

---

**Resumen:** El presente artículo presenta una exploración acerca de la cuestión del arte y la moda. A partir de la presentación de dos casos de “diseño de autor argentino”, se intenta responder a la presunción de incluir o no dentro de lo que se considera arte a las pequeñas colecciones realizadas por creadores argentinos. Para ello, se exponen casos específicos de dos reconocidos referentes: Luz Príncipe y Marcelo Senra. Finalmente, se hace alusión a algunos de los movimientos culturales que han sido emergentes del descontento social debido, entre otros motivos, a las crisis económicas y a los cambios producidos por éstas. Este descontento social se manifestó en todas las áreas del arte. Los artistas pregonaban la belleza del trabajo artesanal por sobre la maquinaria en serie.

**Palabras clave:** Arte - artes y oficios - crisis económica - diseñadores argentinos - moda - movimientos culturales.

[Resúmenes en italiano, inglés y portugués en las páginas 81-82]

---

(\*) Doctora en Ciencias de la Comunicación Social y Licenciada en Publicidad de la Universidad del Salvador. Docente de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación.

## Introducción

La respuesta a la pregunta del porqué ciertas cosas merecen ser denominadas arte no es la cuestión principal que se pretende abordar en este artículo pero es indispensable efectuar una cierta aproximación al tema para emprender el derrotero intelectual que aquí se plantea.

De modo que –como bien propone Umberto Eco (1970)– una persona que pretenda encarar con seriedad el asunto debería efectuar, en una primera instancia, una exploración tanto histórica como sociológica acerca de lo que una época o una cultura conciben como arte, para luego ir al encuentro de una definición que incorpore la evidencia encontrada.

Las recomendaciones del autor italiano permiten enmarcar la cuestión primero en nuestro presente para luego realizar una obligada, aunque breve, mirada hacia atrás.

Pues bien, comprenderá el lector entonces que la intención aquí no es la de elaborar una definición de arte (por otra parte, ya confeccionada con genial maestría por ilustres filósofos e intelectuales), pero sí interrogarse acerca de si las “obras” o las pequeñas colecciones diseñadas

por creadores argentinos del área del diseño de indumentaria de los últimos años pueden o no ser catalogadas como tales. No como “gran arte” –al decir de Eco (1970, p. 226)– pero sí sería admisible considerarlas dentro de su ámbito y razonarlas dentro del contexto histórico y social actual (en este caso, el argentino).

Así pues, con esta mirada se intentará en una primera parte presentar y analizar la vinculación entre moda y arte a nivel teórico para luego efectuar una aproximación desde la praxis.

Con este propósito, al modo de un arqueólogo en la búsqueda de piezas que reconstruyan una época y un lugar, se presentarán dos casos de diseño de autor nacionales que permitan reflexionar acerca del asunto señalado e intentar responder a nuestra pregunta, con el auxilio de los escritos de un experto en estética como Étienne Souriau.

## Una tímida aproximación acerca de la cuestión del Arte

Étienne Souriau (1998) estudioso de estética, plantea varios significados o matices de la palabra “arte” que ayudarán a efectuar el recorrido exploratorio del término (recorrido histórico y/o sociológico aunque breve y veloz) para cumplir con lo expresado al inicio del presente ensayo. Si bien Souriau (1998) propone nueve significados posibles, se tomarán en consideración sólo algunos de ellos.

Se sabe que para los griegos el arte y la técnica eran dos conceptos que comulgaban en perfecta sintonía. Mejor dicho, no existía una distinción: *tèkhne* era una sola cosa. Con el correr del tiempo se comenzaron a diferenciar los significados. Así, *ars* -su equivalente que proviene del latín- tomó algunas de sus acepciones, entre ellas: la habilidad, el talento, el oficio, es decir, la pericia en la utilización de los medios que permiten obtener un resultado valioso, lo cual implica una gran destreza para desarrollar cualquier actividad. El producto final de esa acción realizada con habilidad y perfección puede denominarse «obra de arte» y a su autor, «artista». Este significado, como sostiene Souriau (1998) se multiplicaría en la época moderna bajo la influencia de otra de sus acepciones: el *arte* en el sentido de las *bellas artes*. De esta manera, el éxito le conferiría a la obra ciertas características estéticas y conduciría a “esta perfección en la manera de hacer es una belleza” (Souriau, 1998, p.137).

