pero la Revolución Francesa no se lo permitió. Por lo que el concepto de “alta costura” tuvo que esperar sesenta y nueve años a que Worth abriera su salón en el número 7 de la Rue de la Paix.

A mediados del siglo XIX, Charles Frederick Worth habría de transformar el mundo de la moda al definirse a sí mismo como un artista del vestido. El modisto fue el primero en incluir marquillas firmadas en todos sus trajes, como hacían los grandes maestros en las piezas de Arte. Este hombre, que solía presentarse ante sus clientes de boina y delantal –a la manera de un pintor–, sería considerado el padre de la Alta Costura, diseñando lujosos vestidos a su gusto, superando así la modistería por encargo que se acostumbraba en esa época. Su proclamación como artista del vestuario configuró el nuevo sistema bajo el cual las casas de moda todavía se rigen, dejando al público a merced de la musa de los gloriosos modistos. (1825-1895)¹⁰

Quien era amigo de Worth fue un modisto renombrado de la época Jacques Doucet (1853-1929), todas las casas de costura parisina enviaban sus encargos. Se caracterizaba por confeccionar los trajes de noche más costoso y refinados de la época. Lo que Doucet hacía no era moda, sino que apuntaba a una clientela que se interesaba en el lujo, para mujeres que querían llamar la atención de los hombres más adinerados. Si bien, esto no es un mérito para el modisto, se menciona porque fue la escuela del diseñador Paul Poiret, (1879-1944) quien se caracterizó por liberar a la mujer del corsé, de las medias negras y diseñar una ropa interior diferente. Además, creó trajes con escotes prominentes y colores vivos con bordados, influencia totalmente oriental tomada del ballet ruso que estaba de moda en aquella época. Poiret pensaba después de volver de la guerra, que ésta había hecho más por la independencia de la mujer que la misma moda. El cambio era radical, perdió su clientela y fue imposible recuperar.

¹⁰ www.vestirelvestido.com



**Korai: época arcaica
de Delfos (hacia el 476 a.c.)**



Mariano Fortuny en 1909

En estos tiempos aparece en escena un artista Mariano Fortuny, que diseña un traje llamado “Delfos” proporcionando la elegancia y comodidad a las mujeres de la época, un traje que no mostraba nada, largo hasta los pies, pero que sugería la silueta femenina y daba libertad de movimiento. Este traje hizo furor en 1907, ya que lo usaban las grandes estrellas de la danza moderna como Martha Graham e Isidora Duncan. Este vestido era una túnica llena de pequeños plisados cuya técnica él inventa y que hasta la fecha no ha sido descubierta en su proceso. Este artista experimentó mucho con los materiales, colores y estampados, logrando resultados diferentes en cada pieza de su creación. Fortuny era pintor y en su búsqueda artística logra crear piezas únicas, que quedaron plasmadas en la historia de la moda. El periodo de Fortuny fue entre (1871-1949) y su misteriosa producción lo llevó a ser parte como pieza de Museo del traje de Madrid.

Por otra parte, aparece una modista Jeanne Lanvin (1876-1946) su aporte a los trajes parte de la utilización de colores alegres, ya que comenzó cambiando la indumentaria de los niños de la época que llevaban trajes que eran miniaturas de la vestimenta adulta, ella creó nuevos vestidos para niñas y niños, luego para adolescentes y mujeres. Ella se distinguió por considerar el factor etario en los atuendos que vestía a las personas de su época. Su último periodo lo dedicó a la ropa masculina.

Cada uno de estos diseñadores tuvo su aporte, en relación a lo que será la posterior “industria de la moda”, ya que ésta tiene elementos a considerar para su influencia en las sociedades posteriores. Una casa de modas llamada Paquín, se caracterizó por su proyección comercial y relaciones internacionales, además organizó el primer desfile de modas con música, resultando todo un espectáculo. Cada elemento que caracteriza a los diseñadores anteriormente nombrados, se han desarrolla con fuerza y son características de lo que se entiende en la actualidad por “industria de la moda”.

Como ya lo había mencionado, el deporte era cada vez más practicado por las personas que seguían las modas. En este aspecto existió un diseñador que fue el primero en diseñar tenidas deportivas de figura sencilla y corte cómodo, satisfaciendo dicha necesidad llamado Jean Patou (1880-1936) El modisto debe su celebridad a haber vestido a la famosa tenista Suzanne Lenglen, para la que diseñó faldas plisadas de seda blanca, chaquetas de punto rectas y la cinta para el pelo tan indispensable hoy en día. Patou, basó su estilo en el art decó y el cubismo, de los que tomo prestados sus líneas sobrias, colores claros y formas geométricas.

Los diseñadores incorporaban los estilos artísticos que iban apareciendo en sus creaciones de moda, lo que acercaba cada vez más la moda al arte.

Otra diseñadora que se interesaba por las líneas simples, cortes rectos y

geométricos del cubismo era Madeleine Vionnet (1876-¿?) quien estudió la figura femenina en profundidad para lograr que los vestidos se adecuaran a la silueta natural de las mujeres. Esta diseñadora fue la primera en utilizar una fibra sintética en sus confecciones y además, su importancia radica en las condiciones de trabajo que le proporciona a sus empleadas, condiciones laborales que otras casas de moda no daban, estas eran tiempos de descanso en su jornada laboral, vacaciones pagadas y ayuda en caso de enfermedad. Vionnet gracias a sus donaciones se crea el primer Museo de moda 1986 llamado “Musée de la Mode et du Textile en París”. La sucesora de Vionnet fue Alix Grés (1889-1993) quien deseaba ser escultora, pero como sus padres no se permitieron se dedicó a hacer formas sobre los cuerpos de sus clientas.

En un comienzo en el siglo de los diseñadores, siglo XX, el estandarte lo llevan los hombres con sus propuestas en el vestir. Van apareciendo de a poco mujeres que se dedican al diseño de vestuario, pero es con Coco Chanel (1883-1971) que las diseñadoras cobran mayor fuerza. Coco no sólo vestía a las mujeres sino que les hacía entender la vida de una manera diferente. Su consigna fue liberar a las mujeres de la dependencia del hombre. En sus atuendos fusionó lo femenino con lo masculino, ambos aspectos en sus trajes eran motivo de admiración e identificación del género. Tomó de lo masculino la elegancia, sobriedad, calidad, comodidad y proporciones, principios básicos para su creación. Su propio estilo de vestir marcaron la diferencia, las mujeres admiraban en ella sus prendas y se dio cuenta que con poco lograba mucho. Su estilo reflejaba el espíritu de los años 20, su obsesión radical por el aspecto práctico de la moda sumada a la renuncia de los extremos visuales típicos de otros diseñadores, convirtió el estilo de Chanel en intemporal. Un hecho histórico la Segunda Guerra Mundial, provocó su retirada. En 1939 Inglaterra y Francia declararon la guerra a Alemania y Coco, ya muy cansada decide partir. En 1947 Christian Dior presenta su New Look, estilo que imponía la cintura de avispa, las faldas almidonadas y la chaqueta. Nuevamente, la moda estaba en manos de los

hombres y se hacía notar. Pero Coco seguía creando y a sus 70 años presentó traje de chaqueta ribeteada y botones decorados con una cabeza de león, con sus broches de cristal multicolor y sus bolsos con cadenas, que gustó muchísimo al público y la ovacionó. Luego, otros diseñadores influenciados por Coco como Karl Lagerfeld regresaron a las raíces de rusticidad refinada, aire juvenil y elegancia sin artificios.

2.1. Elsa Schiaparelli y el surrealismo.

Otra diseñadora que da que hablar en estos tiempos es Elsa Schiaparelli (1890-1973) contemporánea de Coco Chanel y sus mayor rival, Coco la llamaba "la italiana" pero que tiene sus principios en el surrealismo y con ello una propuesta mucho más conectada con la actividad artística propiamente tal. Conoce a Poiret en un desfile y con ello inicia su carrera. En 1933 Diseña un traje largo con un frac encima que provoca las miradas y distinción entre las mujeres de la época y que fue copiado en todo el mundo. La creatividad era lo que más sobresalía en las prendas que Schiaparelli realizaba, alguna de ellas las realizó en colaboración con Salvador Dalí; cartera teléfono, vestido andrajoso y el famosos "sombrero zapato" en 1937, imagen que retrató en una fotografía Man Ray.



esposa de Dalí posando para Man Ray.



Dalia, Diseños de Dalí del sombrero chuleta; sombrero tintero

Dalia,

Para la diseñadora, la moda nacía de hechos, tendencias y cambios políticos, no del intento de fabricar cortos o largos, plisados o lisos. Era miembro activo del círculo de los surrealistas y su obra era el diseño de ropa, accesorios, objetos de arte. Las obras que se conciben como icono de la moda, fueron realizadas en colaboración con sus amigos artistas, Salvador Dalí, Jean Cocteau y Alberto Giacometti, que le otorgan un sello y distinción de los demás diseñadores de su época. Ella a cada prenda y sus complementos les pone creatividad y originalidad desbordante haciendo de cada uno un elemento único. Para ella los temas eran ilimitados y cada temporada seleccionaba uno para su colección, algunos de éstos fueron: la astrología, el circo, la comedia del arte, lo que hacía comprender la moda como una manifestación más del arte. En una de sus exhibiciones incorporó payasos y música lo que provocó un verdadero espectáculo, donde posteriormente se producirán las puestas en escena de otros diseñadores que mencionaremos más adelante.

He aquí el punto relevante de Elsa Schiaparelli para comprender la moda desde el proceso creativo, sus trajes-obras eran una constante pregunta, un cuestionamiento planteado en cada una de las prendas, objetos e indumentaria, si bien no era un formato tradicional que ella utilizaba para contar, decir y conocer, su entorno, su contexto más cercano tampoco lo cuestionaba o ponía en duda si era arte o no lo que Elsa creaba, para ellos era una artista con una genialidad admirable, que expresaba las intenciones del surrealismo. Con sus creaciones, que no eran modas, ella pretendía cambiarle el sentido al vestido, siempre eran conceptos, otorgarle otro significado. Por ejemplo, cuando creo el sombrero zapato, fue un episodio donde Dalí le puso en la cabeza un zapato a su esposa Dalia y ella reflexionó en torno al zapato y a la cabeza, es decir, el zapato ya no es un zapato porque se encuentra sobre la cabeza y, por tanto, la cabeza quizás no lo sea porque tiene un zapato sobre ella.

La ilusión de las imágenes dobles, ese doble significado, fue lo que llamó la atención de los dibujos de Cocteau, donde mezcla la moda con el arte, siendo

el sello que la caracteriza y revolucionario para la época, que vivía en una incertidumbre económica y política en 1929.

Si bien los inicios del surrealismo se refieren a la poesía y a su forma de escribir desde el inconsciente, ya que se cuestiona la realidad y el lenguaje limitados donde la otra realidad, la del inconsciente hacia proliferar la imaginación y el autoconocimiento. Las imágenes que provenían del inconsciente, del mundo de los sueños eran trasladadas a diversos formatos, cuyos mecanismos de producción eran poco tradicionales en ocasiones, como recortar palabras de una bolsa y crear mensajes. En el mundo del diseño donde Schiaparelli desarrollaba su propuesta teatral, era innovadora alejándose de lo convencional de los diseñadores de ese momento y para el mundo de la moda.

En este abrigo de rayón y jersey de seda, tiene una imagen dibujada por Jean Cocteau, motivo visual de dos perfiles, bordó con hilos de oro, seda y un apliqué de rosas en la parte superior.



Coat, 1937 (Capa: rayón, seda y bordados de hilo metálico dorado)

Philadelphia Museum of Art, PA, EE.UU.

Sus comienzos en el diseño los realizó trabajando en una tienda de deporte, incorporando sus diseños el trampantojo o “trompo l`oil”, haciendo nuevamente una sustitución de la realidad o ilusionismo, presente en el arte s.XVI, de un moño o lazo, en tejidos de punto que le enseñó una familia armenia la cual le realizaba sus diseños, que hasta ese momento eran totalmente originales e innovadores.

Con este vestido impulsa los límites a través del vestido, muy ligada al cine donde sus prendas inusuales, las usaban estrellas muy reconocidas de la época como Mae West, para Schiaparelli sus prendas no podían ser usadas por cualquier persona debía tener carácter y personalidad, en busca de algo diferente. Su producción se encuentra en un período entre guerras, lo que también es un aspecto importante a considerar, ya que ella como miembro del grupo de surrealista seguía los preceptos y la postura de vanguardia, antirracional e institucional, radical en lo que se refiere a lo estético y disciplinar. Ellos iban en contra de la sociedad francesa racional y de aquellos movimientos que imitaban la realidad consiente y reprimida. Su intención era desestabilizar el orden social, por ello planteaban su propia revolución desde el inconsciente y desde ahí crear la realidad y abolir esa forma de configurar la imagen, de aquella construcción lógica.

En Elsa la forma de concebir el arte, ya sea por los preceptos surrealistas significaba también hacerlo a través de la moda. Crear una irracionalidad del vestido, de aquello que estaba pero no, de materiales inusuales, de mecanismos de formas de hacer que no eran propios de los que se utilizaban comúnmente.

Dentro de su producción no sólo hay vestidos, sino también sombreros, zapatos y accesorios como botones trabajados según el tema de interés y coherentes con toda la estética del objeto que desea desarrollar.

