

Géneros Pictóricos. Hibridación de las Artes Visuales y el Diseño de Moda

Soledad Rodríguez Maite, Mariel Ciafardo y Clelia Cuomo (Argentina)

Universidad Nacional de la Plata, Facultad de Bellas Artes, Instituto de Investigación en
Producción y Enseñanza del Arte Argentino y Latinoamericano

Contacto: maite_sr_13@hotmail.com

RESUMEN: la pintura y la moda se nutren mutuamente, los diseñadores se inspiran en pintores a la hora de desarrollar los catálogos, muchas creaciones textiles comienzan a formar parte de las colecciones de los museos más renombrados. Tanto en las artes visuales como en el diseño de indumentaria los colores, las formas y las texturas marcan la diferencia. El punto de encuentro entre las artes visuales y el diseño de moda se revela en las pretensiones que comparten de concretar una propuesta estéticamente experimentable. Su intersección fáctica se dará en el cuerpo, utilizado como soporte, como material, como herramienta. Los géneros pictóricos en su jerarquización clásica: pintura histórica, pintura costumbrista, retrato, paisaje, y naturaleza muerta, servirán de inspiración de las producciones textiles, como así también en la forma de comunicarse con el público que receptorá estas obras a través de su canal privilegiado: la fotografía de moda. El diseño de indumentaria se deja seducir por la interdisciplinariedad e hipertextualidad que nos propone el arte contemporáneo, abriendo así su camino a nuevos parámetros de representación, exposición y circulación, como pueden ser las redes sociales y los dispositivos electrónicos; a la vez que se apropia de espacios tradicionalmente institucionalizados: los museos.

PALABRAS CLAVES: arte, moda, fotografía, interdisciplinariedad, géneros pictóricos, redes sociales.

ABSTRACT: painting and fashion nurture each other, designers draw inspiration from painters when it comes to developing catalogs, many textile creations begin to form part of

the collections of the most renowned museums. Both in the visual arts and in the design of clothing, colors, shapes and textures make the difference. The meeting point between the visual arts and fashion design is revealed in the pretensions they share in concreting an aesthetically experimental proposal. Its factual intersection will occur in the body, used as support, as material, as a tool. The pictorial genres in their classic hierarchy: historical painting, genre painting, portrait, landscape, and still life, will serve as inspiration for textile productions, as well as in the way of communicating with the public that will receive these works through its privileged channel: fashion photography. Fashion design is seduced by the interdisciplinarity and hypertextuality proposed by contemporary art, thus opening its way to new parameters of representation, exhibition and circulation, such as social networks and electronic devices; at the same time as it appropriates traditionally institutionalized spaces: museums.

KEYWORDS: art, fashion, photography, interdisciplinarity, pictorial genres, social networks.

Géneros Pictóricos. Hibridación de las Artes Visuales y el Diseño de Moda

Soledad Rodríguez Maite, Mariel Ciafardo y Clelia Cuomo

Introducción

El diseño de moda tiene una estrecha relación con los géneros pictóricos. La pintura y la moda se nutren mutuamente. La historia nos ha demostrado como muchos diseñadores se inspiran en pintores a la hora de desarrollar sus colecciones, y como hoy en día un sinnúmero de creaciones textiles comienzan a formar parte de los catálogos de los museos más renombrados. Tanto en las artes plásticas como en el diseño de indumentaria los colores, las formas y las texturas las marcan la diferencia.

El diseño de moda tiene una estrecha relación con la cuestión de los géneros pictóricos. Natalia Giglietti y Francisco Lemus retoman la categorización realizada por Félibien en 1667 para, luego, poder dilucidar los parámetros que adquiere dicha clasificación en el arte contemporáneo y así exponer las ambigüedades y problemáticas que presenta. El historiador en un prólogo de las Conferencias de la Academia realizó una clasificación en la cual distingue los diferentes rangos de nobleza y jerarquía de los géneros. Entre ellas, enumera: la pintura histórica, la pintura costumbrista, el retrato, el paisaje, y naturaleza muerta. En el curso de la historia del arte, la demanda social y la necesidad expresiva serían los factores determinantes para conformar la temática del erario de imágenes representadas más frecuentemente. Estos serían agrupados o clasificados en géneros (Giglietti y Lemus, 2011).

Siguiendo esta clasificación podemos citar como primer exponente a la pintura histórica, cuya temática se enfoca en el pasado o en el período contemporáneo al artista. Se representan escenas de acontecimientos constituidos como emblemas de la historia política, por ejemplo: batallas, conquistas, revoluciones. Es por ello que las obras que se refieren a ésta categoría requieren de un conocimiento especial del espectador para ser comprendidas en su totalidad, en consecuencia los temas que se desarrollan son considerados cultos. Los protagonistas representados cumplen un rol significativo: son dioses, héroes, nobles, etcétera y el relato aporta un mensaje o una moraleja. Formalmente se evidencia concentración de personajes, entre los que se destacan, usualmente, los protagonistas del acontecimiento y los actores secundarios; en cuanto a la escala de las obras, es monumental.

La pintura costumbrista, para la academia francesa de mediados de siglo XVII, representa escenas cotidianas de personajes *bajos y vulgares*. Las imágenes no requerían el conocimiento enciclopédico demandado por la pintura histórica, ya que sus temas eran considerados simples y de fácil comprensión. Estas pinturas pueden tener diferentes cargas de significación: alusiva, alegórica, política, moralizante, etcétera. Sin embargo, existen casos paradigmáticos que se corren de las representaciones más típicas de este tipo de género, se pueden citar los siguientes ejemplos: Escenas de costumbres de aristócratas, *Concierto de Gala en Venecia* (1782) de Guardi y *Los Placeres del Baile* (1717) de Watteau; escenas burguesas, *La Lección de Música* (1660) de Vermeer y *Banquete en la Casa del Burgomaestre Rockox* (1630-1635) de

Frans Franken y escenas de campesinos, *Campesinos en una Taberna* (1635) de Van Ostade y *Las Cribadoras de Trigo* (1853) de Courbet.

