

El “BAF Week” y la Feria “Puro Diseño”: una reflexión antropológica sobre la realización de eventos públicos y calendarios

Actas de Diseño (2013, Julio),
Vol. 15, pp. 241-242. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: marzo 2010
Fecha de aceptación: febrero 2012
Versión final: mayo 2012

Bárbara Guerschman (*)

Resumen: Dos veces al año se realiza el Buenos Aires Fashion Week en la cual diseñadores de indumentaria presentan sus colecciones en “desfiles” marcados por una puesta en escena similar a las performances artísticas, además de exhibir y vender sus productos. Por otra parte, una vez al año se realiza la Feria “Puro Diseño” en la que se exhiben y venden diversos productos ordenados por géneros, que participan en diversos concursos. En ambos casos, en los que además se programan conferencias y rondas de negocios. La lógica cultural que rige estos eventos responde a maneras sociales de dividir el tiempo, asegurando la periodicidad de los ritos, fiestas y ceremonias públicas.

Palabras clave: Moda - Auspicio - Diseño de indumentaria - Eventos públicos - Feria.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 242]

El objetivo de este artículo consiste en reflexionar respecto a la participación de un grupo de diseñadores de indumentaria en eventos públicos de moda y diseño que se desarrollan regularmente en la ciudad de Buenos Aires ¿Cuál es la lógica cultural implicada en la realización de estas ferias comerciales, particularmente en su organización temporo-espacial y de qué manera la participación de los productores señalados se inscribe en esta lógica? Comenzaremos entonces por referirnos a ambos eventos para luego describir ciertos aspectos de la intervención de los diseñadores. El *Buenos Aires Fashion Week* (comúnmente llamado *Baf Week*) se lleva a cabo dos veces al año en correspondencia con la presentación de colecciones en las temporadas de primavera/verano y otoño/invierno¹. El *BAF Week* se inscribe, a decir verdad, en un conjunto mayor de eventos –“semanas”– que se realizan igualmente dos veces al año en varias ciudades: París, Nueva York, Berlín, San Pablo, etcétera. En el caso del *BAF Week*, se llevan a cabo desfiles en los cuales un conjunto de diseñadores de vestimenta exhiben sus colecciones frente a un público que incluye periodistas y fotógrafos de publicaciones así como profesionales en relaciones públicas y celebridades especialmente convidadas sentadas en la primera fila frente a la pasarela. Al mismo tiempo y en el centro del predio en el cual se desarrolla la feria, los diseñadores exhiben sus mercancías en pequeños puestos, no mayores a un metro y medio de ancho. A lo largo de la circunferencia del pabellón, se despliegan los “stands” ocupados por los auspiciantes: una marca de automóviles, cosméticos, revista de moda, una línea aérea, etc. Durante la semana durante la cual transcurre el *BAF Week*², se suceden los desfiles realizados por diseñadores que se caracterizan por una puesta en escena que comparte elementos afines a una “performance” artística: la contratación de una orquesta de tango, un dueto de presentadores conocidos en la década de 1980 y un grupo de hombres que se caracterizan por su ejercitada musculatura usualmente llamados “patovicas” desfilando junto a los esmirriados modelos.

En verdad, a fines de la década de 1990 comenzaron a llevarse a cabo en las pasarelas desfiles de moda donde se apelaba a recursos del género teatral (Duggan 2001). Al mismo tiempo, se llevan a cabo rondas de negocios organizadas por una institución gubernamental que convoca compradores extranjeros de prendas de vestir y diseñadores que intervienen en los desfiles y los puestos. La regularidad temporal que caracteriza el mundo de la moda –dividida en temporadas orientadas por el clima– y reglamenta la organización de las “semanas de la moda” se imprime sobre la organización del *BAF Week*. En este sentido, este último se viene llevando a cabo de manera sistemática desde el año 2000 y ni siquiera el cambio de los principales auspiciantes y la entidad organizadora alteró su ritmo bianual. No obstante, es precisamente este cambio el que permite dar cuenta de la importancia que adquieren los auspiciantes y cómo esta relevancia se expresa en la estructura espacial del pabellón. A este respecto, a comienzos del mes de marzo del año 2007 se suspendió una edición del entonces denominado *Fashion Buenos Aires* debido a la ausencia de unos de sus mayores auspiciantes. En la siguiente edición del mismo año, se retomó el evento pero con otro nombre³ y una nueva institución organizadora. Atendiendo a lo señalado, la presencia o ausencia de los patrocinadores determina pues la continuidad de la “semana” que se desarrolla en Buenos Aires. Del mismo modo y respecto a la estructura especial del pabellón, estos patrocinadores “abrazan” los puestos de los diseñadores.