Los diseños seleccionados demuestran la ligazón con el movimiento surrealista y esta relación entre arte y moda, que es un precedente en la historia del arte, ya sea con Dalí, Man Ray o Cocteau, Schaparelli propuso una nueva forma de

manifestar más allá de la alta costura sin separarse del arte que movía su mundo interior y su vida.

En relación a la fotografía de sus creaciones gran parte fueron hechas por Man Ray y con Paul Poiret comenzó su carrera de fotografías de moda. Otros colaboradores fueron P.Horst y Raúl Dufy, este período fue antes que comenzarán las impresiones de imágenes. También sus fotografías de moda denotaban un dejo surrealista.

Si bien en estos mismos años existía otra diseñadora de renombre Coco Chanel, el acercamiento que ésta tuvo hacia la moda, le otorga un valor más frívolo a la moda, es decir, impone estilos en ella la austeridad de forma y color y sus pretensiones de sus casa de moda iban más bien por el camino consumista, de darle a las personas que usaban la alta costura para distinguirse del resto, de pertenencia a otro nivel social. Schiaparelli hablaba de lo contrario, de otra realidad, desde arte, de esta relación entre arte y moda nunca antes experimentada. Como su producción se realizó entre guerras, éstas afectaron y limitaron su prosperidad, ya que Elsa emigró a los Estados Unidos y cuando vuelve a Francia la sociedad había cambiado y no apreciaban con tanto interés lo que ella creaba.

Su influencia se ve reflejada en los diseñadores contemporáneos tales como: Viktor&Rolf, Alexander McQueen, Jean Paul Gaultier, Jeremy Scott, John Galliano, Vivienne Westwood y la más característica de todas, Miuccia Prada.

Si bien, existe una cronología importante de diseñadores de moda, no todos tienen una producción relevante y atemporal. Algunos hicieron sus aportes en términos sociales y otros, en un ámbito netamente artístico y creativo. El siglo XX fue el siglo de los diseñadores, pero no separado del mundo de las bellas artes. Todos se reunían y compartían tertulias en torno a los acontecimientos que se iban sucediendo y de interés artístico, es por ello que en este período

aparece la figura de la colaboración de diversas disciplinas como la poesía, música, plástica y diseño, todos en pro de la creación.

Más allá de los parámetros con que el diseñador crea sus prendas, se requiere de un análisis en cuanto al proceso creador que se centra en lo que se quiere decir, poner énfasis en la creación misma, en sus orígenes que van más allá de la indumentaria. Lo que se busca es reflexionar en torno a esas prendas que se presentan como productos de reflexiones, que significa el punto de partida de esta investigación. Cabe preguntarse, ¿por qué existen prendas (objetos) que son creados, pero que nunca serán usados? Prendas que sólo son exhibidas o fotografiadas, siendo el inicio y resumen de lo que se propone demostrar y comprobar: el diseño de moda, no pasa por el mero hecho utilitario, por su valor de uso, sino que simboliza un proceso de creación artística.

2.2. REI KAWAKUBO.

Otra diseñadora relevante para esta investigación por su relación de la moda y el arte es Rei Kawakubo (Tokio, Japón 1942) que une el pasado-presente; femenino-masculino; oriente y occidente. Fue la primera diseñadora de oriente en llegar a París, lo que es un mérito para su trabajo, sus estudios no fueron de moda sino de Filosofía, pero sus intereses y reflexiones los desarrolla desde la vereda de la moda.

En ella, por ejemplo, los pliegues no son un atributo más de una prenda de vestir, es un recurso utilizado basado en la cultura Zen y no corresponde a una tendencia en la moda, sino un reflejo de pensamiento social cultivado en varios ámbitos de la sociedad japonesa. (estudio realizado al diseño japonés).

Lo que interesa en Kawakubo para esta investigación son sus creaciones posteriores como los atuendos con múltiples protuberancias que incorpora deforman-

do los cuerpos a quienes visten para dar a conocer, lo que pensaba acerca de las formas occidentales y las prendas, creando curvas inexistentes para ir en contra del sexismo en la sociedad.



**Fotografía de Paolo Roversi 1997
Comme des Garçons**



**Fotografía SS97 Yannis Vlamos "Meets/body"
Vestidos protuberancias**

Su perfil es anodino, desafiando las nociones convencionales de la belleza, el gusto y la moda. Trabaja en los límites, dentro y entre las dualidades generando nuevas realidades en torno a cosas inexistentes, es decir, nuevos procesos de diseño.

Su trabajo está catalogado como escultórico y arquitectónico, ya que trabaja desde la estructura en lugar de las superficies, rechaza la silueta y las nociones establecidas para crear diseños innovadores desmaterializando las formas e ideas, logrando abstracciones y produciendo formas básicas llevándolas a un

nivel más profundo consiguiendo reducir al máximo la información llegando a la nada.

Lo que interesa en Kawakubo es una colección de verano de 1997 “Quasimodo”, donde presenta el cuerpo vestido, lleno de acolchado y protuberancias que deformaban la silueta establecida. El énfasis es totalmente antimoda, es decir, no busca embellecer al cuerpo femenino-masculino, sino más bien dar a conocer sus reflexiones más profundas. Esta colección inspiró la vestimenta de una pieza de baile “Scenario” 1997 del coreógrafo estadounidense Merce Cunningham que desarrollo nuevas formas de danza abstracta y en las prendas de Rei vito, en las formas abultadas formas humanas familiares que se podían ver en la calle como un bebé acostado en los brazos de su madre.

Es tan relevante el trabajo de moda en kawakubo, ya que como diseñadora japonesa que se abre al mundo, específicamente a occidente, se muestran en París (una de las capitales de la moda) en los años 80 la concepción de una silueta del cuerpo humano muy diferente y absolutamente visionaria, con respecto a lo que estaba ocurriendo en ese momento en la capital de la moda. Primero impactan por su ropa negra, parecía salida de una desastre nuclear, estos eran los primeros pasos a la nueva forma de concebir la belleza a pesar que no era la primera diseñadora en llegar, antes lo hicieron Venzo y Miyake.

Estas nuevas concepciones de la moda fueron en contra de lo establecido desde el Renacimiento occidental, ir en contra del color, forma y volumen. Al realizar operaciones distintas, logra resultados innovadores. Esto tiene sus raíces en la cultura japonesa, wabi sabe o término estético para referirse a la belleza de la imperfección, como la ceremonia del té, tradición donde la loza antigua se muestra con su trizadura, con sus imperfecciones representa la belleza. Esto no es tan distante de lo que los diseñadores pretendían en la moda. Las caracterís-

ticas de la estética wabi sabe son asimetría, sencillez e ingenuidad y sugiere, además un proceso natural.

Así como los diseñadores japoneses pretendían una reflexión y discusión en torno al cuerpo de la mujer, la feminidad y proponían la nueva silueta del siglo XX provocando una relación diferente entre cuerpo y vestido. Su valor está puesto en ello, en quebrar el ritmo normal de la evolución de la moda, historia y sociedad, aporte que se vislumbra en este siglo. La cuestión es una discusión estética, social y política.

La propuesta de Miyake y Kawakubo se produce justo fortaleciendo la visión del rol de la mujer en la sociedad y la postura feminista que cada vez sonaba más fuertemente. La “nueva mujer”, cuestionando de paso la compleja relación entre las mujeres de la época y la moda o alta costura.

Kawakubo, por su parte, habló con franqueza en su dedicación a proporcionar ropa para las mujeres trabajadoras: "La meta para todas las mujeres debe ser hacer su propia vida y mantenerse a sí misma, ser autosuficiente. Esa es la filosofía de su ropa. Están trabajando para las mujeres modernas. Las mujeres que no necesitan asegurar su felicidad al parecer sexy a los hombres, haciendo hincapié en sus figuras, pero que les atraen con sus mentes".¹¹

La diseñadora no sólo abarca el deconstructivismo, sino que también pertenece a un tipo de moda conceptual, donde desarrolla sus ideas desde el sentimiento de la persona que se viste y no en el cómo se ve. Como ya se ha dicho Rei no busca la belleza y la distinción de las personas, para ella la moda es un lenguaje artístico.

¹¹ <https://amonatela.wordpress.com/2013/05/16/deconstructivismo-hactivismo-textil-pensamiento-accion-y-nuevos-prototipos/>

El desconstruccionismo que utiliza como mecanismo para realizar su producción, se refiere al cuerpo, a esa forma de comprender la concepción de los cánones de belleza y de cómo la visión occidental del cuerpo de la mujer debe ser.

La moda conceptual consiste en reflexionar la moda desde lo filosófico o intelectual obteniendo un producto que en su mayoría no es usable", es decir, son experimentos y piezas textiles que se les resta su valor utilitario para dar paso más bien a la reflexión de la moda. Este tipo de "prenda" hacen alusión a diversas áreas del conocimiento y utilizan materiales de toda índole sin presentar limitaciones de ningún tipo.

2.3. LEE ALEXANDER MC QUEEN.

En aspectos biográficos nace en Lewisham, el 17 de marzo de 1969 y fallece el 11 de febrero de 2010, es un diseñador inglés graduado de la escuela de arte y diseño de Londres St Martins y su carrera toma importancia cuando trabaja para la marca Givenchy en 1996-2001, esto lo consigue tras recibir premios que lo destacan en su generación "al diseñador de moda la moda británica en cuatro oportunidades (1996,1997,2001) en 2003 recibió una condecoración por la reina Isabel II con el título de Comandante de la Orden del Imperio británico, que recibió de sus propias manos en el palacio de Buckingham, a pesar de ser transgresor asistió a recibir dicha distinción porque era relevante para sus padres hacerlo.

Dentro del trabajo de Mc Queen lo relevante se hace evidente los altos contrastes entre lo antiguo y moderno; entre la fragilidad y la fuerza. Sus temas siempre recurrentes como el cine, muerte, miedo, sexualidad, naturaleza, entre otros. Su forma de presentarlos era un espectáculo performático.

Es él el que incorpora elementos audiovisuales importantes en sus presentaciones valiéndose de la tecnología y, también de la artesanía como bordados clásicos y tallado, incorpora una pieza importante para uno de sus desfiles que son las piernas talladas por un artesano Bob Watts, en fresno para la modelo y atleta estadounidense Airmee Mullins que tienen una condición médica siendo amputada en 1998. De esta manera, la biografía de la modelo también es un elemento importante en el desarrollo y creación de las piezas en su exhibición.



Este elemento es relevante, ya que los contrastes presentes en la vida, el sufrimiento, la crueldad los hace parte de su trabajo, por medio de los materiales, colores, formas y texturas, logrando una creación coherente con sus pensamientos, sentimientos y emociones, presentando sus diseños, reflexionados ya desde su origen.¹²

Esto demuestra el drama y la creatividad, utilizaba la figura de la modelo para ponerla en jaque, sacarla de su zona de confort, de lo habitual incorporarla dentro de su forma de presentar las colecciones, va más allá de la modelo como simple maniquí de pasarela, las involucraba en la colección presentada. También lo hizo con Kate Mose, que hizo una presentación de su figura a ta-

¹²<http://alexandermcqueenidec.blogspot.cl/2012/05/>

maño real en u holografía, cuando era cuestionada por su sobre consumo de drogas.

La propuesta de Mc Queen es provocadora, va más allá de una simple pasarela donde una a una las modelos desfilan prendas de vestir con un determinado estilo. Lo que él presenta es la provocación en un show, en un espectáculo donde los asistentes y sus reacciones son parte de ello. No quiere dejar a nadie indiferente. Él crea una atmósfera necesaria y teatral, su obra no son las prendas, son el acontecimiento.

El documental “Mc Queen y yo” (2011)¹³ por Eric Lannuit, resume su trayectoria e intenta explicar cronológicamente los acontecimientos más importantes de su carrera en el diseño de moda y sus relaciones personales, el vínculo con madre y con su amiga Isabella Blow.

Mac Queen pretendía con su trabajo demostrar que la moda no es superficial, otorgarle un valor de la cual carecía. Su intento por plasmar la vida misma, sus experiencias, su biografía, sus intereses como el cine y el teatro lo llevaron a conjugar todos los elementos y desde el terreno de la moda, elaborar un discurso en cada una de sus presentaciones que más que un desfile de pasarela se transformó en espectáculo y, luego enfatizando en lo teatral, en performance o arte de acción.

Mc Queen está en la moda y fuera de ella, ya que su trabajo es considerado como el teatro de la moda. Posee muchos más elementos del teatro que de la moda, ésta sólo se ve en lo escenográfico y en la vestimenta de los actores de la obra.

¹³<https://youtu.be/fNK2mKT8n9o>

Era considerado por los críticos de moda y sus pares como un el “niño rebelde”, transgresor y de hacer diseños que no era posible vender. Como el propósito de un diseñador de moda era vender lo que producía, los colaboradores y las marcas para las que él trabajaba tensionaron las relaciones y lo obligaron a abandonarla. Esto ayudó a Alexander a producir con mayor creatividad, dramatismo y provocación.

En la evolución de su trabajo se ve el modo en que incorpora cada elemento para crear un espectáculo: guión, actores, música, cámaras, luces, público, entre otras. Era él quien dirigía, todos y cada uno de los momentos de principio a fin. En relación a la dirección, Mc Queen ha dirigido video clips para la cantante islandesa Bjork, quien también toma sus diseños para incorporarlos en su trabajo, siendo un elemento importante en la estética y contenido del mismo.