El retrato, género ambiguo dentro de la clasificación, se caracteriza por la representación *exacta* de la apariencia física de un sujeto o varios. La misma puede realizarse tomando el cuerpo humano desde diferentes tamaños del plano: cuerpo entero, medio cuerpo y las distintas variantes del primer plano: cabeza-hombros (busto) de cabeza, de frente, de perfil y tres cuartos de perfil. Lo importante en este género es que siempre debe verse el rostro de él o los personajes retratados. Estos tienen presentar una actitud solemne, no deben evidenciar ninguna acción compleja que confunda o describa otra historia por fuera del protagonista. En las obras pictóricas pertenecientes a esta categoría se entrelazan el aspecto físico, la situación social: reyes, príncipes, héroes políticos, en definitiva, aquellos considerados dignos de ser pintados y la personalidad del retratado: su estado espiritual o emotivo y el carácter que lo distingue del resto. Afirma Edward Burne-Jones, artista y diseñador inglés: “La única expresión que se puede permitir en la gran retratística es la expresión del carácter y la calidad moral, nada temporal, efímero o accidental”. (Aymar, 1967: 188):

En la técnica del óleo fue Jan van Eyck uno de los primeros que lo impuso en los retratos, su obra: *Matrimonio Arnolfini* fue un ejemplo de este género, de pareja en cuerpo completo. Durante el Renacimiento, representaron el estatus y éxito personal del retratado, dentro de este género sobresalen artistas como Leonardo da Vinci, Rafael Sanzio y Durero. En España hicieron lo propio Zurbarán, Velázquez y Francisco de Goya. Los impresionistas franceses también practicaron este género, entre otros: Degas, Monet, Renoir, Vincent Van Gogh, Cézanne, etcétera. En el siglo XX, Matisse, Gustav Klimt, Picasso, Modigliani, Max Beckmann, Umberto Boccioni, Lucian Freud, Francis Bacon o Andy Warhol.

La pintura de paisaje es la figuración de un terreno extenso. En alusión a dicha caracterización es que se puede decir que este género debe encarnar no sólo un área de tierra, sino que la misma tiene que mantener una distancia considerable con el sujeto-pintor-espectador. En

consecuencia, la figura humana generalmente no aparece o bien se halla en pequeño tamaño, apreciada en relación a la prolongación de la superficie de tierra tratada en la obra.

En el bodegón o naturaleza muerta por su parte, se interpretan objetos naturales o artificiales. Con respecto a la jerarquización de los géneros pictóricos es considerado el menos literario. Al igual que el retrato y el paisaje, se instaure como categoría independiente con la pintura del barroco holandés. Una de sus posibilidades, superadora en cuanto a la neta selección de elementos, es el bodegón vanitas. En este se muestran relojes, velas humeantes, calaveras, etcétera. Existen casos, donde la incorporación de arreglos florales acentúa el mismo significado que simboliza la transitoriedad y la fugacidad de la vida. Ann Gallagher reflexiona sobre este género (Gallagher, 2004-2005):

La naturaleza muerta tradicional se estableció en una rica sociedad burguesa cuyos valores refleja, mientras que a partir de la segunda mitad del siglo XX los artistas pasaron a criticar los valores contemporáneos, buscando subvertirlos. (...) La naturaleza muerta ha demostrado ser un género pictórico marcadamente flexible, capaz de adaptarse tanto a los cambios en la cultura y en el pensamiento como a una gran variedad de interpretaciones técnicas. Tal vez su posición de inferioridad y su falta de relación con logros y grandeza han impulsado ese potencial de transformación.

Los géneros pictóricos y la fotografía de moda: Modernismo, realismo y surrealismo

En las últimas décadas, la fotografía ha dejado de ser considerada la hermana menor de la pintura. Los géneros que, como hemos visto, ha tratado tradicionalmente esta disciplina, fueron replicados en el campo fotográfico, éste desde sus primeros desarrollos ha resaltado la capacidad de mostrar algo que realmente estaba en el mundo. Nos devela aquello que fue, que estuvo, que fue presentado frente a un objetivo y ya no está más, ni volverá a estarlo del mismo modo; ha sido usada siempre por la moda para hablar de lo que será, lo que vendrá, deberá hacerse y poseerse. Philippe Dubois, en su libro *El Acto fotográfico y otros ensayos*

afirma (Dubois, 2008: 148):

La imagen fotográfica, en la medida en que es indisociable del acto que la engendra, no es solo una huella luminosa, también es una huella trabajada por un gesto radical, que la hace por completo de un solo golpe, el gesto del corte, el cut, que hace caer sus golpes sobre el hilo de la duración y en el continuo de la extensión a la vez [...] Así, la foto aparece, en el sentido fuerte, como una tajada, una tajada única y singular de espacio-tiempo, literalmente cortada del natural.

Dentro de las expresiones fotográficas, podemos encontrar la dedicada a la captura de imágenes de moda. Esta servirá como acto artístico mediador entre los géneros pictóricos y el diseño de indumentaria. Se presenta como un proceso de comunicación, el objetivo principal que persigue no es otro que el comercial. Son fotografías que se publican con la intención de llamar la atención de un público particular, es por ello que se sujetan a un lenguaje propio, a ciertos códigos que comparten tanto el emisor como el receptor, se da una fusión de símbolos de estilo y/o convencionalismos. Esto facilita la lectura por parte de la masa receptora, ya que no podemos olvidar el fin comercial de este género. Lo plantea Roland Barthes en su análisis sobre el sistema de la moda (Barthes, 2003: 17):

[...] la fotografía de moda no es una fotografía cualquiera, tiene muy poca relación con la fotografía de prensa o la fotografía de aficionado; por ejemplo comporta unidades y reglas específicas; en el interior de la comunicación fotográfica, forma un lenguaje particular, que sin duda alguna posee su léxico y su sintaxis, sus giros, prohibidos o recomendados.

Dentro de una publicación del mundo *fashionista* se puede evidenciar la coexistencia de los géneros tradicionales de las artes visuales, como son el retrato y el desnudo. Sin embargo, se

presentan con características que le son inherentes al tipo de comunicación perseguida por la moda.

Desde sus comienzos a mediados del siglo XIX y durante un período histórico extenso, la fotografía de este tipo mantuvo la intención de aparentar similitud a la pintura. Sus principios se remontan al año 1840, aunque su uso comercial y publicitario no se producirá hasta la década del 80 cuando aparecieron las tarjetas de visitas que contenían imágenes de modelos y que se usaban para promocionar a las sastrerías.