Otro de los sentidos que aborda en sus escritos es el de la “técnica especializada”, la cual difiere de otras tareas humanas por poseer tres características: la utilización de un método, la posesión de ciertos conocimientos y la realización de trabajos materiales. Este concepto arcaico ha perdurado en algunas expresiones: aún se dice, por ejemplo, “Escuela de Artes y Oficios”.

Como se advirtió al comienzo, no se puede evitar la consulta de la historia para comprender al arte como “conocimiento o disciplina intelectual” (Souriau 1998, p.137). El concepto de “artes liberales” se supone tiene su origen en Isócrates y ha sido documentada por Cicerón (Artes Liberales, en *De Inventione I*, 35). Más tarde, en la Edad Media, se consideraba que eran siete las artes liberales (gramática, retórica, dialéctica, aritmética, geometría, música y astronomía) para ser agrupadas posteriormente, bajo las nociones de *trivium* (las tres primeras) y *quadrivium* (las cuatro últimas). Esta significación de las artes se utiliza en la actualidad sólo como alusión histórica. Sin embargo -según el autor-, se la relaciona también con el término “bellas artes”. La locución “artes liberales” cae en el olvido a partir del siglo XIX y en el siglo XX se dirá “artes” en todos los casos.

El autor alude a Lalande, quien define al arte por su propósito y, por lo tanto, lo separa de la ciencia. Es decir, la primera justificaría su existencia por sus cualidades estéticas, en tanto la técnica por su fin lógico. También considera que lo bello y lo útil pueden convivir y constituir una suerte de «sinergia». Para Soireau “todas las actividades creadoras con una finalidad estética son artes. Además, existen numerosas artes y nada excluye que se puedan inventar otras nuevas” (1998, p. 136).

En el desarrollo de la explicación de su significado, el filósofo francés también presenta una clasificación de las artes según los sentidos, las dimensiones espacio-temporales y su grado de representación.

Otra acepción significativa que señala particularmente el autor es la del “conjunto de preceptos que aseguran la buena calidad de una realización”. En otras palabras, que posee reglas técnicas y al mismo tiempo, buenas prácticas que dan por resultado un producto de valor (no necesariamente un objeto).

Distinta de ellas, la maestría de “reglas y recetas” alude a la destreza natural que posee el artista independientemente de los conocimientos adquiridos. También hace referencia a que “el arte es la actividad que tiende a instaurar cosas destinadas a actuar favorablemente sobre los hombres únicamente por su aspecto” (Souriau, 1998, p. 138).

## Acerca de la cuestión de la moda

Sobre la cuestión de la moda también han escrito numerosos autores, contando sus orígenes, intentando describir el fenómeno y vinculándola con distintas disciplinas y con diversos contextos sociales e históricos. Prueba de ello son los abundantes textos de Spencer (1879), Simmel (1924), Veblen (1899), Morin (1962), Barthes, (1967) y tantos otros.

Las modas existen en el campo del arte desde el momento en que un determinado número de artistas se ponen a trabajar en un género, en un estilo o en un determinado campo, en gran parte porque “lleva” o cuando el público pide y le gusta aquello que “está en la ola” (Souriau, 1998, p. 790).

Según el filósofo francés, la moda pertenece a la esfera de las artes aplicadas ya que tanto el arte de vestir como el de vestirse, pertenecen a una de las tantas inclinaciones estéticas del diario vivir. Para Squicciarino la naturaleza de la moda implica fugacidad e incluye un amplio espectro que va “desde el artístico y literario hasta el de las costumbres, así como el del juego y el del vestido” (Squicciarino, 1990, p. 151).

Sin embargo, desde la vereda de enfrente, otros pensadores como Deyan Sudjic (2009) claman que la moda no es arte. Sostiene fervientemente que ésta se impone como tal en la actualidad “clavando sus garras” tanto en los museos como también en la arquitectura. La acusa de contagiar a otras disciplinas, como el diseño y la fotografía. Si para los puristas –sostiene Sudjic– la moda pertenecía a lo que se denominaba como “arte menor”, en la actualidad no es así, ya que la miscelánea con otros aspectos que la rodean y participan de ella –como el “sexo, el status social y la fama”–, la vuelven explosiva e influyente en las áreas tanto económica como cultural: la moda posee la habilidad de pulsar todos los resortes de la vida contemporánea. Representa

una convergencia entre la alta cultura y el arte popular que le proporciona auténtico poder. Para abordar cuestiones serias, pero también llega a la imaginación popular de una forma que el diseño, definido dentro de los límites más estrechos, tiene motivos para envidia (Sudjic, 2009, p. 125). Hasta aquí se han revisado algunas definiciones y aproximaciones acerca de lo que se entiende por arte y por moda. Ahora se pasará a una observación de campo de dos casos de diseñadores argentinos con el fin de intentar una conclusión aproximada acerca del asunto propuesto.