Alexander no se limitó a usar sólo materiales textiles, sino que toma de todos los orígenes de materiales para crear, vidrios, metales, plásticos, entre otros y de todos los universos. Para él la mayor inspiración era la naturaleza y más que eso, pensaba que el mejor diseñador y creador era la naturaleza vegetal y animal. De ellos tomaba sus texturas, colores y movimientos. Uno de sus quehaceres era mirar el vuelo de las aves y vivía muy inmerso en la naturaleza.

Su pensamiento divergente y su mente cinematográfica, lo obligaban a producir y tener que superarse a medida que iba presentado uno y otro espectáculo. Todo suma en él, la vida de contrastes provocaba que encontrara la belleza donde otros no la veían, “encontraba la belleza en lo grotesco. Como la mayoría de los artistas, tengo que forzar a la gente a mirar las cosas.”

Para comprender la obra de este artista es a través de los registros audiovisuales, ya que en ellos se percibe claramente los elementos que juegan en la creación de la obra teatral, incorporando cada vez más teatralidad y simulacro de la

realidad con tal veracidad, que ya no sólo utilizaba modelos de pasarela para su exhibición, sino que personas de reconocimiento como la escritora.¹⁴

2.4. IRIS VAN HERPEN:

Los procesos de creación incorporando la tecnología y sus avances. Impresión 3D de los objetos (vestido-escultura)

Esta diseñadora nacida en Walem, Países Bajos Holanda 1984, estudió Diseño de Moda en el Instituto ArtEZ de las Artes de Arnhem e internó en Alexander McQueen en Londres, y Claudy Jongstra en Amsterdam.

Los diseños de Iris van más allá de la moda interesada en nuevas formas de arte y una vasta investigación de materiales nuevos. El interés por esta diseñadora se relaciona con el proceso de producción de sus piezas, experimentando técnicas, materiales y tecnologías, poniendo el énfasis en las materialidades que serán creadas por impresoras 3D en gran parte de su trabajo.

Piensa primero en el concepto que desea desarrollar, para luego llevarlo a cabo requiere de colaboradores profesionales como arquitecto y artistas, Iris también ha colaborado para músicos y fotógrafos, intercambiando en conocimiento específico para integrar diversas disciplinas.

La tela como material la limitó en sus creaciones, por lo tanto fue obligada a investigar y experimentar con otros materiales, muchas veces inexistentes, por lo que tuvo que inventarlos y valerse de las nuevas tecnologías, poniéndolas a disposición de sus creaciones conceptuales. Como su trabajo va más allá de la confección de prendas de indumentaria, el término más adecuado para calificar su trabajo es lo escultural.

¹⁴ <https://youtu.be/fNK2mKT8n9o>

Un elemento relevante en las creaciones de Herpen es el movimiento lo que prepondera, es por ello que sus vestidos funcionan fuera del cuerpo como verdaderas esculturas y así lo han expuesto en algunos museos del mundo. Sus diseños son una proyección del cuerpo en movimiento, cómo interacciones el diseño en movimiento con el cuerpo y viceversa. Con ello, sus prendas son catalogadas de futuristas, además de ser producidas con la ayuda del prototipo rápido en 3D que le otorgaba infinitas posibilidades y la intervención de técnicas artesanales. La diseñadora apela también a la incorporación del pasado y el futuro, sin rechazar lo antiguo por lo moderno, que una perfecta combinación potencian el resultado que se desea obtener. Uno de sus mayores colaboradores es el arquitecto canadiense Philip Beesley, quien presenta los mismos intereses de investigación de materiales y estructura.

Van Herpen fue más allá del movimiento del cuerpo humano, indagando en la ciencia, el cosmos, microorganismos, naturaleza y química. Con ello su producción toma un enfoque alquímico de la moda. En los diseños de 2012 en Francia, la colección “Tensión Alta costura”, inspirados por Beesley, donde los procesos químicos y eléctricos se combinan. En el trabajo de esta diseñadora se puede observar claramente el arte en su producción creativa, son trabajos esculturales con procesos complejos y materiales distintos a la tela, material típico en los diseños de otros diseñadores que se limitan a trabajar sólo con esta materialidad.

Las estructuras que Van Herpen genera lo hace con diversos materiales tales como: pechera en gasa de metal tejido, vestido-esqueleto de madera, barba de ballena montada como armadura, poliamida, rodoide, megiflex o plexiglás, hojas de cuero entrelazadas con cadenas de motor, todos ellos confeccionados por una impresora 3D.

Para Iris su trabajo es arte y dice: “Para mí la moda es una expresión de arte que se relaciona muy íntimamente conmigo y con mi cuerpo. Lo veo como una excitante manera de expresar mi identidad”.¹⁵



Logra crear seres futuristas, estructuras fosilizadas idealmente como un personaje de ciencia ficción, hace visible las cosas que nos rodean pero que no las hacemos conscientes, posee un universo conceptual importantes y se vale de todo lo que observa minuciosamente, escapa de la realidad para ingresar en el inconsciente y los sueños, es por ello que sus trajes no son simples ropas, sino más bien esculturas en movimiento. Para lograr esto, crea patrones de ilusión óptica que los distorsiona y trabaja en una paleta de color blanco y negro, engañando al ojo y desafiando al espectador a ver lo que comúnmente el ojo no

¹⁵ Revista inglesa Dazed & Confused.(2017).

alcanza, pero que está en el medio. Crea patrones ondulantes que con el movimiento del cuerpo dan vida a su trabajo.

Estudia los fenómenos físicos de las burbujas, transparencias, luminiscencias y el sonido, para crear superficies que den vida y visibilicen estos fenómenos presentes en la naturaleza, pero que no son visibles y conscientes a los ojos de las personas en el diario vivir. Por ejemplo, en 2016 logra trabajar el diseño biomórfico a través del fenómeno llamado cymatics que consiste en una superficie vibracional causado por las ondas del sonido y que se pueden ver a través de superficies fluidas, mientras más alta son las ondas del sonido, más complejo son los patrones visibles.

En colaboración con el Instituto de Tecnología de Massachusetts, logra construir lo que tiene en su mente creativa, sin pasar por el diseño en papel, el proceso se salta este paso y va desde su cabeza a la máquina. Una de las técnicas que utiliza se llama stereolitografía,¹⁶ utilizada para la producción de modelos, prototipos, patrones, o piezas definitivas.

Sus trabajos son expuestos en diversos museos como el Centro Internacional del Encaje en Calais (Francia), el Museo Metropolitano de Nueva York y pasarelas tan importantes como la semana de la moda de París, pero muchos dudan de que sea la diseñadora que lleve los caminos de la moda en un futuro, ya que la concepción de sus ideas y de sus creaciones pasa por un enfoque científico, de pensar la moda más allá de su consumo, atemporal y científicamente flexible, así como es la vida, el pensamiento y las creencias de las personas. Ella promete seguir experimentando y sus rumbos son inciertos, ya que no se plantea límites y gusta de la vida en todas sus formas. Esta es la manera de ser original, de lograr una verdadera creación artística. no se limita en cuanto a la

¹⁶ SLA o SL; también conocida como fabricación óptica, foto-solidificación entre otras) es una forma de tecnología de manufactura (o impresión 3D)

creación, ella recoge todo lo que la tecnología le ofrece y puede llevar a cabo sus procesos de producción tal cual ella los imagina.

2.5. HUSSEIN CHALAYAN.

Aspecto relevante en la propuesta del hecho del “habitar”, de la relación del ser humano y su entorno. Los conflictos de guerra, la condición del ser humano (itinerante o errante) con los objetos que crean su entorno. Realidad transitoria e inestable.

Al hablar de Hussein Chalayan se debe vincular con campos como la arquitectura, audiovisual, tecnología y arte contemporáneo. Sus realizaciones tratan conceptos como migración, identidad y choques culturales que van entregando información y contenido a sus propuestas visuales.

Es un diseñador de origen turco que nace en Nicosia, Chipre 1970 y estudia en Londres en el Instituto de San Martín. Ya desde sus inicios en su propuesta de titulación en 1993, marca la diferencia, porque más que confeccionar prendas con estilo determinado, realiza una acción con las prendas ya existentes enterándolas en el patio de su casa y desenterrándolas más tarde, cosa que no se ha visto hasta el momento en ningún diseñador de moda. Esta propuesta la llama “La Tangente fluye” y fue comprada por una prestigiosa tienda de Londres. Obtuvo premios desde 1995, en 1999 y 2000 como diseñador británico y en 2005 recibe el máximo premio MBE (Most Excellent Order of the British Empire) que le entrega la corona británica. Todo lo anterior, demuestra que desde sus inicios fue destacado y valorado por su trabajo, que si bien no es convencional capturó la atención del público especializado en esta materia.

Chalayan está más cerca del arte contemporáneo que la moda, él se reconoce como un creador audiovisual y piensa que en la tecnología encontrará un terreno fértil para sus creaciones, ya que en ella no todo está dicho y hecho.

Con sus trabajos ha logrado representar a Turquía con un video “Presencia ausente” protagonizado por la actriz Tilda Swinton en 51ª Bienal de Venecia 2010.

En 2003 un cortometraje llamado “Meditaciones temporales” y luego, “Colocar al paso” y “Anestésicos”. En ellos, logra conjugar disciplinas como arquitectura, filosofía, antropología, ciencia, diseño y, por supuesto, tecnología.¹⁷

Lo que origina las creaciones del diseñador es el concepto, para él esto es fundamental, es su metodología, es su instrumento. Hace visible, por ejemplo, una burka, prenda utilizada por la mujer musulmana, que si bien ya está creada la presenta y con ello el debate.



Fotografía: Cortesía del archivo Conde Nast, 1998

Uno de los temas más presentes por Chalayan es la inmigración y se plantea la relación del ser humano y el habitar, los efectos que tiene la inmigración en las personas, este despojo material y lo representa por medio de una mesa que se

¹⁷ <https://youtu.be/lcLhXlz1Hck?list=PLCcYC8ZfTAB6wdprHDoG0EUI56eiBkAn9>

transforma en una falda, la cual es potable, quedando desprovista de un lugar, de un habitar pasajero y nómada.

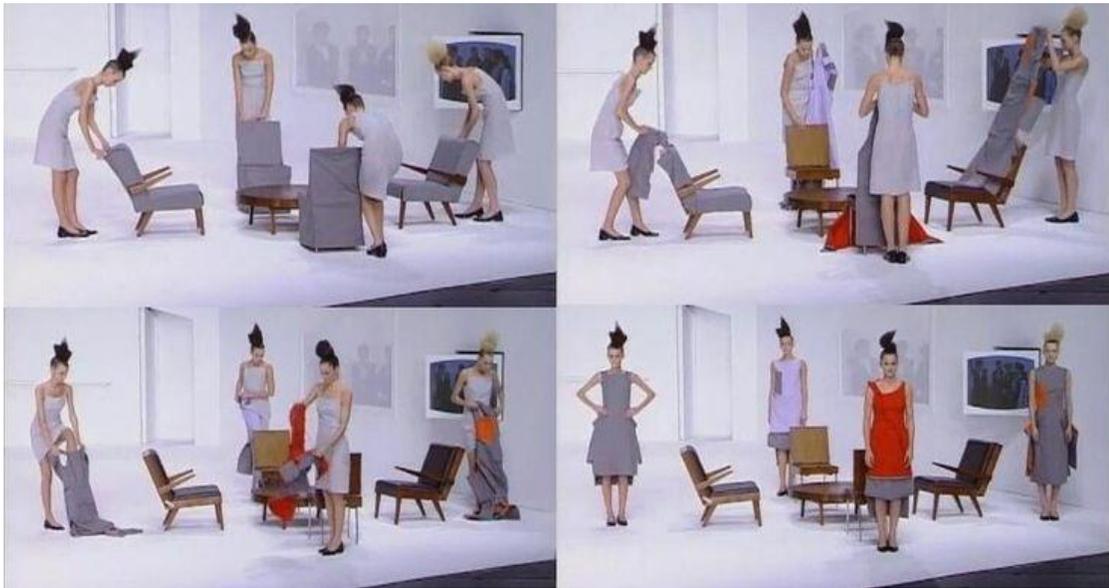
Tiene una especie de método científico en la producción de su trabajo: hipótesis, demostración y luego tesis.

El tema del vestido, trae múltiples relaciones desde el cuerpo y su asociación, como segunda piel, identidad, entre otras y es donde los diseñadores realizan sus ejercicios reflexivos tomando la acción del “habitar”, pero es él quien la desarrolla desde el concepto y su biografía, historia y sus cuestionamientos más profundos. La cuestión humana es lo que interesa, la ropa queda en segundo plano, representa un medio para mostrar, es un elemento más de su propuesta audiovisual.

El concepto de “habitar” lo desarrolló Heidegger y lo presenta en un texto por primera vez en 1951, tras los acontecimientos que ocurrieron en Alemania, luego de la segunda guerra mundial.