Los primeros retratos repetían los esquemas estéticos propios del género pictórico como son la pose estática, erguida y la utilización de un paisaje o contexto determinado como elemento que el autor de la imagen utilizaba para introducir y aportar una serie de valores a la figura retratada. Esto se debe al hecho de que la técnica no contaba aún con los avances necesarios y por lo tanto no se había desarrollado un lenguaje propio. La primera reproducción directa de este tipo de manifestaciones se plasma en el periódico francés *La Mode Practique* en 1892, gracias a la aparición del fotograbado, que permitía acelerar y abaratar el proceso de obtención de la imagen, puesto que el propio artista podía hacer las planchas sin necesidad del paso intermediario de un dibujante o grabador. A partir de la primera estampa modernista de moda, los fotógrafos empezaron a desvincularse de esa anterior sujeción a los cánones pictóricos, para adquirir así la consideración de arte.

Desde finales del siglo XIX un grupo de fotógrafos, encabezados por el estadounidense Alfred Stieglitz, defienden a la fotografía como una expresión artística, equiparable a las demás artes visuales. Será en 1902 cuando Stieglitz, junto otro artista, Edward Steichen y la retratista Gertrude Kasebier forman el grupo *Photo Secession*. Su aspiración es dar a conocer la fotografía pictorialista y hacerla evolucionar. En el año 1903 sacan el primer número de su revista denominada *Camera Work* para asegurar la difusión de las instantáneas creadas por ellos. Dos años más tarde inauguran en Nueva York, *The Little Galleries of Photo-Secession*, laboratorio del arte moderno que se hará rápidamente conocido. Las exposiciones que presentan Stieglitz y de Steichen entre 1908 y 1910 dan cuenta de su convicción de alternar la fotografía con obras artísticas clásicas y de la vanguardia. Exhiben fotografías al lado de

dibujos de Pablo Picasso, litografías de Cézanne y esculturas de Matisse.

Alfred Stieglitz tuvo contacto durante su juventud con creadores de distintas disciplinas, esta puede ser una de las razones que contribuyeron a alimentar en él la necesidad de defender su disciplina como una forma de arte. Experimentó con la luz y las texturas, y continuó acrecentando su fama de experto en otras artes, gracias a los artículos que firmaba en *The American Amateur Photographer* y otras publicaciones. Sus trabajos de luces en blanco y negro y sus grandes retratos son parte de un prolífico erario que nos habla no sólo a través de imágenes, sino en hechos, permitiendo que la fotografía de moda y publicitaria surja como un arte legitimado.

En esta misma época llega el Modernismo a tener influencia, veinte años después de haber tenido su máximo auge y difusión en otras disciplinas, entre los años 1890 y 1905. Este movimiento optó por lo práctico y funcional, por la simplificación de la atmósfera representada. Allí reside la importancia que se le concede a las líneas bien definidas y a la sensación de nitidez. El rechazo a la imagen recargada, se traduce en una preferencia de lo geométrico, decorativo, de ritmos curvilíneos. Opto por transmitir sensación de naturalidad, libertad y realidad, alejándose por completo de la recargada ornamentación del pictorialismo. Rompen las relaciones figura-fondo, simplificándolas hasta casi desaparecer. El Modernismo y la fotografía de moda persiguen las mismas metas: quebrar el orden establecido. Plantean utilizar abiertamente las posibilidades que ofrecía este medio para elaborar imágenes en busca de su lenguaje propio.

A partir de los años treinta el Realismo busca suplantar al Modernismo. En el período de entreguerras es esta nueva corriente la que influye en las diferentes disciplinas, ya que se materializa como una aproximación sincera a la sociedad. En Europa, este estilo se llevó al extremo a través del surgimiento de una serie de fotógrafos que se auto-proclamaron *La Nueva Objetividad*, quienes vinieron a capturar con sus lentes los años de posguerra. Esta visión fue la más innovadora en el campo de la fotografía de moda, ya que supuso una importante transformación de la misma. Persigue la representación de la naturalidad en su máxima expresión; el realismo puro, la espontaneidad, movimiento e instantaneidad. De hecho,

utilizará la captura del movimiento como su principal herramienta de trabajo; será Mukancsi quien mejor exprese el movimiento como un elemento difuso que posee dinamismo.

El último salto formal está signado por el surrealismo, vanguardia que desarrolla la experimentación de la técnica fotográfica y los trucos visuales que puedan sorprender y romper las barreras preestablecidas. En cuanto a la temática abordada, imperaba el mundo irreal de los sueños. Alejados de la naturalidad real y espontánea, se acercan a una de tipo más expresivo, oculta, absurda. No retrataban lo que veían sino lo que estaba escondido en las capas subterráneas de la imaginación. Rechazan la realidad, refugiándose en un submundo creado a la medida de sus inquietudes artísticas o simplemente narcisistas. Es evidente que la fotografía de moda utilizó estos ambientes para vender la distinción, lo desconocido, incluso lo prohibido. Para este movimiento el cuerpo y su relación con la vestimenta era un tema de gran interés, en especial todo lo concerniente al cuerpo femenino.

Al hablar de surrealismo, es obligatorio hablar de Man Ray. Artista interdisciplinario, revolucionario, que experimentó y aportó nuevas miras en todas las disciplinas en las que intervino. Tras dominar la pintura, pasó a la fotografía como nuevo medio de expresión donde mostrar originales planteamientos. Man Ray no entendió a la fotografía de moda como un arte, tal como lo hacían algunos de sus contemporáneos. Sus imágenes llamaban la atención debido a que aportan valores subterráneos que se añadían a la mera contemplación del vestido. Componentes misteriosos, eróticos o simplemente lúdicos que atraían a un público deseoso de introducirse en mundos personales y alejados de la convención.

La fotografía de moda en el museo: *Vogue like a painting*

La moda y la fotografía entrecruzan sus destinos en modo precoz, ambos territorios nacen en la contemporaneidad (Wilson, 1985: 7):

La moda es como la fotografía. Ambas son formas liminares, en la distinción entre arte y no arte. Ambas son producidas industrialmente, y sin embargo profundamente individuales. Ambas están suspendidos ambigüamente entre el presente y el pasado: el fotógrafo congela la esencia del instante, mientras que la moda cristaliza el momento en el gesto eterno de la única-manera-adecuada de ser.