### **Luz Príncipe: las piezas únicas a partir de la crisis. Aprendiendo con gente de arte y oficios**

Luz Príncipe es una diseñadora argentina que comenzó su actividad como emprendedora independiente bordando ojotas con galones y cintas en el año 1999, impulsada por la crisis y por el magro sueldo que percibía en su trabajo de periodista y locutora en Radio Nacional.

Muy habilidosa con las manos, Luz comenzó con un par de ojotas que usaba ella misma y terminó vendiendo trescientas ese mismo verano. Así, decidió estudiar en el Sindicato del Calzado primero y luego en talleres particulares que le enseñaron el oficio (algunos de descendientes de inmigrantes italianos).

Junto a ellos aprendió el minucioso proceso de fabricación. No se define como “maestra zapatera” sino más bien como una generadora de ideas y combinaciones que luego transmite a las diestras manos de quienes los fabrican bajo su atenta supervisión.

La gente con la que trabaja son artesanos de oficio que siguen una tradición familiar y realizan una labor totalmente artesanal. Admite que no le interesa montar una fábrica, prefiere que los muchos y pequeños procesos que llevan al producto terminado lo hagan las habilidosas manos de los maestros zapateros que fabrican para ella.

Príncipe crea ediciones limitadas y a sus colecciones las piensa como piezas únicas. Tiene en la Argentina siete representantes distribuidos para todo el país. Fabrica no más de treinta modelos y los vende además en su propio *show-room* ubicado en un coqueto departamento de Córdoba y Maipú (en pleno centro de la ciudad de Buenos Aires).

Afirma que las piezas únicas son pensadas de esa manera y llega a ellas mediante la búsqueda de los diversos materiales con los que trabaja. En cierto sentido, éstos también colaboran en el proceso de creación.

Define a sus colecciones de zapatos como “felices”, lo que se manifiesta en la múltiple combinación de vívidos colores. Si fabrica diez, sólo uno es totalmente negro. Ama el rojo por la pasión que transmite y el violeta porque le recuerda a la realeza y también la profundidad del mundo interior.

Cuenta que sus clientas no son mujeres estructuradas. Quienes usan sus zapatos, se transforman. Pudo comprobar “en el hacer” que los zapatos de colores son un viaje de ida y -agrega- que sus colecciones cuentan pequeñas historias de mujeres positivas.

Los zapatos teatrales de Luz Príncipe también suben a los escenarios de Buenos Aires. En una obra de Noel Coward, *Vidas Privadas*, apoyan el relato de una mujer desenfadada (Amanda) protagonizada por la actriz argentina Georgina Barbarossa.

También en *Mujeres en el aire*, la obra teatral de Mariela Asensio que se estrenó en Ciudad Cul-

tural Konex en abril de este año, los tacones de la diseñadora argentina son los co-protagonistas necesarios de la *performance*.

Luz Príncipe tiene una relación muy fuerte con el arte. Para ella la vida es una serie de manifestaciones artísticas continuas: en la oratoria, en la música, en la pintura, en la vestimenta (ya que ésta expresa el estado de ánimo de quien la lleva).

Para la diseñadora, la moda es una rama más del arte, aunque muchos no la consideren como tal. Definitivamente, para Príncipe la moda es una forma de expresión, sobre todo en lo que se refiere a la libertad personal. Piensa que cada manifestación humana, vista en perspectiva, es una obra de arte. Simplemente porque es única...

## Las colecciones

Su colección *Artyshoe* se inspiró en la obra de Andrea Arcuri. Para la presentación, se hizo una muestra en la que se expusieron los cuadros de la artista plástica junto con los zapatos de Luz Príncipe, cuyos colores se relacionaron con las etapas por las que pasó su creación.

Arcuri es una de las pocas argentinas que pinta sedas: un minucioso trabajo de pequeños detalles. Explica que la pintora utiliza una técnica brasilera y que sus lienzos son muy densos tanto visualmente como en su elaboración.