Es un concepto que hasta a fecha, es una preocupación en varios países del mundo y es tan importante porque se refiere a los seres humanos que somos de naturaleza terrena, donde construimos nuestra vida y permanecemos en ella hasta el final de nuestros días, por tanto, no es menor. El habitar según Martín Heidegger, que si bien parte del construir, el habitar se presenta como una meta. Este ensayo no se refiere a la arquitectura, sino como el hecho de habitar, el construir en la región que pertenece todo aquello que es. Esta región no se limita a una vivienda y no todas las construcciones son viviendas. Para un camionero la carretera es región. El significado de la palabra “habitar” guarda el misterio y lo que carece el hombre, llegando a descifrarlo desde la etimología de la palabra. El concepto fue desarrollado en la muestra llamada “Afterwards, 2000”, donde trabaja el concepto de arquitectura portátil, muestra un escenario-pasarela, más bien teatral, una pieza-habitación living, en el que las modelos

pasan y se apropian, en distintos momentos, de las fundas de los sillones que se convierten en vestidos y, a su vez, los sillones en maletas; una mesa donde la modelo la cuelga de sus prendas y la hace parte de su atuendo.¹⁸



Fotografía de permaince “Afteraword, 2000”, semana de la moda de Londres.

Para Hussein Chalayan los conceptos desarrollados están íntimamente ligados a su autobiografía, desde que tuvo que dejar su lugar de origen, en un avión, hasta los conflictos bélicos de su pueblo. El entre choque de las culturas, el territorio. Es por esto, que en los 90 utiliza la figura del avión, para realizar su co-

¹⁸ <https://youtu.be/gsNLsnnAY8Q>

lección, donde parte de los vestidos se desplegaban como alas de un aeroplano. También trabajó con el cuerpo medio desnudo y chador¹⁹ negro, aludiendo a cómo definimos nuestro territorio cultural, siempre haciendo alusión a la condición humana y en lugares de peregrinación o ámbitos domésticos, donde son corrientes los colores claros con estampados de flores.

En 2016, Hussein afirma: “El cuerpo es el símbolo cultural más importante, y creo que con el cuerpo se puede decir mucho”. A pesar de que Chalayan se apropia de tecnologías de última generación, luces led, que convierten sus vestidos en pantallas donde proyecta imágenes, un vestido volador, otro que desaparece y cascos de otro planeta, parece haber olvidado la condición del ser humano en su experiencia y relación con el mundo. Hussein Chalayan afirma que es el terreno de la tecnología donde queda mucho por decir y hacer.

En cuanto a su trayectoria, Chalayan estableció su propia marca en 1994 y su colección debut se mostró en la Semana de la Moda de Londres en 1995 y ganó la aclamación de la crítica. Ha participado en numerosas exposiciones de todo el mundo incluyendo Radical Fashion en el V & A, Londres (1997), Moda en el Kyoto Costume Institute en Japón (1999), Airmail Clothing en el Musée de la Mode, París (1999), Century City en Tate Modern (2001), Goddess: The Classical Mode en Moma, Nueva York (2003) y Skin + Bones: Prácticas Paralelas en Moda y Arquitectura en Somerset House, Londres (2008). Su primera exposición individual tuvo lugar en el Museo de Groninger, Países Bajos en 2005. Sus colaboraciones han sido para la ópera, cine, danza, instalaciones y para la industria de la moda.

¹⁹Chador: es una prenda de calle femenina típicamente iraní, consistente en una simple pieza de tela semicircular abierta por delante que se coloca sobre la cabeza, cubriendo todo el cuerpo salvo la cara. El color más corriente de los chadores es hoy en día el negro, si bien se observan aún también otros, en particular en el medio rural, entre las zoroastrianas.

CAPÍTULO III: EL SISTEMA DE LA MODA.

En todos estos diseñadores seleccionados, lo que se quiere afirmar es que el concepto sobrepasa al diseño en sí mismo, materializando las ideas que generen este tipo de prendas, donde la moda hace presente el conflicto que en ella se genera, cuestionándose ella misma sus métodos de producción.

Por qué hablar del sistema de la moda? Primero porque estamos contextualizados en el siglo XXI donde todo se encuentra integrado, todas las dimensiones del ser humano se pueden visualizar en algún lenguaje específico y segundo, porque es un conjunto de elementos y procedimientos que corresponden a un sistema con sus propios códigos, producción y formas de circulación, es el responsable. En él existen divisiones, categorías y diferenciaciones como existe también en otros sistemas, atravesado por otro, el sistema capitalista. Al utilizar el término de “industria” que es el más adecuado al objeto de investigación, por sus fines de producción de objetos de consumo.

Industria que afecta al arte, desde la imposición de las modas. Cabe señalar en el documental de Ben Lewis, llamado “La burbuja del arte contemporáneo”, se comprende el proceso por el cual pasa el arte en la actualidad, en términos de su producción, hablando desde la creación hecha por artistas de renombre mundial, que se encuentran inscritos en la historia del arte. Es pertinente nombrar la obra de Demian Hirst, ya que es él quien protagoniza un artista ícono de las obras que en este momento generan ganancias por sus obras, en un sistema del arte en un sistema de consumo que se consume. Su obra más representativa es “for to go God” 2007 en la que presenta una calavera en platino y 8.601 diamantes incrustados, y fue vendida en 100 millones de dólares. Es una obra que apela a la ostentación sin sentido de obras que sin ser bellas, obtienen una categorización de valiosas, por una razón evidente., por los materiales que utiliza, pero su valor real, de obra de arte, queda supeditada a lo que la industria de

productos culturales le otorga. Representa una valoración espectacular, de lo que provoca, pero ironiza esta situación en que el arte se encuentra, este vértigo de contenido, reflexivo propio de la creación interna cargado de significantes y significados, tan carente del arte actual.

Los conceptos de industrialización, globalización y consumismo atraviesan todos los períodos de la investigación, ya que ésta se centra entre el siglo XX hasta el siglo XXI, selectivamente para dar una amplitud necesaria al tema en cuestión, abarcando sus orígenes hasta nuestros días. No significa que abarque un siglo de investigación, sino que más bien, se abarcan los hitos, en el arte y en la moda, que puedan dilucidar la hipótesis de la investigación. Estos conceptos son variables que se deben observar, ya que se le atribuyen responsabilidades importantes del estado actual del arte y de la moda. Se deben despejar sus influencias en los procesos de producción de ambas disciplinas o terrenos de creación.

El sistema de la moda es también el título de un libro escrito por Roland Barthes, refiriéndose al papel que juegan los medios audiovisuales en los modos de visualización y homogeneización de la moda, siendo el cine y la televisión los responsables de mostrar a la moda en todo el mundo.

Barthes plantea el doble sistema de la moda y lo atribuye a una situación histórica, que en un comienzo aristocrático con sentido de distinción social, pero que más tarde, es sometida a procesos de democratización siendo un fenómeno de masas, entonces la moda debe considerar lo aristocrático que es lo que le otorga su prestigio y al mismo tiempo debe representar el mundo de los consumidores, transformando las funciones en signos. La moda significa al mundo y a ella misma, de ahí su carácter ambiguo. En ella existe un conflicto donde se oponen el orden de las conductas transitivas al de los signos, pero que Barthes encuentra un punto de transformación en el límite o frontera del sistema. Existe

una estructura que se mantiene, un significante que no cambian que permanece como el objeto y una variable que de ser sincrónica se hace diacrónica, es decir, los signos del pasado siguen estando presente, el tiempo se reconcilia, no hay una disputa con él, lo diacrónico se incorpora en el sistema y la moda plantea esta solución en su proceso creativo, en la transformación del vestido, pasado y presente reconciliados. Esta solución es una solución dialéctica entre ambos tiempos, entre hacer y el signo, estructura y acontecimiento.²⁰

Esto parece ser la formula del sistema de la moda, de aquella que año a año se presenta en las pasarelas, con menor o mayor éxito para los consumidores y que en determinados diseñadores no es premisa, es decir, los diseñadores que se han propuesto en esta investigación se alejarían posible o aparentemente de esta manera de hacer moda, incluso considerándola frívola, pasajera y carente de significado, ya que ellos se tratan de desembarcar de un sistema que juega con los signos contemporáneos y representa los gustos de los consumidores, es decir, un sistema netamente transaccional del producto.

Pero, si analizamos la estructura y las variables que se encuentran en este "nueva" forma de operar, donde probablemente se valore el trabajo realizado más como artístico que como diseño, por estar cargado de contenido histórico, social y cultural, donde las prendas ya no son meras prendas de vestir o indumento, sino obras en movimiento, incluso estas prendas que no son usables, que se alejan de la función propia del vestido, son parte de un espectáculo. Pero esta condición de espectáculo es también parte de la moda como bien lo dice Barthes: "De ahí su estatuto ambiguo: significa al mundo y se significa ella mis-

²⁰ Barthes, Roland, "El sistema de la moda", Paidós comunicaciones 2008, Buenos Aires, pág. 328.

ma, se construye aquí como programa de conducta y allá como lujoso espectáculo”²¹.

Si bien el contenido que se exagera por sobre otros elementos en el proceso creativo de los diseñadores seleccionados, está abocado en la historia, en esos momentos históricos y biográficos, que le dan un valor agregado a las prendas de vestir, donde la conjugación en menor o mayor medida de hechos traumáticos para la humanidad, provoca un resultado distinto, ya que se pone el énfasis en los acontecimientos más que en elementos biomórficos de las prendas y su función, siguen estando dentro del sistema de la moda, así lo asegura Kroeber, que estudia los aspectos históricos de la moda. Él hizo un estudio desde las prendas mismas y del cuerpo humano, logrando encontrar en relación al vestido que la historia no interviene a la moda, ya que ésta no produce formas, no hay analogía. Es más, la moda es regular con un orden racional al hablar de su ritmo. Se podría afirmar, que la moda es endógena, se mueve en sus límites y la historia no entra en ella.

Muchos se refieren al sistema de la moda como sinónimo de un sistema crudo de productos comerciales y consumismo desmedido y, si bien, hay razón en ello Barthes encontró en el vestido un terreno semiológico de estudiar, pero en términos lingüísticos, es decir, del vestido escrito (descrito), no del vestido visual que es terreno de la sociología. Trabaja desde lo Saussureano pero desborda a lo lingüístico, ya que no existe solo un sistema de objetos, podría significar el vestido un sistema de sentido. De este mismo modo lo explica Nicola Squicciarino: En el plano de los estudios semióticos, los distintos elementos de la indumentaria, precisamente porque están cargado de significado y más caracterizados por su valor simbólico que por el valor funcional, pueden conside-

²¹ Ibidem, pig.327.

rarse como parte de un proceso de significación, es decir, asumen la función de signo, ya sea como vehículo consciente o como objetos de consumo.²²

La relación de moda, individuos y sociedad, se realiza bajo conceptos de orden capitalista y un sistema consumista, entendida desde nuestros tiempos.

Barthes se aventura en su investigación desde la interpretación de dos revistas de moda de la época, Elle fue fundada en 1945 y el “Jardin des modes” en 1922, entonces Carmen Abad, plantea la pregunta ¿se podrá aplicar el modelo interpretativo de Barthes en la época pos moderna? , ya que para ella de las tres estructuras distinguidas por Barthes vestido/escrito; vestido/real; vestido/imagen, existen dos que sean modificado sustancialmente. Además, plantea que cuando se realizó el estudio del sistema de la moda 1967, ya que, “Elle” y “El jardín de modes” eran consideradas “fábricas de mitos”, es decir, las dos estructuras vestido/escrito y vestido/real, no servirían para plantear una hipótesis de dicho sistema.

Carmen Abad-Zardoya en su escrito “El sistema de la moda. De sus orígenes a la postmodernidad, 2011”, comienza analizando el concepto de “mode” y su aparición en las primeras revistas, que luego se instituirían con el género de revistas de moda. Es muy relevante comprenderlo desde el origen de la palabra contextualizado en una época XVII, ya que en ese momento otro concepto clave era el de “gusto”. el término “mode” que es un galicismo francés con su equivalente “fashion”, se presenta mucho más amplio que el adorno personal, en un campo muy extenso, en las primeras ilustraciones grabadas no sólo se representa con vestidos, sino también en muebles y automóviles, es decir, es un sistema de preferencias en un determinado momento. Pero estas imágenes que

²² Nicola Squicciarino, “El vestido habla”. Página 21

aparecen en las revistas (vestido/escrito) se fueron modificando y sólo quedó el vestido asociado netamente con lo femenino.

En 1892 siglo XIX, aparece la primera fotografía de moda para sustituir a los figurines hechos con la técnica del grabado que ilustraban las páginas de las revistas de moda del siglo XVIII y ya 10 años más tarde se había reemplazo completamente. Entonces, basándose en la evolución de esta imagen “fotografía de moda”, que ya no cumple la misma función que en sus inicios, la de ilustrar un texto que lo apoyaría, sino a la inversa, siendo la fotografía el contenido mismo.

El problema para Carmen Abad, se plantea desde este punto la “fotografía de moda”, es decir, vestido/real; vestido/imagen que desarrolla Barthes, ya que cuando él realiza su estudio, la fotografía de moda como género ya estaba intuído. Entonces, ¿se podría analizar el sistema de la moda con el modelo que propone Roland Barthes en un contexto contemporáneo?, si la imagen ya no es la misma que décadas atrás, es decir, donde el sistema ya no es el mismo. Desde el punto de análisis de la fotografía, se podría contestar a la pregunta con un NO, pero no hay que olvidar que se está analizando un “sistema” y éste es una conjunción de elementos donde la publicidad en la empresa de moda es un componente más de este sistema, por tanto el estudio de Barthes es un análisis muy acotado, pero que aporta a comprender y dar valor al mundo de las imágenes y signos de la cultura, que en su tiempo dejada de lado por los estudios de la lingüística, no daban lugar a estudiar las imágenes de moda como un sistema de signos. En la medida que los siglos han ido transcurriendo, el sistema de la moda se ha configurado complejamente, ya que el concepto asociado en un comienzo a la indumentaria ha atravesado silenciosamente al cine y al arte. El “lujo” que se asocia a la moda y que la industria se encarga de crear necesidades de bienes y su obtención como estrategia para seguir creciendo, involucra a todas las esferas, incluso la cultura.