La pintura había sido una fuente de inspiración para muchas de las imágenes del mundo *fashion*, y como no, para la considerada biblia de la moda, la revista *Vogue*. Su ex editora en jefe, Alexandra Shulman, expresa: “La fotografía es algo indispensable para esta edición centenaria (...) no se trata tanto de la historia de la fotografía sino de que, tanto el texto como las imágenes, nos hablan del contenido de la cultura de una era. Esto es lo que le hace verdaderamente interesante” (Shulman, 2016).

La modelo retratada nos presenta un cuerpo, pero éste no se constituye como sustento o soporte de una prenda, no es la percha de una exhibición. Su propósito es la creación de una realidad, juega un papel histriónico a través de una caracterización conferida por la indumentaria, con el objetivo que el espectador pueda identificarlo. El cuerpo teatraliza una historia para la fotografía, busca relatarnos de manera ficcional una situación vital. Roland Barthes hace alusión a esta cuestión: “El teatro de la moda es siempre temático” (258), es por ello que podemos afirmar que no hay producción sin tema. En publicaciones como *Vogue*, las producciones funcionan como narraciones ilustradas, nos cuentan una historia, interpretando la escenografía, el decorado, vestuario, iluminación, con una comunicación similar a la del cine o teatro.

La exposición *Vogue Like a Painting* se estructura siguiendo los géneros clásicos de la pintura: retratos, paisajes, naturaleza muerta, pintura costumbrista y pintura histórica. El Museo *Thyssen-Bornemisza* de Madrid acoge esta exhibición de inspiración pictórica. Las fotografías proceden de los archivos de la revista *Vogue* y fueron realizadas por algunos de los profesionales más destacados de las últimas tres décadas, entre ellos podemos encontrar a grandes maestros como Edward Steichen, Cecil Beaton, William Klein, Irving Penn y Horst P.

Horst, junto con otras figuras más contemporáneas como Annie Leibovitz, Tim Walker, Mario Testino o Paolo Roversi. Se rescatan imágenes de sus versiones estadounidense, española, holandesa, rusa, china, italiana, entre otras.

El resultado es una muestra conformada por sesenta y un imágenes en donde se destaca el duelo entre el mundo comercial y el mundo artístico, y cómo la mítica revista ha sabido lograr un buen equilibrio. Cada una de las imágenes tiene un valor en sí misma, más allá del tiempo y de haber sido impresa en una revista que dura en la calle sólo un mes, concediéndole un nuevo lugar de circulación gracias a su exposición en un prestigioso museo europeo.

La exposición hace un racconto de las grandes expresiones visuales de la historia del arte. En algunas de las imágenes se utiliza el relieve escultórico, en otras en cambio es la luz la que tiene una factura al estilo de las obras pictóricas. Muchas de las instantáneas están inspiradas en las obras de artistas que pertenecen al museo como Hopper, Balthus, Van Eyck, Botticelli, Zurbarán, Degas, Dalí, Hogarth, Rossetti y Magritte. Otros fotógrafos han optado por reinterpretar obras maestras, como lo hace Mert Alas y Marcus Pigott con la conocidísima *Ofelia*, del John Everett Millais. Por su parte, Camilla Akrans persigue la silenciosa soledad hopperiana en *Mujer solitaria*. (Vogue Like a Paiting, 2015)

Tim Walker, fotógrafo que presenta varias obras y un video en la muestra, resalta la importancia de mantener la magia en la fotografía de moda (Walker, 2015):

En estos momentos la moda está en su punto más alejado de la fantasía (...) Es muy plástica y muy comercial, y creo que el mercado huye de la fantasía. Pero a mi juicio se están equivocando. La moda no es otra cosa que fantasía, historias, sueños, una forma de transportarnos a nosotros mismos; de cambiar la armadura exterior para que los demás nos vean de otra manera. Creo que todo el mundo interpreta un papel, el de uno mismo. Es una caja de disfraces [...] En todo lo que hago, es como si intentara manipular algo, forzarlo para conseguir una sensación pictórica.

Debra Smith, la comisaria de la exposición afirma: “El hilo común que recorre toda la muestra es una especie de ralentización: una atemporalidad en la pose de las modelos; una especie de lapso mental en el que todo está muy, muy quieto” (Smith, 2015).

Con el transcurrir de los siglos y los cambios de diferentes estilos, los artistas visuales representan las prendas haciendo de ellas herramientas esenciales de sus creaciones, concediendo una historia visual de los movimientos, las poses y los gustos, así como de las soluciones de confección, los materiales y los elementos decorativos diseñados por artesanos anónimos. El vestuario da cuenta de la atmósfera de una época; los artistas han jugado un papel activo en esta competencia por crear bienes, diseñando tejidos, encajes, bordados e incluso trajes de gala, y dando lugar a las comunicaciones de moda con grabados que son obras de arte.

El diseño de indumentaria, como el resto de los diseños, produce piezas que vuelven a unir aquello que la modernidad separó: lo estético y lo útil. En sus inicios, la pasarela sólo consistía en maniqués que exhiben la ropa, hasta que la primera casa de Alta Costura parisina, fundada en 1858 por Charles Frederick Worth, rompió este esquema exhibiendo los diseños de su colección en las primeras modelos de carne y hueso. Aunado a esta evolución, la *performance*, comenzó a cobrar importancia en la moda.

Será la Gran Exposición Universal de París en 1900, el puntapié inicial de la tradición de exponer las colecciones para la temporada, por medio de un desfile de modas. En este encuentro, muchos países contaban con un pabellón en donde exhibir sus productos convocando a miles de personas a presenciarlo. Ninguno atrajo tanto la atención como la sección de modas, donde los diseñadores, incluida la Casa Worth, mostraban sus colecciones de una manera novedosa: con modelos en escenas cotidianas.

Unos años más tarde, en 1910, el diseñador parisino Paul Poiret será el primero en realizar una presentación de su colección exclusivamente para la prensa. En ese momento nacieron las pasarelas de marcas como Chanel, Vionnet, YSL, etc., muy prestigiosas y exclusivas para gente de la alta sociedad.