Esa colección de verano de Príncipe calzó a la perfección con los cuadros de su amiga pintora. Eran a la vez zapatos que explotaban de color y muy livianos en su llevar. También, las plataformas de noche, recargadas, oscuras y apenas con un toque de color, armonizaban con lo que Arcuri estaba haciendo en sus lienzos.

*Artyshoe* nació de la inspiración de los materiales que se usan en las artes plásticas: yeso, carbón, pincel, papel, lienzo, etc.

En la colección “*Reales*” las mujeres que posaron para la campaña publicitaria vestían de negro y en sus pies llevaban sus coloridos zapatos. La finalidad era la de resaltar el trabajo de la diseñadora: cada uno de los zapatos era distinto como cada una de las mujeres que posaron para las fotos. Únicos como ellas. “*Reales*” tuvo los apellidos de todas las mujeres que participaron. La colección “*Pop*” recuerda su paso por la radio como locutora en los años 80: los nombres de los zapatos son los de los artistas de ese período: Elton, Madonna, Virus, Cantilo, Jackson y de tantos otros.

La colección que Luz creó para el invierno de 2012 se denomina “*Ballet*” con formas completamente envolventes. Porque la mayoría de las danzas que a Príncipe le gustan, además de la clásica, son las contemporáneas, incluyendo el jazz. Sostiene que lo que captura de ellas es que no hay movimientos cortantes, y esto se deja ver en las formas envolventes y por lo tanto, sus zapatos muestran delicadas morfologías redondeadas. El ballet como manifestación artística, insiste, es muy femenina. Le fascinan los zapatos abotinados, bien masculinos, pero llevados por una mujer.

En sus colecciones, siempre hay una historia que contar, un concepto general que es el de zapatos que no pasan inadvertidos, completamente atemporales (si bien pertenecen a una colección). Y en ello reside su magia: en que siempre están de moda. Los zapatos de Luz Príncipe se caracterizan por tener una elaboración muy trabajosa y mucha mezcla de materiales.

Las líneas de las colecciones son bastante clásicas, pero no la mezcla. Allí reside su sello perso-

nal, el diseño de autor. Cree que la sana convivencia entre lo clásico y lo exótico, es decir, la sana multiplicidad, hace a una armonía mejor llevada.

También cree que el error es parte de la pieza única y que debe quedar allí, como parte de su “aura”. Cuenta que su marca antes se llamaba *AntelaKrisis*, un nombre que habla de supervivencia y de oportunidad. La diseñadora se refiere a la crisis como a una aliada: “-agudiza el ingenio” –dice– “en un país donde cada diez años se cae todo”.

Su marca habla de búsqueda e investigación, incluso después, cuando la llamó con su propio nombre y apellido: “Luz” por lo femenino, por el producto y “Príncipe” por lo masculino, por la fuerza de emprender en un contexto complejo como la Argentina.

Para el futuro Luz piensa en contar historias de mujeres que hicieron historia, investigar que usaban y recrearlo. “Para el invierno”, –dice– y admite que para ella es un desafío porque aborrece el color marrón, pero el color del pasado es el marrón -afirma resignada- y también habla de la nobleza de los materiales con los que trabaja. Pasará a formar parte de su arco iris. Porque lo suyo son los colores, y muchos.

## **Marcelo Senra. Entre el arte, la naturaleza y el oficio**

Las colecciones de Marcelo Senra, un diseñador de modas argentino oriundo de la Provincia de Salta, cuentan la historia de quien tuvo el privilegio de conocer las comunidades aborígenes y de recuperar su cultura a través de sus originales creaciones.

Arquitecto de profesión, Senra relata que su pasión por lo regional nació durante su adolescencia cuando visitaba a parientes en la localidad de Embarcación, situada al norte de la provincia: “la Salta Chaqueña”. A la hora de la siesta, obligada por el clima húmedo y sofocante de las primeras horas de la tarde, el joven Senra tomaba la bicicleta y escapaba a “la loma” que es la parte de la ciudad donde viven los habitantes de la comunidad Wichi. Allí, observaba trabajar a los aborígenes, yendo al monte, cortando el chaguar (una planta típica de la zona) y machacándola con palos o piedras. En silencio, la mirada atenta del muchacho de la ciudad “linda” seguía las manos que ovillaban el hilo producido por la fibra que obtenían y que luego era teñida hábilmente con cortezas de árboles y otros productos del cerro.