El sistema de la moda y la industria, íntima e inseparablemente ligadas con el propósito de que el consumidor adquiriera los bienes que ella les ofrece, busca asociarse con todo ámbito que le entregue aceptación y desarrollo.

Esta asociación de moda y arte, como estrategia de consumo funciona para mover a la industria. Lo mismo ocurre a la inversa. El arte como estrategia, toma lo que está de moda como estrategia, los gustos, costumbres, tendencias y configura al arte como vitrina de bienes de consumo, que es quizás el problema del arte contemporáneo, perdiendo su re flexibilidad y carácter transformador.

CAPITULO IV: La Moda y el Museo. ¿Estrategia o validación?

El museo es un espacio dedicado a la exhibición de obras de arte.

La palabra museo del latín *musĕum* y éste a su vez del griego *Μουσείον*, es una institución pública o privada, permanente, con o sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo y abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone o exhibe, con propósitos de estudio y educación colecciones de arte, científicas, etc., siempre con un valor cultural, según el Consejo Internacional de Museos (ICOM). Esta definición, en los últimos años se ha abierto a la Moda y cada vez es más recurrente ver espacios dedicados a la indumentaria o propuestas artísticas en este género.

En relación a este tema, se plantea la controversia si la moda debería entrar en el museo. Existen detractores de esta idea, pero es bien sabido que el museo en cuanto a su dirección, en los últimos veinte años se ha presentado como bicéfala, es decir, artístico y mercantil.

Vicente Verdú afirma “En la actualidad, no hay gran museo sin gran público, no hay supervivencia sin espectáculo, no hay prestigio sin el deseo de las masas”²³.

Lo que sucede es que al tener en un museo un Armani, por ejemplo, el museo percibe una suma de dinero importante, por tanto, como estrategia mercantil funciona.

Ahora, el cuestionamiento de la moda como obra de arte, pasaría a segundo plano, quedando supeditada a su valor mercantil, si bien existen museos dedicados exclusivamente a la moda, ésta de igual manera se expone en el Guggenheim u otros que lo ven como una oportunidad comercial y cuyo criterio museográfico apunta a la renovación de una economía cultural.

Pero la moda se valida en el museo como un producto cultural, con todo su potencial simbólico de lo transitorio, de la actitud moderna, de la experiencia del individuo donde confluye arte, ciencia, historia y moda.

Una exposición de moda tiene valor educativo puesta en el museo y ésta con sus códigos contiene lo poético y lo eterno, a su manera, a su modo. Con una curatoría de cierto diseñador o período histórico como una exposición de los 80`, refleja el espíritu de una época, la música, las costumbres, el cine, entre otras, una estética que caracteriza el modo de vivir de una sociedad. Las personas ponen su interés en el museo porque allí se encuentra exhibido las experiencias, los recuerdos y recrean su propia realidad. La moda representa el cambio de la sociedad, la transfiguración de lo social en cultural.

Para Boudelaire en “La gravedad en lo frívolo”, reflexiona en torno a las conductas modernas, el ser moderno en la modernidad, el vestirse como una conducta propia del ser moderno y en la moda encuentra un crisol, como la transfiguración del lugar común al poner el valor de lo nuevo propicia una conciencia de la

²³ Escritor y periodista español, DR. en ciencias sociales columnista del diario El país.

modernidad, para buscar lo eterno en la fugacidad del instante: “la modernidad es lo transitorio, lo fugitivo, lo contingente, la mitad del arte, cuya otra mitad es lo eterno y lo inmutable”²⁴. Hay que contextualizar esta investigación en el tiempo que estamos viviendo, para así poder mirar la relevancia de la moda, más allá de su categorización en el arte o fuera de él. Ya varios autores han dedicado ensayos o libros en relación al tema y es desde la modernidad que toma sentido. Para Danto, la moda hace lo que las obras de arte siempre han hecho: exteriorizar una forma de ver el mundo, expresar el interior de un período cultural, ofrecerse como un espejo en el que atrapar la conciencia de nuestros reyes.”²⁵

La moda no huye de su carácter transitorio, ella trabaja con esto pero no deja de lado el pasado, lo utiliza a su favor. La moda es una experiencia de la modernidad como dice Boudelaire. Pero, cabría preguntarse ¿es la moda moderna?

El tema de la Moda es contingente, ya que se está desarrollando con mucha fuerza en múltiples ámbitos. Los diseñadores están asociados a una marca que los identifica. Hay diseñadores que han generado sus propios espacios, que con mayor capital crean museos para exhibir sus propias propuestas y colecciones con un valor histórico, ya que hablan de trajes que han pasado a la historia de la moda como hitos de sus creaciones. Un ejemplo de ello es Giorgio Armani quien lleva 40 años de actividad en su casa de moda y realiza un Museo en Milán para preservar sus obras a lo largo de su vida como diseñador reconocido. Pero también existen museos en varias partes del mundo que han abierto sus puertas para mostrar en sus salas las creaciones de grandes diseñadores y los aportes que han sido validados a nivel mundial. Pero, ¿Se habrá producido esta incorporación, por el valor del diseño de moda como obra de arte? ¿Se habrá dado lugar a este ámbito de la creación por la falta de convocatoria que presentan los museos al exhibir obras clásicas del arte universal? ¿Deja de tener valor un museo por exhibir este tipo de muestras? ¿Qué ha ocurrido, para

²⁴ Boudelaire y la moda, Birlanga Triqueros, José G., pág. 15.

²⁵ Danto, Arthur, “La transfiguración del lugar común”. pág. 295.

que esta situación se esté dando cada vez más frecuentemente? ¿Será que la moda exige un lugar en el museo, ya que se vale del arte para su proclamación? ¿O es que las conductas de los individuos han cambiado tanto, que ya no es el arte el reflejo de la sociedad, sino que este lugar lo ocupa la moda?

No es raro encontrarse con una exposición en el Guggenheim, de motocicletas o siendo escenario de una gran película. A los grandes museos o centros de arte, también les afectó el fenómeno de la globalización mundial.

En el museo se visibiliza la problemática de la moda, en cómo el mercado ha influido en todos los ámbitos de la vida. Negarse al fenómeno de la moda, para el museo, no parecería una buena opción. El museo se presenta permeable a todas las problemáticas sociales y funciones que debe cumplir, entre ellas divulgación de la cultura, investigación y actividades educativas.

El Museo desde sus inicios fue generado como espacio para mostrar ciertas obras de arte como pinturas, objetos y esculturas, en espacios destinados dentro de los palacios y castillos, para momentos de descanso y disfrute artístico. Ya en el Renacimiento, el museo fue concebido como lo entendemos en la actualidad, exhibición al público de obras pertenecientes a las Bellas Artes. Pero, se ha ampliado en su género a otras disciplinas y le dan a cada museo su identidad y carácter.

Cada museo tiene sus propias políticas y líneas editoriales. La función es la misma en todos, pero lo que se muestra está ligado a la discriminación en términos curatoriales, que van determinando lo que se exhibirá en él.

En nuestro país, existen museos de Bellas artes, de Ciencia y Tecnología, Historia natural, de la memoria, Precolombinos, interactivos-educativos y de Moda. Cada uno de éstos, tiene la misión de exhibir, investigar, preservar y aportar al patrimonio nacional, como denominador común. Todos ellos se rigen por el Consejo Internacional de Museos (ICOM) que presenta la estructura de los cri-

terios museográficos. Dividen según su contenido temático en 8 categorías tipológicas: Museos de arte, Historia Natural, Arqueológicos, Monográficos, Históricos, Ciencias y Técnicas y Agricultura.

En el siglo XIX en Occidente, los Museos son un referente cultural y alrededor de él comenzó a generarse un mundo paralelo de actividad que proporciona una gran cantidad de ingresos, teniendo un gran impacto en la economía del país y lugar donde se sitúan. Este factor hace que el museo se convierta en una industria, que modifica su accionar en relación a la dinámica que estaba acostumbrado, es decir, en un comienzo se presentaba más bien estático, cumpliendo su misión de exhibir obras y preservar, donde se ponía el énfasis, era un mero contenedor de obras. En él se admiraban obras de grandes maestros como tesoros de devoción. El público, ya no es el mismo, por lo que demandan una dinámica “viva, cambiante y renovadora”. Las personas que visitan estos lugares, no sólo exigen novedad en la exposición sino que también, en los temas que se van a exponer. Esta exigencia ha modificado y actualizado al Museo, ha hecho que el museo se cuestione en cuanto a la democratización del arte.

Democratización del arte, no tan sólo en el sentido de la llegada de las obras todas las personas, sino que también en el sentido de la entrada de los artistas en un museo.

El espacio Museo, como se indicó en el comienzo de este capítulo es una institución, pública o privada, con o sin fines de lucro, que tiene la finalidad de ser un servicio para la sociedad y su desarrollo, y abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone o exhibe, con propósitos de estudio y educación colecciones de arte, científicas, etc., siempre con un valor cultural, según el Consejo Internacional de Museos (ICOM). Entonces, cabría preguntarse si las exposiciones de moda con todo lo que significa para la sociedad actual, sería digna de entrar en este espacio expositivo. Así como la sociedad ha

cambiado, el museo ha debido cambiar sus políticas, ha debido proyectarse en su función didáctica, es decir, en su interacción ha debido crear seminarios, congresos, publicar textos, como forma de educar con respecto a las colecciones que en él se encuentran. Además, se han abierto a las nuevas tecnologías creando espacios virtuales para su difusión. Ya encontramos museos virtuales tanto nacionales como extranjeros, dando a conocer las exhibiciones presentes y las que vendrán, artículos de interés, incluso visita virtual a salas de exposiciones, que si bien no es la misma experiencia que estar in situ, proporcionan a todas las personas el ingreso al conocimiento y la cultura.

El Museo si bien se ha abierto a la demanda de los visitantes, con ello ha adquirido una responsabilidad en relación a la economía del país, como motor de impulso y desarrollo local y es esta misión que podría desembocar un conflicto de desvirtuar la real tarea de aportar conocimiento y cultura, teniendo claro las políticas que lo llevaron a su existencia.

Toda esta situación actual, se presenta como territorio fecundo para las exhibiciones relativas a la Moda. Como ya hemos visto, la moda está en constante cambio, renovación en sintonía con las demandas de las personas. En un sistema capitalista globalizado. Por esta razón, el binomio museo-moda logra tan buenos frutos. Y por tanto, cambian el “valor” de la obra de arte como producto del sistema imperante. Esta es otra problemática que presenta el museo, ya no solo desde el punto de vista del espacio mismo y sus funciones, sino que desde la obra misma. El valor otorgado, a lo que exhibe en él.

Según Baudrillard en su libro “El intercambio simbólico y la Muerte”, se refiere al museo y la moda: el desarrollo de la moda es contemporáneo al del museo. Paradójicamente la exigencia museal de inscripción eterna de las formas y la de la actualidad pura funcionan simultáneamente en nuestra cultura. Es porque

una y otra están regidas por el mismo estatuto moderno del signo²⁶. Es decir, por su equivalencia en el valor de obra, se rigen por un patrón/oro de la cultura. En el museo los estilos diversos se excluyen unos a otros y en la moda todos los signos juegan entre sí. Cómo lo vimos en el capítulo anterior, los diseñadores que comenzaron a hacer moda, fueron imponiendo su sistema de creación y producción de vestuario con características particulares en cada uno de ellos. Cada uno proponía desde la experiencia de vida, según su propia crianza o acontecimientos en la época en que cada uno vivió y desarrollo su oficio. Todos estos códigos son los mismos que fueron retomados por los diseñadores actuales y bien lo dice Boudrillard, en relación a la temporalidad de la obra y la moda “la moda es paradójicamente lo inactual”, se van repitiendo los mismos códigos que se han utilizado en tiempos anteriores, supone un tiempo muerto de las formas, es un reciclaje del pasado. Por otra parte, el museo presenta el valor de la obra como una perfección que jamás es actual. En esto Boudrillard detecta el punto de encuentro entre la moda y el museo, ya que la perfección en la moda es un efecto instantáneo, almacena sus signos de una reserva intemporal y los va asociando unos a otros, combinándolos infinitamente. El museo también hace jugar sus obras entre sí. Museo y moda son contemporáneos y cómplices, ambos se oponen a las culturas anteriores constituidas por signos inequivalentes y por estilos incompatibles.²⁷

La moda es una contradicción en cuanto al tiempo, ya que la modernidad instala un tiempo lineal histórico de sucesos, de crisis y otro cíclico, que corresponde a la moda. La modernidad no es jamás ruptura radical, por ello la moda sería un simulacro de innovación, cambio y ruptura, correspondería al mito del cambio. El cambio no es esencial, tiene modelos y límites, que los proporciona el siste-

²⁶ Jean boudrillard “El intercambio simbólico y la muerte” pág.102.

²⁷ Ibidem, página 103.

ma y éste a su vez un nivel de tolerancia, eso pasa en el arte, en la política y, por supuesto, en la moda.