Al igual que sucede en el *BAF Week*, el ascendiente de los auspiciantes se expresa en la feria *Puro Diseño*, aunque de otra forma. Si en uno de los eventos, los patrocinadores circunscriben el pabellón “conteniendo” a los diseñadores; en *Puro Diseño* los primeros se sitúan en determinados hitos del pabellón, aproximadamente cuatro de lo que denomino “plazas”. Desde este emplazamiento, los patrocinadores se encuentran comprendidos por los puestos de los diseñadores. Expresado en otros términos, cabe señalar que son los diseñadores quienes se ven

rodeados por los llamados “sponsors”. Al caminar por la feria, eventualmente el visitante llegará a una de estas “plazas” ocupadas por un patrocinador. A diferencia de la periodicidad bianual del *BAF Week* que se corresponde de hecho con el calendario anual preeminente en el mundo de la moda, *Puro Diseño* constituye un evento que se lleva a cabo una vez al año (en el mismo predio ferial que la “semana de la moda”) en la cual se exhiben vestimenta, mobiliario y objetos de decoración. Los puestos en los cuales se exhiben estas mercancías se reparten en tres sectores diferentes. Durante el transcurso de la feria, se realizan rondas de negocios, charlas y conferencias sobre temáticas variadas ligadas al diseño y principalmente un concurso en el cual se premia a los expositores en categorías varias: joyería, mobiliario y moda. Sumados a estas condecoraciones, se incluyen los rubros de “mejor stand” y “diseñador revelación”. Al ingresar como participante a la feria, el diseñador se incorpora a un certamen donde se ratifica la división entre mercancías impuesta desde el comienzo del evento, con más o menos variantes. La moda se corresponde con la vestimenta mientras que la joyería y el mobiliario constituyen espacios separados. El pabellón, en este sentido, es un espacio en el cual se ratifican “géneros”; esto es, principios de agrupación en virtud de los cuales se clasifican los productores culturales en categorías (Di Maggio 1987). Los puestos de la feria, organizados en forma de rombos en torno a los patrocinadores, corroboran la división en “géneros” (muebles, joyería y prendas de vestir). Esta división se convalida, a su vez, en el otorgamiento de premios a los diseñadores, los productores de objetos incluidos en una clasificación de las mercancías expresada en el espacio. Los calendarios, de acuerdo a Durkheim (1993), expresan los ritmos de la actividad colectiva. Asimismo suponen maneras sociales de dividir el tiempo asegurando la periodicidad de los ritos, las fiestas y ceremonias públicas. En este sentido, la vida social comprende ritmos de actividad desiguales; esto es, momentos de apogeo e hipogeo. En el escenario mundial de la moda, se producen pues momentos de efervescencia manifestados en la realización de eventos públicos. El *BAF Week* constituye uno de estos momentos cuya concreción se asegura por la presencia de auspiciantes como garantes de recursos y sostén financiero. Esta presencia se materializa en la circunferencia de puestos que rodean a los diseñadores, quienes intervienen exhibiendo su producción en pequeños puestos, puestas en escena –algunas de carácter artístico– y encuentros de negocios. En el caso de *Puro Diseño*, los puestos de los diseñadores se ven circundados por los patrocinadores que, como el caso de la otra feria, resultan indispensables fuentes de apoyo económico. Distantiado de la periodicidad bianual que caracteriza la moda, este evento se destaca por su división de los objetos en “géneros” a los cuales pertenecen los expositores cuya

producción -enmarcada en esta clasificación social- será galardonada a través de la organización de los variados concursos celebrados en la feria.

Notas

1. Se denomina “colección” a un conjunto de las prendas que un diseñador considera más representativas de su trabajo y que se organiza por temporadas.
2. Aunque recientemente la semana se redujo a tres o cuatro días.
3. Se trata del nombre actual.

Referencias Bibliográficas

- Dimaggio, P. (1987) “Classification in Art”. En: *American Sociological Review*, Vol 52, Nº 4. August, 440-455.
- Duggan, G. (2001) “The Greatest Show on Earth: A Look at Contemporary Fashion Shows and Their Relationship to Performance Art”. En: *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. Volume 5, Number 3, August, pp. 243-270(28).
- Durkheim, E. (1993) *Las formas elementales de la vida religiosa*. Alianza Editorial. Madrid.

Abstract: Two times a year there realizes the Buenos Aires Fashion Week in which designers of apparel present his collections in “parades” marked by a putting in scene similar to the artistic performances besides exhibiting and to sell his products. On the other hand, once a year there is realized the Fair “Pure Design” in which there exhibit and are bandaged diverse products arranged by kinds, which take part in diverse contests. In both cases, in addition conferences and business rounds are programmed. The cultural logic that governs these events answers to social ways of dividing the time, assuring the periodicity of the rites, holidays and public ceremonies.

Key words: Fashion - Sponsor - Fashion design - Public events - Trade fair.

Resumo: Duas vezes ao ano é realiza a Buenos Aires Fashion Week, onde designers de moda apresentam suas coleções em “desfiles” marcados pela realização de cenas similares às performances artísticas, além da exibição e venda de seus produtos. Por outra parte, uma vez ao ano é realizada a Feira “Puro Design”, em que são exibidos e vendidos diferentes produtos organizados por gêneros, que participam em diferentes concursos. Em ambos os casos, também são programadas palestras e rodadas de negócios. A lógica cultural que rege esses eventos responde a maneiras sociais de dividir o tempo, assegurando a periodicidade dos ritos, festas e cerimônias públicas.

Palavras chave: Moda - Patrocinador - Design de moda - Evento público - Feira.

(*) **Bárbara Guerschman.** Magíster en Antropología Social, IDES, Argentina. Docente investigadora, Universidad de Buenos Aires UBA, Argentina.