En los años sesenta, esa tradición fue completamente revolucionada, ya que la moda *ready to wear* –lista para vestir– empezó a aumentar y la Alta Costura, a declinar en el mercado. La moda ya no es solo para la *élite*, todos están al tanto de lo que se consume y se usa. Los eventos discretos desaparecieron, y fueron reemplazados por presentaciones teatrales y espectaculares en locaciones inusuales hasta entonces. Pierre Cardin da a conocer su colección a través de la realización de un happening en la vía pública. El diseñador japonés Kenzo Takada disrumpe con la idea de desfile tradicional, al presentar una pasarela en donde sus modelos improvisan las pasadas. En estos años la moda inglesa lideró la vanguardia internacional y supuso una competencia para la moda francesa. (Gonzalez, 2014: 169).

Desde 1959 hasta la actualidad se celebran las semanas de la moda londinense, en las que los diseñadores británicos presentan sus colecciones de *pret a portér* y de confección. Esta nueva década marca la aparición de una moda juvenil que vino a transformar la concepción de los desfiles. Nuevamente, se hizo necesario innovar en los espacios de exhibición, se incorporó música y efectos de luces, convirtiéndolo en todo un espectáculo, en el que la moda cedió su anterior posición central a la puesta en escena.

Las marcas ya no se dirigen exclusivamente a una clientela selecta, sino que en la actualidad lo hacen ante periodistas y redactores de moda, fotógrafos y cámaras de televisión que van a transmitir a sus lectores y audiencia la tendencia de la temporada. Pero además, los pormenores de los invitados, el escándalo y muchas otras cosas que el público espera que le cuenten: el evento en general. También asisten actores, cantantes, que ocupan las primeras filas. Yves Saint Laurent sostenía que las *mannequins* eran únicamente modelos. “No pienso en ellas como mujeres. Si algo en ellas atraen mi atención es sólo para hacer resaltar una línea (...)”. (Monneyron, 2006: 84).

Para los años ochenta y noventa, los desfiles habían cobrado tanta importancia, que los diseñadores llenaban estadios en las grandes ciudades del mundo. Vendían la mitad de los boletos al público. Si bien esto generaba un gran caudal de posibles compradores y futuras ganancias, colaboraba con la merma de la exclusividad que años anteriores implicaba acceder a un desfile.

Estas pasarelas tan costosas, y que no necesariamente sirven para vender, son capaces de crear un reconocimiento de marca y estimular la adquisición de productos. Sin duda, tienen algo que nos atrae y que genera necesidades: desde seguir la vida de las celebridades, supermodelos, hasta adquirir el último vestido que lanzan las firmas.

Actualmente existen más de ciento cuarenta *Fashion Weeks* –Semana de la Alta Costura– alrededor del mundo en las cuales, en el tiempo que duran los *shows*, pretenden trasladarnos a un mundo fantástico, siempre magníficamente orquestado y reservando más de una sorpresa. Los desfiles en la actualidad se han convertido en auténticos espectáculos, con puestas en escena que contribuyen a transmitir el espíritu de las firmas de moda.

La semana de la Alta Costura representa la materialización de los mayores sueños de los diseñadores, el espacio en el que pueden pergeñar su visión artística sin encontrarse con ninguna restricción en el camino. Es el espacio y tiempo en un aquí y ahora aurático. La presentación de la temporada primavera 2017 fue celebrada en la ciudad de París y, como no hubiera podido ser de otra manera, dejando a todos exaltados. Volumen etéreo y color de la mano de Benjamin Shine, un galardonado artista y diseñador de moda británico. En 2003, funda su estudio en el cual las técnicas y las ideas le permiten crear obras inolvidables y únicas. Shine se esfuerza por desafiar la percepción a través de conceptos de construcción originales y de la reutilización de materiales habituales.

Atrae a un rango de clientes diverso que abarca marcas de moda, fabricantes de productos e interiores, instituciones internacionales de arte y diseño y la realeza. También ha estado encargado de realizar trabajos para marcas mundiales incluyendo *Givenchy*, *Barclays*, *British Telecom*, *Royal Mail*, *Google*, *Coca-Cola*, *Barnes Noble*, *Eurostar* y *MTV*. (Bloody Pie, 2016).

Benjamin Shine aplica la técnica de doblar y planchar tiras largas de tul para construir figuras. Expresa que vivencia diferentes procesos según el tipo de proyecto requerido. En general, comienza realizando un boceto para posteriormente trabajar la obra en la tridimensionalidad (Shine: 2016):

Estudié diseño de indumentaria y aprendí cómo hacer ropa, desde cortar y construir prendas hasta coser detalles y descubrir géneros. Mientras estaba estudiando, mis trabajos tomaron una estética de escultura: me gustaba la construcción de una pieza sola. Este abordaje se fue desarrollando en el diseño de piezas fuera del cuerpo, más como esculturas y obras de arte. La manipulación de géneros y la combinación de materiales siguen siendo la base de mi trabajo hasta el día de hoy (...) La mayoría de mi trabajo está influenciado por la combinación de géneros y materiales. Me gusta explotar las cualidades particulares de cada uno (tales como su textura, su translucidez, su fluidez, su rigidez, su capacidad de reflejar luz, etcétera) sobre todo en relación con otros materiales sólidos.

En una entrevista hecha al artista por Nazareth Ventura para Bloody Pie Editorial, expresa (2016):

En la universidad yo estaba muy interesado en la creación de una sola pieza de ropa, pero el problema es que es difícil apreciar la complejidad de una prenda de vestir en la pasarela. Es necesario que sea en un maniquí para que la gente pueda caminar alrededor de ella y mirarla durante algún tiempo. Esto fue lo que me hizo pensar en la forma de mirar al arte y, en particular, la forma en que miramos los retratos. (...)La idea de 'pintar con la tela' me condujo al desarrollo de esta técnica en la que se crea la imagen de un retrato a través del intrincado plisado y prensado de una tira de tul. La técnica tiene como objetivo aprovechar las cualidades translúcidas de la tela para generar diferentes gradientes, tonos y textura.