La moda provoca un sentimiento inverso, en ella hay muerte y resurrección; es la sensación de que nada dura, pero crea a partir de las mismas formas que tienen una segunda oportunidad. Los signos utilizados en la moda están inmersos en un ciclo, esa resurrección de las formas pasadas vuelve a organizarse y vuelven a ser eficaces.

Toda lo que ocurre actualmente, se rige por el sistema de la moda, los mecanismos que la moda propone funcionan para todo, todo ocurre en ella, es un mecanismo regulador que no tiene límites, ella representa lo efímero y cuyo sentido no se encuentra en ninguna parte.

Otro fenómeno corre con la religión, las creencias de las personas los ritos en la modernidad han caído en una crisis importante, ya que paulatinamente las iglesias y cultos van perdiendo importancia para la vida cotidiana de las personas. Este vaciamiento de las creencias provoca que las personas vuelquen sus necesidades espirituales en otros símbolos o ritos religiosos, que ya no pertenecen a Dios sino más bien a ídolos mundanos que van apareciendo sucesivamente según lo que determina las modas del momento. Las personas no dejan de creer sólo cambian sus referentes, su religiosidad, cambian las formas de sacralidad. Y todo esto ocurre por el fenómeno de la moda. La desmitificación, en todo ámbito es producto de la posmodernidad, la moda es la clave para leer los acontecimientos en todas las esferas sociales, en la política, en la religión, en el arte. Todo se estructura, se organiza se valora por medio de las modas.

Esta condición en la que nos encontramos en la esfera social moderna, la moda resulta ser el terreno, el escenario perfecto permeable donde conviven elementos rituales del pasado y otros nuevos que reemplazan los anteriores. De esta forma lo describe en su ensayo Leonardo Otárola "Mitos y ritos modernos": el sujeto moderno, historizado, aunque parecería carecer de estas preocupa-

ciones de tipo religioso, al quitarle el carácter sagrado a una buena parte de su realidad desplaza la “trascendencia” a un terreno laico, o, lo que es lo mismo, pasa de una sociedad preponderantemente teísta a una sociedad civil llena de piedades emergentes.

La sociedad ha cambiado y, por ende, el sujeto ya no es el mismo.

CAPITULO V: Diálogo entre Arte y Moda.

En la prestigiosa universidad de Palermo, se desarrollan estudios en la facultad de ciencias sociales en el Centro de estudios culturales, referidos a la moda y el arte, divididos en cuadernos que reciben una numeración, que dan cuenta de las investigaciones relacionadas sobre este tema. Entre los ensayos publicados, llama poderosamente la atención el texto del Dr. en Filosofía Roberto Aras²⁸ en “Arte y moda: ¿fusión o encuentro? Reflexiones filosóficas”, demostrando que existe un interés por hablar del tema y dilucidar qué es lo que pasa en y entre estos dos mundos, tomando algunas teorías o escritores que han dedicado libros al tema en cuestión.

En texto de Aras se explican ciertas condiciones para el encuentro entre arte y moda, que se basan en las concepciones de la belleza y cómo esta se entiende en la filosofía moderna. Si Kant entiende la belleza artística como la subjetividad de gusto y juicio estético, por tanto, es la psicología donde estudia al individuo quien debería criticar la belleza de los atuendos y las modas. Pero, la psicología será destronada más adelante por la sociología quien será la encargada de reflexionar entorno a lo que sucede en este campo y determinar el constructo cultural de la moda, ya que ésta con todas sus implicancias sociales y variadas

²⁸ Roberto Aras, Dr. en filosofía que en 2013 publica ensayo “Arte y moda ¿fusión o encuentro? cuaderno nº44 de la Universidad de Palermo, escuela de diseño y comunicación.

funciones como la distinción, hace que se produzcan nuevas asociaciones de la moda con el dinero y, luego con el menor o mayor poder adquisitivo de la sociedad. Por esta razón, la discusión se centraría en la comercialización de productos, en la baja o alta demanda por adquirir moda y no en la belleza estética de ésta, es decir, el hecho de exhibirse será la clave hermenéutica para seguir reflexionando la fusión o encuentro de la moda y el arte.

Entonces esta imbricada relación entre moda y sociedad, hace que el foco de atención sean las causas y consecuencias de su valoración, es decir, la moda crea su propio circuito de símbolos y representaciones en sus inicios y que no dan pie a una elaboración de ésta como una manifestación artística.

La obra de arte en la era de la reproducibilidad técnica, nos informa acerca de la condición de una obra que ha ido mutando según la sociedad en que se encuentra. Es decir, el concepto de "aura" utilizado por Benjamin de una obra original, única e irrepetible, que no deja permear el tiempo y el espacio, sino que se mantiene con ella, ya no es parte de esta cultura. La reproducibilidad hace que la obra de arte llegue a más personas pero produce que pierda su calidad de auténtica.

Cuando la obra pierde el aura o autenticidad se convierte en objeto consumible y a la vez nostálgico de su condición de eternidad. En relación a esta carencia dialógica que se produce en el museo, donde la obra se resguarda ensimismada y sin poder ser disfrutada y sí criticada.

En el sistema de consumismo, intercambio y permuta, en todas las órbitas las cosas tienen un precio un valor, el problema que en el sistema de la moda, ese valor pasa por ser más radical y se convierten en un simulacro promiscuo como lo explica Boudrillard en su libro "El intercambio simbólico y al muerte". En nuestros tiempos existe un mínimo cultural cultural donde las necesidades de los individuos en ese intercambio de productos, incluido el arte, contienen un mismo razonamiento una especie de nivelación semiótica y proliferan las manifes-

taciones fusionadas del arte y la moda. Ya que el arte ha perdido su peso, por la era de la reproducibilidad, y el mercado, debe encontrar un nuevo peso significativo para alejarse del sistema de la moda, así lo afirma Livopevky.

La moda como simulacro de una creación de identidades una “estética de la identidad”, en la que "el hablante del lenguaje de la moda es un creador de información nueva, inesperada para el público e incomprensible para éste"²⁹

La combinatoria de símbolos se vuelven sobre sí mismo, una representación donde lo estético constituye un límite de sí mismo, una representación social, psicológica y comunicativa para un consumo personal. Con esto, el panorama entre fusión y arte se ve enfrentado a un racionamiento de la representación, causado por la autorreferencialidad del sujeto.

La ingenuidad del individuo lo hacen caer en un solitario camino de una búsqueda de identidad bajo la multiplicidad de caretas que la moda les entrega porque bajo los parámetros de la moda podemos construir nuestra biografía, de esta forma se produce una gratificación de nuestra creación de la imagen corporal que no logra articularse con los vínculos sociales, por tanto, esta “procepción del simulacro” como lo llama Boudrillard, sepultan al individuo y lo aíslan, implica “la transición desde unos signos que disimulan algo a unos signos que disimulan que no hay nada”³⁰

En cuanto a un futuro, más bien cercano, en el plano de la moda y la producción de diseño, se elaboran supuestos en relación a la estética que la atraviesa hablando de la transestética y si ésta es posible pensarla desde una función utilitaria del vestido que uniformizara y sólo se restara, removiendo de toda expresión de la moda, ya que la estética valida y justifica la permanencia en la variación.

²⁹ Lotman, Yuri “Cultura y explosión”, Editorial Gedisa, 1999, pág.56

³⁰ Baudrillard, Jean “cultura y simulacro” Editorial Kairós, 1978 pág.18.

Refiriéndose a la evolución de la moda en su dimensión estética que involucra absolutamente al individuo, desencadenando posiblemente en una moda trans-humanista, que acontece en nuestros días, ya que ésta se transfiere en los objetos, una extensión del cuerpo y el vestido, que sumado al aporte de nuevas tecnologías para la fabricación de éstos, llevando a la moda un plano más allá en el escenario actual. Por ejemplo, los creadores de indumentaria se han valido de impresoras 3D para llevar a cabo sus diseños más excéntricos e inimaginables materiales que hacen posible simular incluso la piel humana. Se anticipa con ello, que la moda estará completamente integrada a la vida y necesidades de las personas sin distinción. Se plantea la pregunta ¿se habrá alcanzado con esto la perfecta anulación de las fronteras estéticas y sociales? Si se mantiene el principio de realidad en la moda, Boudrillard tendría razón en relación a sus proféticas teorías con respecto al devenir social y se produciría una gran implosión final, que sería en el plano de la intimidad no en lo colectivo, la seducción estará en todos los ámbitos de la vida y acontecimientos. La figura de Narciso, es la metáfora de nuestros días donde no hay reflexión sino una absorción.

Si bien hablar de moda está de moda, lo que interesa es advertir las articulaciones, modos y/o conceptos que desarrollan algunos diseñadores-artistas que se encuentran en un proceso creativo y que más que crear una determinada colección de moda para una temporada y lugar específico, quieren decir algo instalando un discurso reflexivo desde el mundo de la moda y fuera de él. Nunca se ha pretendido en esta investigación determinar si la moda es arte o no, sino más bien ver cómo operan los símbolos que ella presenta, es por ello que los autores que dan sustento teórico a este trabajo la analizan desde lo antropológico o semántico, tomándola como una clave para leer a la sociedad. La moda

como un síntoma o enfermedad de la sociedad actual como lo plantea George Simmel.³¹

Leer las conductas del individuo se hace imprescindible individual o colectivamente, ya que analizando la moda se puede llegar por ejemplo, al estado actual del arte.

En este texto se desarrollan algunos cuestionamientos que se realizan para desarrollar la fusión o el encuentro, que podría existir en un momento en que el arte se agota y se vuelve efímero como lo es la moda, una movilidad propia de ésta, por ser pasajera, pero que en momentos se encuentra con el arte en sus discusiones, elementos creativos, o bien, en su afán por adquirir un nuevo terreno y valor para seducir a las personas que la consumen.

Tras la evolución de las industrias culturales nos encontramos con nuevos productos que son capaces de seducir, de convencer, de vender en este intercambio cultural de productos donde todo se compra. Este valor transacciones de la moda y del arte en la actualidad, hace que no se vislumbre claramente. Si bien, se podría pensar que la moda atraviesa al arte, no permanece en este lado.

Thorstein Veblen³² le atribuía a la moda una falta de paradigma universal, ya que la lucha de la moda por encontrar la belleza en el vestir era inestable y no podría aproximarse gradualmente a la perfección artística, señalando un ideal artístico que fuera la constante para el vestir de las personas. La moda carecía de un consenso prolongado en el tiempo. Más allá del tiempo, de lo que perdura la moda y el arte perseguían la belleza como finalidad, pero en ambas hay una diferenciación estética, ya que ésta no depende de la venía de las personas en

³¹ En su ensayo "La moda" Simmel plantea la moda como una forma de expresión para algunos y un signo de modernidad para otros, él lee los signos de la modernidad en los objetos cotidianos y vida, de los fragmentos y el todo, de la sociedad del siglo XX.

³² Veblen estudia las clases sociales desde la economía observando los hábitos de las personas y el ejercicio intelectual deficiente, hacían de éstas seres autómatas obedeciendo a una economía que no era evolutiva. Los burgueses se rigen por el hedonismo.

Éste estaba enfocado en reflexionar acerca de las intersecciones provenientes del mundo del arte y la moda. En él asistieron artistas, historiadores y diseñadores textiles para analizar diversos puntos de encuentro y elementos que podrían dilucidar el entre cruzamiento de estas dos disciplinas, bajo ningún punto de determinar o categorizar si la moda era arte o una manifestación artística.

Se abordaron procesos de trabajo tanto desde el arte como desde el diseño textil, de artistas que realizaron sus propuestas plásticas sin vincularse con la moda, pero que su trabajo fue motivo para un análisis de este encuentro entre arte y moda. Por ejemplo, la historiadora Pía Montalva autora del libro “Morir un poco. Moda y sociedad en Chile 1960-1976”, 2015 y “Tejidos Blandos”. La escritora e historiadora muestra una mirada desde el momento histórico, acotado comenzando por los años 60` y después del Golpe de estado, en cómo el vestirse se encuentra atravesado por las condiciones sociales y políticas de aquellos años. Analiza la ropa desde un tiempo y espacio definidos siempre ligada y contextualizada. Ella hace una diferenciación entre indumentaria y moda, para acercarse a la reflexión del seminario, arte y moda: intersecciones. La indumentaria, para Montalvo, es el último de los tejidos blandos, relacionando el cuerpo con la indumentaria, lo que une el arte y la moda, concluye, es el tiempo. En el vestirse, existe una forma de reconstrucción, un espacio de autonomía donde todo se desborda. Pía encuentra en el reciclaje una figura simbólica de representación donde la modificación se hace presente, no se reemplaza la estructura pero se modifica, esto puede verse también en el momento político tras el Golpe de estado de 1973. La mirada histórica es relevante en cuanto a la indumentaria y formas que adquieren las personas al vestirse, ya se habló anteriormente del ser moderno como una manera de vestirse de determinada manera, por ejemplo, en período de guerras en Europa se adora el negro como color de ropa, que representaba el luto por los millones de personas que habían muerto producto de las guerras y también la escasez de materiales para la confección de indumentaria, hace que los bolsillos se adhieran a las ropas y sean cada vez

más amplios, ya que no habían materiales para confeccionar carteras. También aparece el cáñamo para la confección de zapatos, ejemplos que han hecho que las ropas hayan sufrido grandes cambios y todo esto por causas políticas, sociales y culturales inevitables.