La gente de mirada tranquila se sentaba a tejer sus productos en telares de cintura, una actividad que Senra hoy define como verdadero arte. Lo maravillaban la perfección y calidad de los íconos geométricos que parecían surgir mágicamente de las habilidosas manos de los Wichis: los tejidos relataban historias de animales y de figuras del monte pero también de sus costumbres. Sin embargo, algo lo indignaba: ver que esos maravillosos y laboriosos productos eran ofrecidos y comprados en la ciudad por migajas, que esa técnica que es única en el mundo no fuese valorada por gente del propio país lo inquietaba.

Años más tarde, estudió Arquitectura, pero confiesa que siempre le interesó la moda.

En sus inicios como diseñador, utilizó las materias primas argentinas que lo habían deslumbrado en su primera juventud. Además del chaguar, usó otros materiales (semillas, lana de llama, vicuña y oveja, plata, asta, gamuza, cueros, alpaca y barracanes) para trabajarlos e incorporarlos en sus diseños. Recorrió una y otra vez la provincia, investigó el arte indígena que lo había apasionado tanto y rescató lo que la gente no valoraba. Dice que en el '93, cuando todos miraban afuera y las casas de moda imitaban la ropa glamorosa europea (se traían las telas originales de

Armani o Versace, se compraba en las mismas fábricas y hasta se copiaban los modelos) él lo hizo hacia adentro.

Aplicó sus conocimientos de arquitecto al diseño textil. Se autodenomina arquitecto de mujeres y sostiene que el cuerpo -como la casa- tiene sus propias formas y proporciones. Recordó a Le Corbusier y a Miguel Ángel, las proporciones y las formas. Cuenta que desde el mal vestir comenzó a buscarlas. Y también lo hizo desde el arte.

Cuando llegó a Buenos Aires, comenzó a relacionarse con gente del mundo de la moda, -fotógrafos, asesores de imágenes y agencias de modelos-. Recorrió galerías de arte, museos, contempló edificios, casas de moda y tocó muchas puertas. Finalmente consiguió un empleo como asistente de una asesora de imagen.

Continuó tocando puertas y se las abrieron: las de la UBA, (donde se estaba comenzando a conformar la carrera de Diseño e Indumentaria), la del Centro Iberoamericano de Cultura y Arte Español (gracias a una muestra allí obtuvo su primera publicación) y la de la Fundación Banco Patricios, donde presentó una colección de 10 pasadas. Los medios se hicieron eco de su éxito y la revista *Para Ti* lo calificó como la revelación del año.

A partir de ese momento su teléfono no dejó de sonar y de su casa paterna en el barrio porteño de Flores se mudó a un *show room* en Barrio Norte que era de donde provenía la mayor parte de su clientela. Es que Senra jerarquizó esos productos del norte argentino para llevarlos a la moda dándoles un valor de terminación y acabado.

Su objetivo era tener una moda con identidad pero, por sobre todas las cosas, su obsesión era que esa moda autóctona no quedara en el olvido.

Define a su moda como “atemporal” y confiesa que tuvo que educar a la gente para usarla. Es que sus creaciones “rompían el molde” y su éxito lo debía a la presentación de algo diferente.

Trabaja con materiales orgánicos. Explica que en sus creaciones mantiene la esencia del elemento y que la técnica de lo que está “hecho a mano” le da a sus prendas otro valor, bien autóctono. Pero las colecciones de Marcelo Senra también hablan de viajes al exterior. Es que lo primero que él hace al “pensar su moda” es la carta de colores. Busca una temática, la materia prima, y luego diseña. A veces emprende largos viajes a Guatemala, a la India, o a Sudáfrica para buscar textiles. Busca lo genuino, lo auténtico. Para justificarlo, muestra una prenda adornada con capullos de seda dorados que compró a un muchacho de una tribu. También un top de triple organza al que le aplicó, con tanza, conchillas de nácar gigante que encontró en un stand de un país asiático en la Feria del Sol en Buenos Aires. Y que además, su sonido al caminar recuerda inevitablemente al mar.

En los diseños de Marcelo Senra, la arquitectura siempre está presente. Cuenta de un viaje imaginario que realizó a Marruecos a través de las fotografías de un libro: lo inspiró la arquitectura del país africano, los mosaicos, las formas, los colores y la geometría.