El artista concibió por primera vez esta idea cuando vio una bola arrugada de tul en el piso de su estudio y se dio cuenta de su potencial. Al experimentar con el material, Shine descubrió que si se presiona un pedazo de tul detrás de un vidrio, se evidencian diversos tonos. A partir de este juego, es que comienza a probar formas y crear imágenes a partir de la manipulación de pliegues del textil. Presenta, en la ya citada Semana de la Moda de París, una colección en colaboración con la casa de moda belga *Margiela*, de la que John Galliano es diseñador. Esta

colección contiene múltiples piezas sobrepuestas, que fueron separadas de sus estructuras, revelando la constitución de las prendas y generando imágenes nuevas. Galliano en sus diseños aplica y extrae los filtros con los que nosotros mismos nos disfrazamos, con la intención de llegar a alguna realidad, a algún punto neurálgico en este tiempo y era digital. Teniendo en consideración este contexto de sobreproducción y superposición de imágenes, hace de esas capas una realidad y encarga al artista británico que fabrique la forma de una cara para superponerla en uno de sus diseños. Shine pinta con tela (Figura 1).

Figura 1: John Galliano y Benjamin Shine. Agencia Fotosite (2017). Colección *primavera- verano 17 Margiela*.



Recuperado de <http://ffw.uol.com.br/noticias/gente/conheca-benjamin-shine-parceiro-de-galliano-na-colecao-couture-verao-17-da-margiela/>

Artista plástico y diseñador de moda se fusionan en una sola obra. En ella, explora las capas de personalidad que hay en los sujetos. El creativo comenta acerca de su propuesta en declaraciones a *Vogue*: “Esta colección trata sobre la adición de filtros, tanto sobre eliminarlos como de compartir y estar conectados en comunidad, llegar a formar parte de una unión y relacionarse a través de emociones mutuas que tienen su origen en los recuerdos” (Modarte, 2017).

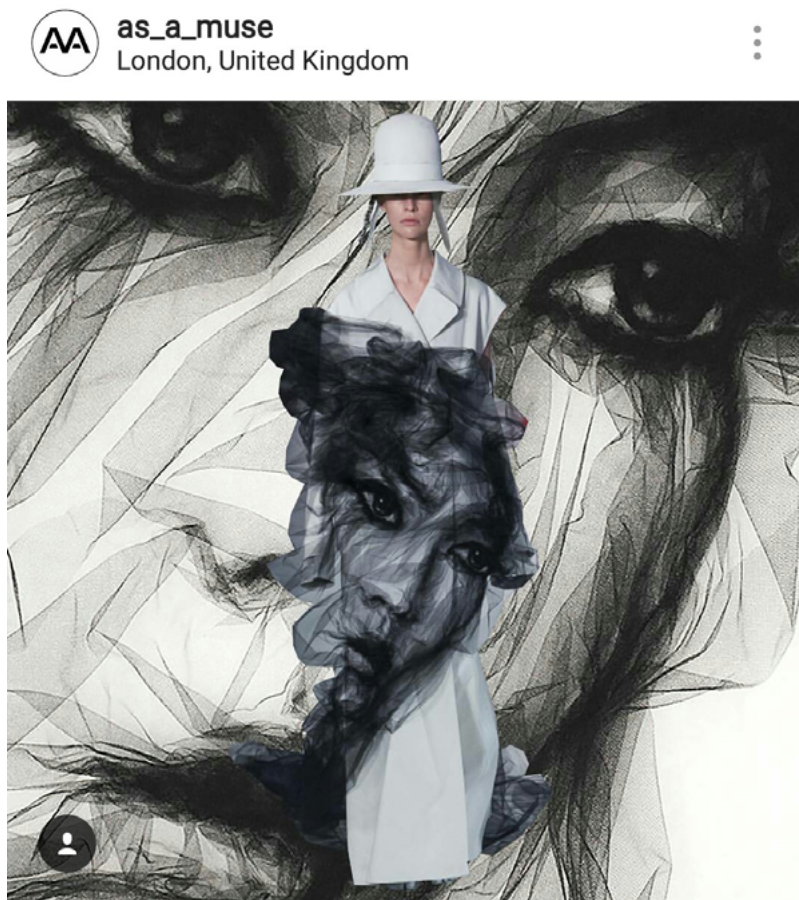
El resto de la colección tiene su mérito, constituido por prendas que tienen técnicas de deconstrucción que el diseñador de la *maison*, Galliano, ha usado en lo que va de su dirección. El resultado: su colección de alta costura titulada *Artesanal*, veinticinco nuevas creaciones que se caracterizan por lo “abstracto y extravagante”, según dijo el autor en la presentación. Prendas confeccionadas con retales; tiras de tela; tejidos como el tul, algodón, satén o el encaje. En las telas, las cuales no contienen estampados, se bordaron rostros y palabras inacabadas. Los colores negro y rojo fueron los únicos utilizados en la creación de las piezas. Aquí el diseñador retorna a sus raíces en la estética de lo inacabado y deshecho, presentando algunos vestidos bellamente cortados y terminados, y otros que no lo estaban. Sus obras se exponen *a medias*, enraizando emocionalmente con su pasado. Esos lazos se volvieron literales, convertidos en las hebras que anudaban las prendas (Vogue, 2017).

Estamos inmersos en la era de la Industria Cultural Globalizada, en donde impera la reproductibilidad tecnológica. Esto trae aparejado una gran proliferación de nuevas técnicas que hacen florecer innovadores lenguajes y soportes materiales de la obra de arte. La digitalización actual hace que podamos distorsionar la realidad y jugar con ella, incluso con nuestra cara, tal como lo permite la aplicación *Snapchat* con sus filtros. Cada usuario de un *smartphone* es un productor potencial de imágenes. El uso de todas las plataformas que el aparato digital brinda –*Facebook*, *Snapchat* e *Instagram*– amplía los modos de circulación de fotos, videos, performances, así como de conceptos, ideas, más allá de los límites impuestos por las galerías convencionales.

El diseñador de indumentaria Alessandro Michele, lanzó en el año 2015 el proyecto #GucciGram, con el cual convocaba a diecinueve artistas digitales para que intervinieran y reinterpretaran la imagen de la marca, incorporando sus nuevos estampados en una edición

limitada de tenis: Gucci Ace Sneakers. A través de #24HourAce, en las dos plataformas digitales con más adhesión actualmente, *Instagram* y *Snapchat*, se sigue a esos artistas durante el transcurso del día, para ver su propia interpretación de los tenis Gucci Ace. Su finalidad es impulsar el arte digital, ya que como asegura el propio Michele: “La creatividad comúnmente nace y encuentra su voz en el medio digital, una fuente vital de la cultura visual” (Michele, 2015). El resultado: *collages*, videomontajes, animación y obras de arte realizadas con técnicas mixtas, entre otras.