Los conceptos que rodean a estas intersecciones, fusiones o contrapuntos son lo nuevo, tiempo, superficies, espacios, objetos, soporte, cuerpo, límite, memoria entre otros cuestionan la relación arte y moda desde la mirada de los artistas y diseñadores chilenos. Una mirada en algunos abierta a encontrar una relación, en otros forzada y sesgada, por la palabra o industria moda.

La diseñadora Juana Díaz³³ expone su propuesta como un terreno de resistencia, donde realiza diversos ejercicios de resistencias, para ella la ropa que realiza expresa ideas y descontento, ella propone un fashion terrorism, donde la moda hable de otras cosas, no de cosas que están de moda, sino que de actualidad, de temas, de una política estética, es un arma, un medio para que las personas expresen lo que sienten, piensan y así poder cambiar su realidad. Lo que realiza Juana es un acto de protesta contra esta injusticia social y declara, “el hambre es un delito”.

En este seminario se presentaron varios artistas que nunca habían hecho la relación o reflexión en torno a la moda. Una de aquellas ponencias fue realizada por Ximena Zomosa³⁴ por la muestra de sus uniformes a gran escala que cuestionan los estereotipos y los roles impuestos por la sociedad pasada y moderna, en diversas etapas de la mujer. Para ella, en su propuesta artística, le hizo más sentido desplazar desde el grabado a los objetos y así poder expresar sus ideas

³³ Diseñadora chilena cuyo interés por lo textil va de la mano del diseño consiente, utiliza elementos del reciclaje y su mirada hacia el vestuario tiende a lo contestario, asociando prendas que simbolizan el capitalismo, a la política a la dignidad social. Su ropa tiene sentido.

³⁴ Artista visual chilena que utiliza la idea de vestuario desde los roles que la mujer desempeña, cuestionando los estereotipos impuestos por la sociedad pasada y moderna en su exposición “Mucho que aprender” 2005 Sala Gasto arte contemporáneo”

con respecto a tema de la imposición de roles y estereotipos sociales. Tuvo la necesidad de este desplazamiento, por la frontera que existía entre imagen y objeto, queriendo expresar fielmente lo que suponía una relación del uniforme-objeto con la idea de estereotipo femenino en la sociedad.

Es así, como se desarrolla el seminario, entre propuestas y puntos de vista, quizás no aceptando la moda como parte de sus propuestas artísticas, pero evidentemente mostrando desde la indumentaria una necesidad social irrenunciable.

CAPITULO VI: Arte contemporáneo. El arte da paso a la Moda v/s la moda se abre paso hacia el arte.

En este punto se pretende demostrar las intersecciones entre arte y moda, evidenciando la relación de ambos campos disciplinarios distintos, en sus procesos de producción creativos en la actualidad.

Al entrar en el terreno del arte contemporáneo, se debe mencionar que éste se entiende como el arte actual dentro de los marcos culturales masivos, un sistema globalizado y donde la sociedad presenta procesos socioculturales híbridos, es decir, donde se asocian terrenos que antes permanecían separados y actuaban de manera independiente, ahora la modernidad y posmodernidad se combinan, individuo y sociedad, moda y arte y generan nuevas estructuras, objetos y prácticas, esto es lo que García Canclini denomina “procesos de hibridación”. Esta idea, nos aclara, con respecto al ámbito social en que la moda y el arte pertenecen, en que ambos se aproximan y es ahí, en la lógica del mercado.

Como se mencionó anteriormente, en capítulo V: Diálogo arte y moda, las intersecciones entre moda y arte pueden darse acercando o traspasando los límites que a cada uno los inscribe, pero que de alguna manera los fusiona para poten-

ciarse y proponer nuevas relaciones que proliferarán con más fuerza en esta cultura de la globalización.

La concepción de la obra de arte como original con un aura que la hace única e irrepetible y la moda con su reproducibilidad o producción en serie, son características que no hacen sentido en el arte contemporáneo, éste debe recoger los síntomas de la sociedad actual para estar vigentes y para hacer sentido en un espectador con una mirada abierta a la cultura, que él mismo como individuo activo y conectado con las redes sociales, no busca un ideal de belleza encasillado en una forma de hacer arte o limitado en un solo campo de acción. Los vestidos o diseños de moda son leídos como artefactos culturales que entran al museo y son mucho más fáciles de traducir para los espectadores, que cada vez más buscan y asisten a los museos de este campo. Victor P. Corona sociólogo de la universidad de Nueva York advierte: “Los museos examinan los diseños de moda como artefactos culturales que pueden ser tan bellos, complejos y significantes históricos como las pinturas o esculturas”, entonces en ellos existe un valor que va más allá de la mercancía intercambiable y permuta comercial. Corona, que se especializa en cultura contemporánea explica que las redes sociales han producido un fenómeno social y cultural donde el individuo imbuido por éstas, hace que la moda penetre en ellas y ellos directamente, incluso ven a los diseñadores, editores de moda, como personajes más allá de sus creaciones. Se podría hacer referencia al curador de arte, que es más importante que la obra misma.

El punto importante es que la moda y sus piezas de diseño son vistas y estudiadas como “artefactos culturales”, éstos son instrumentos cognitivos que mediatizan las relaciones de individuos y conocimiento. Desde aquí se advierte que la moda más allá de su fenómeno, tiene un aporte desde las formas de

aprehender de los individuos en una sociedad. Ésta nos entrega el lenguaje con el cual se produce un proceso dialéctico entre imitación y diferencia interesante de analizar.

Además, los objetos de diseño leídos desde esta perspectiva como un producto cultural que toma un espesor signficante, más allá de lo estético o meramente visual. No todos los artefactos, es decir, objetos que el ser humano ha creado, son de interés de estudio, pero al llamar “artefacto cultural” se especifica que el objeto tienen una dimensión de interés para ser estudiado. La moda es parte de esta cultura como una práctica individual y colectiva y, se presenta con más fuerza en la sociedad actual.

Simmel desde lo cotidiano y la diferencia, nos propone un método de análisis de la sociedad de consumo, desde un capitalismo industrial a uno de consumo. Este cambio produce en él, un análisis desde la alteridad para desarrollar sus pensamientos en un profundo cambio. Esa sociedad es la que se mueve en una condición social del consumo de todo tipo de objetos basados en las apariencias. Analiza las partes para llegar al todo de la sociedad moderna. Este carácter de dualidad hace que fijemos nuestra mirada en las experiencias, costumbres y hechos sociales, que nos dan la clave para analizar a la sociedad moderna que él observó y mirar con estos ojos a la sociedad contemporánea de consumo. En un inicio, desde un capitalismo postindustrial y, que luego, se transforma en un capitalismo del consumo, un modelo que estructura las relaciones sociales, donde los bienes adquiridos por los individuos que sí tienen el poder adquisitivo para ello, de clases acomodadas, desean objetos relacionados con su “estilo de vida” generando una relación entre sujeto y objeto. Simmel acuñó por primera vez este concepto “estilo de vida” y lo define como un entramado de relaciones sociales y simbólicas donde el sujeto de consumo no es el individuo sino el entramado que éste mantiene.

Esto que produce la moda y ofrece una especie de diferenciación como individuo que lo caracteriza en una colectividad, por tanto, lo diferencia y lo asemeja al mismo tiempo, esta es una dualidad evidente en este constructo de la moda, la imitación sería propia del ser humano, es inevitable que esto suceda en nuestra sociedad. Esto daría el sustento para pensar en la moda como un factor que se encuentra siempre presente en la sociedad y que nunca pasa, a pesar de su carácter efímero porque es cambiante pero a la vez permanente.

La moda no es para todos, es para una clase que puede adquirirla, representa una división de clases. Ella propone una diferenciación individual y a la vez una igualación social, porque al diferenciarse hay muchos individuos que hacen lo mismo y al momento se igualan a otros, tiende a ser cerrada en vez que democratiza. Algunos, quedan fuera de ella, por tanto une y diferencia.

La moda se presenta como un campo de batalla, de ideologías, pensamientos, acciones, ya no sólo es una forma de vestir, sino que significa un mundo, un constructor simbólico y cultural. Esta cultura, es un espacio de todos, público donde ocurren acontecimientos sociales y, la moda, se presenta como un medio, un lenguaje, una forma de pensar, de protestar. Se está hablando de un territorio político.

En esta materia, hablamos de los ciudadanos conscientes de sus deberes y derechos, empedrados de sus armas, educación, costumbres, redes sociales, elecciones, entre otros elementos que hacen al individuo partícipe de una sociedad, que se puede manifestar y decir lo que piensa. Y, ahí está la moda para ser parte de estas consignas sociales, para transformar, para disentir, para manifestarse.

Existen políticas sociales, leyes en función de lo llevamos puesto o no. Si la moda fuera cosa frívola y pasajera, no se legislaría en torno a este tema.³⁵

En la segunda mitad del siglo XX, se produciría una corriente de personas que disienten de lo que la moda impone, desde la indumentaria, música, costumbres, modos de vivir entre otros. Éstas fueron las llamadas “tribus urbanas” (/hippies, punk o skin). Ellas dan cuenta que desde la “antimoda” se identifican creando igualmente una forma de ver la vida, costumbres, música, atuendos similares, que no corresponden a los impuestos por la sociedad o por la industria de la moda. Ser parte de una tribu urbana, significa pertenecer a una forma de pensar, identificarse con un tipo de ideología que no es parte de la gran mayoría de los individuos pertenecientes a una sociedad. Pero esta conducta se vuelve moda, con el tiempo las demás personas se identifican con este estilo y la moda con sus mecanismos los vuelven tendencia. La moda es una forma de desobedecer a las conductas, a lo que te impone la sociedad, es un lenguaje con el cual las personas protestan, se manifiestan frente a lo que te dicen debe ser una conducta adecuada, es una forma de pensar. Esta proliferación de identidades, es la respuesta a la soledad, al individualismo, con una respuesta colectiva.

De acuerdo a Ganter y Zarzuri,³⁶ “los afectos son los que construyen vínculos moleculares en estas nuevas agrupaciones, éstos se transforman en lealtades, en ayudas, en construcciones de identidades asociadas a expresiones particulares o geográficas. De esta forma, los afectos posibilitan hablar de una nueva

³⁵ Martina Banoeta, Abogada que participa del encuentro “Moda desobediente” MAC, 2017. Existen diversas leyes en Chile en relación a la apariencia, penalizando el vestuario como símbolo, una acción reguladora y restrictiva del uso del vestuario por parte del estado y los derechos fundamentales del habitar de cualquier persona son una serie de restricciones y confusiones. Las leyes norman los armarios de las personas, el estado restringe el derecho de identidad.

³⁶ Luis Andrés Bahamondes González. Tribus Urbanas: discriminación y comunicación en la era postmoderna. 2009. Cuadernos judaicos.

trama familiar: el grupo, la música, la imagen, el graffiti, se van reconstituyendo como... nuevas formas de habitar ese “otro” hogar, de coexistir en el mundo”³⁷.

El arte continúa aún muy alejado de la sociedad. A pesar de sus múltiples esfuerzos por acercar a las personas a las galerías o museo, el espacio como un espacio e lucha. Todas las manifestaciones que están por fuera de la institucionalidad son herramientas válidas para protestar, para manifestarse. El problema se encuentra en ese habitar, en lo que es más próximo a las personas, que no corresponde a un privilegio, sino a las necesidades más inmediatas del ser humano. El arte se encuentra muy lejos de esto. Éste siempre ha sido de elite, la condición del arte nunca se ha democratizado verdaderamente, en cambio, la moda, si bien ha sido de elite, siempre hay un punto en que la hace de todos, es inmediata que todos pueden adquirir y las redes sociales así lo demuestran. La llevan rápidamente de un lado a otro, porque es contingente, viva y se encuentra en constante circulación. Las redes sociales, son para todos. Siempre hay una forma de tener acceso a lo que está de moda.

³⁷ Bahamonde Gonzalez, Luis “tribus urbanas: discriminación y comunión en la era pos moderna. Facultad de filosofía y Humanidades Universidad de Chile.

CONCLUSIONES.

Al examinar el fenómeno de la moda, en sus relaciones con la sociedad actual, primeramente reconociéndola como un constructo social, ligada indisolublemente al individuo, un sujeto que ya no es el mismo que vivía en un mundo limitado de información, cuyas costumbres y formas de vida, generan otros niveles de comprensión, de entendimiento de la realidad misma. Esa relación del sujeto con el conocimiento, determina las posibles diálogos que ya no son hegemónicos, de un solo campo del saber, por ende, la moda y los objetos que ella produce son absolutamente válidos en una cultura híbrida y en constante movimientos y transformaciones.

Esta sociedad alfabetizada, por las redes sociales entrega múltiples miradas donde, siendo integradora de culturas y legitima todo tipo de manifestaciones culturales posibles, otorgándole un poder a este individuo preso de las agobiantes formas de vida, un sujeto que se siente capaz y con autoridad de crear, dentro de sus propias posibilidades el mundo que él desea vivir, por ende, los mensajes que éste recibe le provocan desear, imaginar y mejorar su visión de la existencia que le tocó vivir. De alguna manera, las imágenes recurrentes que éste consume corresponderían a una realidad virtual, la realidad misma quedó lejos de ser una experiencia real. En este mundo digital donde se impone las modas, donde triunfan las nuevas miradas que cautivan siendo parte de esta cultura visual. La sociedad, es ahora visual y estética y la moda como productora de imágenes, se vale de ello y cobra su relevancia.