## El lujo simple

Para Marcelo Senra el arte es una conjunción de muchas cosas: ganas, estilo y superación. Es una forma de vida. También logra sustancia en cómo se muestran las propias creaciones. Para él, el arte y la moda son inseparables y el lujo es sinónimo de elegancia y simplicidad.

A su moda la define como “lujo simple”. Explica que el “lujo” está dado por los materiales ma-

ravillosos que utiliza. No trabaja con uno fijo, siempre busca algo nuevo, incluso algunos viejos y olvidados. Y “simple”, porque su ropa es funcional. Detesta lo sintético y que la ropa sea para “shows”. Sus prendas tienen que ser utilizables, cómodas. No hace vestidos para sufrir.

En el desfile pone toda “su artillería”, todo lo mejor. Las prendas son elaboradas, muchas veces, con telas que trae de sus viajes por Estambul o por la India .

En su *show-room* se descubren verdaderas piezas de arte: un *petto* todo de cobre o un tapado de *cashmere*, cuero de vaca y flecos de alpaca. Cada una de sus numerosas producciones tiene un toque especial. Es que –dice orgulloso– no escatima en gastos. Marcelo trabaja con modistas que cortan, planchan y vuelven a coser.

Por sus ropas pasan varias “manos”: cuenta que hay prendas que sufren varias intervenciones realizadas por gente del oficio hasta llegar al producto final.

Busca artesanos y no descansa hasta encontrar a la persona adecuada. Es que el diseñador salteño se formó con gente grande, entre ellos con una modista de alta costura de 80 años y con sastres. Así, pudo aprender el arte del oficio: a coser, cortar y tejer y, de este modo, a preparar a la gente que ahora trabaja para él.

Para ejemplificarlo, muestra una cartera hecha a mano y explica: uno hace la moltería, otro corta a mano, otro cose y cuida cada detalle.

Sostiene que el error como manufactura es típicamente artesanal. Si éste forma parte del proyecto y no molesta, lo deja. Porque el chaguar nunca va a ser igual y por lo tanto una pieza nunca va a ser idéntica a la otra. Uno de sus grandes logros fue llevar el chaguar a un vestido, adaptarlo al cuerpo y que quede bien anatómicamente. Y no sólo eso: haberlo presentado en el Colón y elevarlo hasta la alta costura. Al chaguar, Senra lo usa tanto para el verano como para el invierno. Cuando descubrió como cortarlo y coserlo no tuvo límites para él.

Según expresa, en el futuro la moda ética, sustentable y ecológica va a ayudar a reactivar nuestra pequeña mano de obra artesanal y hacer que siga existiendo.

Sostiene que la clave está en recuperar el oficio. Cree que éste va contribuir a la reconstrucción de un país mejor porque el argentino se reinventa continuamente. Entiende que las crisis agudizan el ingenio y que al argentino le cuesta asumir el fracaso. Quizás sea por eso que el diseño tomó fuerza en la Argentina y comenzó a mirarse nuevamente hacia adentro.

Ante la pregunta de porqué piensa que la Argentina está de moda dice que en parte es por su inmigración. “Estamos lejos del mundo –sostiene– pero por acá pasó todo el mundo, sino mirá los edificios de Buenos Aires, las bellas mujeres, nuestra cultura.”

Rodeado de objetos exquisitos Senra confiesa amar el arte. Su atracción por el *Art Nouveau* lo delata cuando lo baja a sus colecciones: en los peinados, en el talle bajo, muy lujoso y simple.

El *Art Nouveau* –cuenta– nace para romper con lo académico y se mete con la naturaleza. Como sus colecciones.

## Algunas conclusiones. Reivindicando a los maestros del oficio

A lo largo de la historia, algunos de los movimientos culturales han sido los emergentes del descontento social debido, entre otros motivos, a las crisis económicas y a los cambios emanados de éstas.

En Inglaterra, el *Aesthetic Movement* cuyo padre fundador fuera John Ruskin se batió por revalorizar a los artesanos y su trabajo creativo frente a la maquinaria de la cultura de masas que la Revolución Industrial amenazaba con borrar de un plumazo. El mismo surgió del denominado *Discontent Movement* nacido en Inglaterra a mediados del siglo XIX.