Existen perfiles en las redes sociales, como *Shoes in Art* en las cuales se fusionan artes visuales y moda. La primera es una cuenta que ha tomado como antecedente los zapatos que han sido plasmados en las grandes obras de arte, y nos muestra cómo estos han servido de inspiración en la moda que vivenciamos cada uno de nosotros. Aquello que ha sido cristalizado a través de los géneros pictóricos como rasgo identitario de una época, se compara con el calzado que actualmente usamos. *Shoes in Art* visibiliza lo que en otras épocas estaba de moda o era tendencia, y nos demuestra que también puede serlo hoy en día. Otro ejemplo puede ser la cuenta de *Instagram As a Muse*, creada por Héléne. A través de una selección de imágenes, realiza montajes fotográficos de una prenda diseñada –la figura– y de la obra plástica que ha servido como punto de partida –el fondo. Entre sus creaciones, hace alusión a la obra realizada por la Maison Margiela en colaboración con Benjamin Shine.



291 Me gusta

as_a_muse Maison Margiela with Benjamin Shine
#asamuse.

Figura 2: As a Muse. (2017). Maison Margiela, Spring- Summer 2017. Recuperado de https://www.instagram.com/p/BRdmn_nBKx8/?taken-by=as_a_muse

Por su parte, el diseñador gráfico japonés Shusaku Yakaoka crea imágenes en donde combina

arte y moda. Postea en su cuenta de *Instagram* imágenes intervenidas de grandes maestros del arte como Da Vinci, Van Gogh y Munch, las cuales conjuga con otras fotos de redes sociales, icónos de moda, princesas de Disney y celebridades. El resultado: obras digitales en las cuales se hibridan arte, moda y redes sociales a través de una estética renacentista, barroca y modernaperó con personajes están vestidos con la moda contemporánea, y situados en espacios de nuestra realidad actual.

Takaoka, al momento de construir sus imágenes, toma como referencia las obras pictóricas del arte clásico. Estas le sirven como inspiración para trabajar la imagen de manera digital, permitiéndole ciertas libertades creativas—alargar el pelo de los protagonistas, agregar accesorios sombreros con estilo, etcetera—. El diseñador les construye una nueva vida a los personajes más conocidos del arte, haciéndolos trascender de sus ataduras a la pintura (Figura 3).



Figura 3: Shusaku Takaoka (2017). *Mona Lisa*.

Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BTFyhYagXMS/>

El Arte contemporáneo cita a la Moda no sólo como modelo estético sino también como campo de referencia en donde los desafíos y peligros de la vida moderna son glamorosamente puestos fuera de juego. El compromiso de la Moda con el Arte contemporáneo es también curatorial, esto es, en exhibir –a menudo experimentalmente– indumentaria en museos y galerías, equiparando Indumentaria y Arte en exhibiciones sobre objetos materiales o nociones de belleza, o usando a la industria de la Moda para financiar proyectos artísticos. La curatoría de Moda conduce en algunos casos al apoyo institucional de colecciones, por ejemplo, el primer desfile del dúo holandés *Víctor and Rolf* fue posible sólo a través del apoyo y políticas de adquisición del *Central Museum* de Utrecht y el *Groninger Museum*. Esto implica el posicionamiento de la Moda en la cultura contemporánea como una entre muchas manifestaciones intercambiables, más que un medio estructuralmente distinto dentro de una jerarquía cultural. El uso de los materiales básicos de la Moda (textiles, telas) y significativamente, sus modos de representación a través de fotografías, desfiles, y más, es usado en el Arte contemporáneo para acompañar la puesta en escena de la industria cultural en la modernidad tardía. (Steele, 2005: 91)

Se evidencia un constante diálogo entre el diseño de moda y las artes visuales, en donde cada manifestación de estas prácticas se ve enriquecida por la otra, conformando nuevos y renovados saberes y acciones gracias a la hibridación; originales subjetividades profesionales que aporten una mirada renovada. Es necesario pensar acerca de estas manifestaciones del hombre. Siguiendo lo expresado por Tuozzo, María Valeria y López, Paula en *Moda y Arte. Campos en Intersección* (2013: 133):

Continuar reflexionando acerca de las diferencias y similitudes que plantean estas prácticas desde la durabilidad de la creación artística frente a lo efímero de la Moda a las transferencias que se manifiestan, los procesos de creación y los espacios de exposición son tareas para poder así generar más conocimiento sobre el hombre y su subjetividad.

Este racconto de manifestaciones visuales permite observar cómo, con el correr de los siglos, los géneros pictóricos han ido captando nuevas maneras de producir y resignificar

las manifestaciones artísticas, como así también de darles circulación. La institución por antonomasia del mundo del arte: el museo, ha dejado de tener su funcionalidad venerada durante siglos. Hoy las artes visuales, y la moda como una disciplina más entre ellas, encuentran canales alternativos en los cuales presentarse, siendo las redes sociales los predilectos entre todas las opciones.

La jerarquización de los géneros que describimos principalmente se sostiene en la sobrestimación del tema. La temática histórica, en sus diversas variantes (religiosa, mitológica, etc.) adquiere uno de los mayores méritos artísticos que se originan en la antigüedad clásica (comedia-tragedia). Sin embargo, cada época va a privilegiar un tema en particular conjunto a una forma, un estilo y una manera de representarlo. Las clasificaciones pretenden universalidad, es decir una manera unívoca del hacer. Por ello, es indispensable considerar los códigos culturales para entender a la obra como una construcción socio-cultural, lo que implica poner énfasis en las clasificaciones que nos proveen los géneros, que si bien pueden ser útiles como marco general de análisis, no deben ser aceptadas como reglas fijas e inmutables. Como hemos visto, “los grandes ejemplos” de alejamiento a las normativas se evidencian a partir del siglo XX, donde la ampliación de los límites, cada vez más intensa va horadando las clasificaciones y subrayando el valor fluctuante y difuso de los géneros (Gliglietti y Lemus, 2011).