El hecho que la estética esté tan presente u omnipresente en la cultura, provoca que las apariencias determinen los procesos sociales en construcción. Estas apariencias se logran consumiendo un sin fin de productos para conseguirla y este consumismo, logra como consecuencia que la moda sea una cosa odiosa y falta de sentido, pero en realidad es un tema muy complejo y contingente, es

la prueba fehaciente del sentir de una época, en ella se logra detectar el pulso, lo que está viviendo y pensando la sociedad.

Como se ha querido demostrar en esta investigación, la moda es poseedora de contenido y generadora de discurso, si bien está rodeada de elementos que empañan su relevancia y presencia en los mecanismos sociales, ideológicos y discursivos, que tienen que ver con el poder, con ése que sólo es de unos pocos, pero que la moda ha democratizado mostrando las diversas posibilidades y caminos que las personas pueden seguir. La moda le otorga soluciones a su existencia. Por ejemplo, están de moda las marchas y demandas sociales, pero esto no empaña que las personas se sientan libres y partícipes de una sociedad democrática y con poder de voz y voto. La moda está más cercana que el conocimiento que se entrega en un libro y que no ha sido capaz de cambios importantes en una sociedad determinada, ella apela a esos discursos y demandas sociales, el atuendo es una forma de resistencia, de protesta frente a las injusticias, porque en ella existe un lenguaje, una capacidad comunicativa y efectiva, de resistir frente a este mundo evidentemente desbordado. Cuando las palabras se acaban y la creatividad aflora, aparecen recursos que hacen frente a una sociedad que necesita ser escuchada, más bien visualizada. El cuerpo es el territorio y el recurso básico de todas las personas y se encuentra ineludiblemente ligado a la moda, es la primera arma con la que cuenta un individuo en conflicto y representa un signo cultural, por ende, la moda es política.

La moda constata un cambio de paradigma, cuyas formas simbólicas que utiliza la indumentaria construye identidades. Ella materializa acontecimientos y hechos históricos, procesos sociales que el ser humano percibe interpretando estas formas, por ende, una de las funciones de la moda es educativa y el museo como institución ha reflexionado y se ha hecho cargo de ello. Éste es uno de los puntos relevantes de moda, ya que si el ser humano aprende de todo lo que lo rodea y por diferentes mecanismos, el museo se encargaría de proponer un modo de pensar esas imágenes, de hacer reflexionar y generar una interpre-

tación de las obras, objetos que se exhiben en él, ya no con la concepción de museo y obras que se tenía en sus comienzos, mera contemplación, sino admitiendo una evolución de la función que debe tener el museo y que practica en la actualidad. Los objetos artísticos o bienes de producción cultural, son necesarios para la instrucción de las personas que lo visitan, otorgándole y exigiéndole al museo la misión de investigar este tipo de narrativa disciplinaria con capacidad crítica y que le sirve a la institución misma para su reconstrucción y posicionamiento social, que aún se rehusa a los cambios.

Dentro de lo que la moda propone, es quizás lo que el arte se ha limitado en hacer, se ha encerrado en sí mismo, utilizando los mismos mecanismos y recursos sin poder dar con la manera de hacer reflexionar al espectador, tanto como lo hace la moda. Esto se refiere a su capacidad de “resistencia” y reacción inmediata y que visualiza rápidamente y con un lenguaje simple y audiovisual, propio de esta época, comprensible para la sociedad actual. Esa forma de hacer arte, tomándose de la estética de lo cotidiano, pero que no dice mucho y no deja ser comprendido por los individuos comunes y corrientes que hoy son actores de la sociedad. El arte contemporáneo se hace incomprendible y provoca una resistencia, pero en contra de él, no es lo que se espera que éste produzca, un arma de resistencia frente a la vida misma.

Como todo lo tratado en esta investigación es objeto parece ser el ser humano, él se encuentra en el centro, porque la moda no sería sin éste, representaría la proyección del ser corporal en un ser virtual, esa segunda piel, que desea ser, que quiere construirse, que quiere tener otra corporeidad y que la moda se lo permite, tanto en su indumentaria como en las diversas modificaciones que ella le proporciona. Esa virtualidad que logra todos los deseos y sueños, desde la intimidad de un ser que tiene necesidades y que la tecnología llegó para satisfacerlas. Que atiende a un “yo” clónico, ficcional y epidérmico, que es una construcción del yo, de un cuerpo e identidad, en el espacio virtual y que corresponde a la realidad de las nuevas generaciones, por ejemplo, tatuajes y modifi-

caciones corporales son una búsqueda de esta identidad que la moda les ofrece.

Todo lo que en la moda hay, nos seduce, con todas sus implicancias, da lugar a lo nuevo, a lo que está en gestación, así como en sus orígenes el sujeto moderno, estaba a la moda y se reconocía con este pensar y sentir en la sociedad de su época. El ser moderno era un conjunto de características que lo determinaba como tal y, en ellas la moda era parte fundamental, aportando en las diferencias individuales de cada persona, más allá de mimetizar, de uniformizar.

Al pensar el tema de la moda como un fenómeno contingente, contemporáneo y como manifestación artística, se buscaba encontrar evidencias desde el propio lenguaje de ésta y sus recursos de representación en las propuestas de determinados diseñadores que cargaban su producción de ideas y discursos, tan interesantes de ser visibilizados, por sus características audiovisuales, más allá de si era ropa, indumentaria o alta costura. En ella, se palpaba una dimensión estética y comunicativa importante como para no hacer de ésta un objeto de estudio.

El objetivo, no era compararla o igualarla con el arte o bellas artes, sino constatar su dimensión discursiva, posible de narrar hechos, visualizar y ordenar contenidos de tal manera estética, que presentados a los espectadores cobrara toda densidad e hiciera sentido, más allá del consumismo o frivolidad que la circunda. En casi todos los diseñadores seleccionados y estudiados, la cualidad de performance se apodera del espectáculo ofrecido para ser disfrutado y reflexionado, lleno de formas, colores, música, entre otros recursos, que dan como resultado una creación total.

Al analizar este hecho o manifestación, el arte cobró más fuerza, ya que el concepto de estética, clave en esta discusión, atravesó ambos campos o disciplinas. La cultura contemporánea, aglutinaba a todos los demás, necesarios para generar una idea y acercarse con más fuerza a visualizar un panorama general

entre este encuentro o cruce, posible sólo con las condiciones que se dan en la actualidad.

Su carácter de efímero, demuestra la condición del aquí y el ahora, frente a los ojos de los espectadores, es una acción que cuestiona y debe hacerlos reflexionar, específicamente el referente es la moda-performance, que despliega un verdadero teatro, para exhibir lo que tiene de una forma menos convencional, sin obviedad, utilizando estos recursos artísticos como estrategia de mercado, ya que la institución de la moda, a buscado desde sus inicios caminos creativos para su producción y difusión. Ella ha tomado al arte y sus recursos como estrategia de seducción, de las redes sociales su conexión con los individuos para captar su atención los ha incorporado y acercado a la industria, satisfaciendo la necesidad de individualidad y diferencia, que las apariencias le han mostrado en las redes sociales. Son códigos de mercado imprescindibles para lograr su continuidad y circulación. La cualidad de performatividad incorporada a la moda, ha sido el último de los recursos utilizados, muy controversial dentro de la institución, ya que, por una parte su objeto (vestido) perdió el protagonismo llenándose de artilugios comerciales que empañan la colección misma y, por otra, se ha llenado de incertidumbres más que de certezas, por el camino que podría tomar ésta porque se vuelve sobre ella misma, agotando su posibilidad de significar y debe buscar urgentemente una nueva estrategia para no perder el objetivo que es el mercado.

Es innegable la influencia de la industria de la moda en todas las esferas del ser humano, del modo en que ella ha operado, se ha introducido fácilmente y ha logrado sus propósitos comerciales desde los códigos del mercado, inconsciente de las consecuencias negativas que ella produce en la vida del ser humano.

La pregunta planteada en un comienzo de esta investigación ¿es la moda una manifestación artística?

Al establecer esta relación arte-moda, que aparentemente tendía a la confusión de uno en el otro (identidad), se logra constatar que ambos campos tienen sus propios códigos, medios de producción y circuitos de validación, es decir, la moda pretendía identificarse con el arte utilizando los códigos que éste desarrolla, para definirse como una manifestación artística y de esta forma ser reconocido. De alguna forma pasar de ser una disciplina de diseño, que carece de un desarrollo intelectual, discursivo y transformador en su proceso interno, pero más que manifestación artística es una manifestación cultural con lenguaje visual de producción creativo y que apela a las apariencias, que es la estética que hoy en día cobra relevancia.

La moda y el arte contemporáneo sí se encuentran y relacionan, influyendo uno en el otro. El primero como fenómeno de la conducta social, como una manera de comportamiento, ha logrado establecer en el circuito del arte contemporáneo la moda por el arte contemporáneo, por ciertos artistas, tipos de obras, formas de hacer arte y, por supuesto, la experiencia estética en la vida e individualidad personal, generando una conducta masiva de ciertas tendencias que desean diferenciar a las personas, pero que solo logran lo contrario.

El arte contemporáneo se ha visto envuelto y seducido por las modas, generando un mercado que se desenvuelve en un circuito de mercancías culturales, en tendencias de oferta y demanda de ciertos artistas con un determinado grupo de obras y donde manejan grandes sumas de dinero consiguiendo millonarias ganancias, consecuencias que el arte contemporáneo debe asumir, ya que su valor, de obra ha sido empañado en su producción misma.

BIBLIOGRAFÍA

- . ARAS, ROBERTO. 2013. Cuadernos del centro de estudios de diseño y comunicación nº44. Ensayo “Arte y moda ¿fusión o encuentro? de la Universidad de Palermo.
- . BARTHES, ROLAND. 2008. El sistema de la moda y otros escritos. Buenos aires, Argentina. Editorial Paidós.
- . BADIOU, ALAIN. La condición del arte contemporáneo. 2013. Buenos Aires. Transcripción y corrección de la traducción directa: Brumaria
- . BAHAMONDES G., LUIS A. 2009. Ensayo: Tribus Urbanas: discriminación y comunicación en la era postmoderna. Cuadernos judaicos.
- . BAUDRILLARD, JEAN. 2007. El intercambio simbólico y la muerte. Venezuela. Monte Avila editores.
- . BENJAMIN, WALTER. La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica. 2003. México. Editorial Itaca. Traducido Andrés Weikert.
- . CORAL, QUINTERO, RAÚL. s.a. Gilles Lipovetsky: Una sociología del presente pos (hiper) moderno.
- . DEBORD, GUY. 2005. La sociedad del espectáculo. Editorial Pre-Textos. Traducido por José Luis Pardo.
- . FUKAI, AKIKO. IWAGAMI, MIKI. KOGA, REIKO. NII, RIE. SUOH, TAMAMI. Moda una historia desde el siglo XVIII al siglo XX. La colección del instituto de la indumentaria de Kioto. Editorial Taschen. Bibliotheca Universalis.
- . FOGG, MARNIE. 2014. Moda toda la historia. Chile. Editorial contrapunto.
- . HABERMAS, JURGEN. BOUDRILLARD, JEAN. SAID, EDWARD. JAMESON FREDERIC. 2008. Barcelona. Editorial Kairós.
- . JONES, TERRY. 2009. 100 Diseñadores de moda contemporánea. Editorial Taschen, Bibliotheca Universalis.

- . LIPOVETSKY, GILLES. a) 1986. La era del vacío. Ensayos sobre individualismo contemporáneo. Barcelona, España Editorial Anagrama.
- b) 1990. El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas. Barcelona. Editorial Anagrama.
- . MONTALVA, PÍA. 2004. Morir un poco: Moda y sociedad en Chile 1960-1976. Editorial Sudamericana.
- . ROJAS, SERGIO. 2012. El arte agotado: magnitudes y representaciones de lo contemporáneo. Santiago de Chile. Editorial Sangría.
- . SAULQUIN, SUSSAN.
- . SALINAS, T., JUAN LUIS. 2014. Linda, regia y estupenda: Historia de la moda y la mujer en Chile. Ediciones Aguilar chilena S.A.
- . SALTZMAN, ANDREA. 2009. El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta. Buenos Aires. Editorial Paidós.
- . SEMINARIO “ARTE/MODA: Intersecciones”. 2016. Museo de arte contemporáneo. Santiago de Chile.
- . Seminario “Moda Desobediente”. 2017. Museo de arte contemporáneo.
- . SQUICCIARINO, NICOLA. 2012. El vestido habla: consideraciones psicosociológicas sobre indumentaria. España. Ediciones Cátedra. Traducción: José Luís Aja Sanchez.

. SIMMEL, GEORG. 1988. Sobre la aventura. Ensayos de estética. Barcelona. Ediciones 62.

. TASCHEM, BENEDICT. 2005. Moda. una historia de la moda del siglo XX. Colección del instituto de la indumentaria de Kioto.

. WORSLEY, HARRIET. 2011. Décadas de moda, desde 1900 hasta hoy. España. Edición Richard Collins.

VIDEOS:

. MC QUEEN ALEANDER: <https://youtu.be/fNK2mKT8n9o>

. VAN HERPEN IRIS: https://youtu.be/jVftUo_gs2g

. HUSSEIN CHALAYAN: <https://youtu.be/UxOuOMcNvSU>

. DOCUMENTAL “LA BURBUJA DEL ARTE CONTEMPORÁNEO”

https://youtu.be/JZCXp_s8FeY