El vestido como visualización individual de la moda metaforiza un paradigma, a través del cuerpo humano que recubre y resignifica. Este maniquí con tracción a sangre no es neutro, cada época histórica lo contempla y valora a partir de coordenadas estéticas y culturales. La relevancia de la indumentaria en la cultura contemporánea es abrumadora. Es cada vez más evidente la cantidad de lenguajes, disciplinas o géneros que dialogan en cualquier producción artística. Se ha reflejado en la academia con el nacimiento de los estudios sobre moda y en los museos con exposiciones que la exhiben como una forma singular de arte. Como en todas las expresiones visuales, la indumentaria se deja seducir por el juego de la interdisciplinariedad e hipertextualidad que nos propone el arte contemporáneo. Es así como abre así su camino a nuevos parámetros de representación, exposición y circulación, a la vez que se apropia de espacios tradicionalmente institucionalizados: los museos.

Referencias:

- AYMAR, Gordon C. (1967). *The Art of Portrait Painting*. Filadelfia: Chilton Book Co.
- BARTHES, Roland (2003). *El sistema de la Moda y otros Escritos*. Barcelona: Paidós.
- _____. (2005). *El Placer del Texto y Lección Inaugural*. México D.F.: Editorial Siglo XXI.
- DUBOIS, Philippe (2008). *El Acto Fotográfico y otros Ensayos*. Buenos Aires: La Marca.
- ECO, Umberto (2004). *Historia de la Belleza*. Barcelona: Lumen.
- ENTWISTLE, J. (2002). *El Cuerpo y la Moda: Una Visión Sociológica*. Barcelona: Paidós.
- GALLAGHER, Ann (2004-2005): "Still Life/Natureza-Morta"(cat. exp.). Río de Janeiro: British Council, 2004-2005, s/p, pp. 5-25.
- GIGLIETTI, Natalia, LEMUS, Francisco (201). *Los Géneros Pictóricos y sus Problemáticas* (texto de circulación de la cátedra de Lenguaje Visual 2B). La Plata: Universidad de La Plata, Facultad de Bellas Artes.
- GONZALEZ, Lisi (2014). *Manual de Producción de Moda*. Buenos Aires: Dunken.
- KÖNIG, R (2002). *La Moda en el Proceso de la Civilización*. Valencia: Engloba.
- LIPOVETSKY, G. (1991). *El Imperio de lo Efímero: la Moda y su Destino en las Sociedades Modernas*. Barcelona: Anagrama.
- MONNEYRON, Frederic (2006). *50 Respuestas sobre Moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MUZZARELLI, Maria Giuseppina (2013). *El Binomio Arte y Moda: Etapas de un Proceso Histórico. Cuaderno 44. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- OCAMPO, Estela (1992). *Diccionario de Términos Artísticos y Arqueológicos*. Barcelona: Icaria Editorial.

- SIMMEL, G (1938). *Cultura Femenina*. Buenos Aires: Espasa-Calpe Argentina.
- TUOZZO María Valeria y LÓPEZ Paula. *Moda y Arte. Campos en intersección. Cuaderno 44*. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]. Buenos Aires. Universidad de Palermo, 2013.
- WILSON, E (1985). *Vestirsi di Sogni*. Milán: Franco Angeli.

Referencias electrónicas:

- As a Muse (2017). Maison Margiela, Spring- Summer 2017 [en línea]. Consultado el 12 de febrero de 2017.

En: https://www.instagram.com/p/BRdmn_nBKx8/?taken-by=as_a_muse

- Benjamín Shine (2016). *Benjamin Shine* [en línea]. Consultado el 10 de febrero de 2017.

En: http://www.benjaminshine.com/studio_about_bio.html

- _____. (2016). *Pintar con tela* [en línea]. Consultado el 15 de febrero de 2017.

En: <https://studylib.es/doc/4554180/pintar-con---benjamin-shine>

- Bloody Pie (2016). *El brillo artístico de Shine: Benjamin Shine* [en línea]. Consultado el 10 de febrero de 2017.

En: <http://www.bloodypie.com/art/el-brillo-artistico-de-shine-benjamin-shine>

- Fahrenheit (2016). *#24 Hour Ace: el proyecto que fusiona moda y arte digital* [en línea]. Consultado el 10 de febrero de 2017.

En: <http://fahrenheitmagazine.com/arte/24hourace-el-proyecto-que-fusiona-moda-y-arte-digital/>

- It Fashion (2016) *La moda en el mundo del arte a través de Instagram* [en línea]. Consultado el 15 de febrero de 2017.

En: <http://www.itfashion.com/cultura/arte-y-parte/la-moda-en-el-mundo-del-arte-a-traves-de-instagram/>

_____. (2017). *Benjamín Shine. Cuando el tul es una obra de arte* [en línea]. Consultado el 8 de febrero de 2017.

En: <http://www.itfashion.com/moda/colecciones/benjamin-shine-cuando-el-tul-es-una-obra-de-arte/>

· Mala Tinta Magazine (2017). *El arte que inspira a la moda en una cuenta de Instagram* [en línea]. Consultado el 15 de febrero de 2017.

En: <http://www.malatintamagazine.com/el-arte-que-inspira-a-la-moda-en-una-cuenta-de-instagram/>

· Mod´Arte (2017). *John Galliano presenta su nueva propuesta de Alta Costura para Maison Margiela* [en línea]. Consultado el 15 de febrero de 2017.

En: <https://modarteweb.wordpress.com/2017/01/26/john-galliano-presenta-su-nueva-propuesta-de-alta-costura-para-maison-margiela/>

· Mott (2016). *Benjamín Shine, el artista que le da vida a la tela* [en línea]. Consultado el 13 de febrero de 2017.

En: <https://mott.pe/noticias/benjamin-shine-el-artista-que-le-da-vida-a-la-tela/>

· Shusaku Takaoka (2017). *Mona Lisa*. Consultado el 20 de febrero de 2017. En: <https://www.instagram.com/p/BTFyhYagXMS/>

· Vogue (2016). *Vogue like a painting* [en línea]. Consultado el 20 de febrero de 2017.

En: <http://likeapainting.vogue.es/>

_____. (2017). *Maison Margiela* [en línea]. Consultado el 25 de febrero de 2017.

En: <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2017-paris-maison-margiela/13439>