Pero este descontento social se manifestó en todas las áreas del arte. Los artistas pregonaban la belleza del trabajo artesanal por sobre la maquinaria en serie que amenazaba con destruirla. Así, el panegírico de Ruskin fue la cultura medieval. Más tarde, el Movimiento Prerrafaelista encabezado por Dyce, Madox y luego por Willian Morris, quien junto a Burne Jones –fundadores de *Arts & Crafts* (Artes y Oficios)– plasmaron en su arte el rechazo al capitalismo y un retorno a la naturaleza.

El movimiento fundado por Morris estaba integrado por artesanos artistas que

no querían descalificar a la máquina por completo, al contrario: opinaban que la creación de los modelos y la elección de los materiales en el proceso de la producción industrial debían encomendarse a los artistas, y no veían en ello una devaluación del artista productivo, sino una nueva misión y un nuevo desafío para él (Fahr-Becker, 1996, p. 32).

Entre los trabajos de la empresa que fundó Morris se destacaron los empapelados y los textiles. Sobresalieron los métodos de teñido que utilizaban como así también el estampado a mano dotándolos de una gran calidad artística. La belleza de las formas, los colores, las texturas y la sencillez fueron las características de este movimiento.

Esta mirada obligada hacia atrás se hace necesaria para recordar que no es novedad que las diferentes expresiones artísticas sean el reflejo de su contexto social y económico.

El descontento social que se manifiesta en la actualidad se puede observar en cualquier periódico, mirando la TV o navegando por la web a lo largo y a lo ancho de todo el planeta. Muestra de ello son el movimiento de los autodenominados “Indignados” en España y África, *Occupy* en Wall Street y los *Pingüinos* en Chile.

Se trata de:

manifestaciones que provienen de generaciones marcadas por la frustración y la falta de oportunidades y perspectivas. Por su parte, la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) analiza la situación europea y sus estadísticas no dejan lugar para la duda: España, por caso, trepa hasta el 48% de desempleo juvenil -entre quienes tienen entre 15 y 24 años de edad-. La Unión Europea, que prometía un futuro de prosperidad e integración para los habitantes de los países miembro, es testigo de la ola de protestas juveniles y tiene un desempleo del 22% en ese segmento. ([www.empleos.amia.org.ar](http://www.empleos.amia.org.ar), 2012)

En el mencionado informe se hace referencia a que, si bien en América Latina ha descendido,

la situación en la Argentina aparece como paradigmática, puesto que ubicada en el segundo lugar en el nivel de desocupación juvenil en Latinoamérica con

un 18% –que más que duplica el índice general que está por debajo del 8%–, no ha desarrollado un movimiento juvenil que proteste en forma masiva ([www.empleos.amia.org.ar](http://www.empleos.amia.org.ar), 2012).

Esto –según el informe–, y visto desde una perspectiva que tiene en cuenta la crisis del 2001 acontecida en nuestro país, hace que la situación actual en cuanto al empleo se vislumbre como una tendencia positiva. En este sentido –continúa–

...aunque la OIT y otras organizaciones alerten sobre la falta de protección social en los jóvenes y la preeminencia de trabajos precarios o mal remunerados, en Argentina en los últimos años se han creado miles de puestos de trabajo juveniles que atemperen la posibilidad de protestas o descontentos ([www.empleos.amia.org.ar](http://www.empleos.amia.org.ar), 2012).

La Argentina ha vivido ciclos particularmente caóticos a nivel social y económico en las últimas décadas. La crisis económica del comienzo del siglo XXI ha sacado a la luz la creatividad local de los diseñadores argentinos que ya venían trabajando en las áreas del diseño y de la moda. Evidencia de esta búsqueda de supervivencia por parte de los diseñadores de la moda –enriquecida por cifras y porcentajes– es el testimonio de otros autores que se han publicado en números anteriores de esta misma publicación académica, como es el caso de Laureano Mon en el N° 42. (*Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, septiembre, 2012)

Así las cosas, también los diseñadores y artistas-artesanos están evidenciando en sus trabajos estos hechos socio-económicos. Recuerdan el pensamiento de Souriau (1990) al afirmar que la moda pertenece a la esfera de las artes aplicadas ya que tanto el arte de vestir como el de vestirse, pertenecen a una de las tantas inclinaciones estéticas del diario vivir. Y este diario vivir nuestro es el reflejo de lo que acontece a nuestro alrededor.

El presente artículo ha intentado de algún modo responder a la presunción de incluir o no dentro de lo que se considera arte a las pequeñas colecciones realizadas por diseñadores argentinos. Para ello, se presentaron casos específicos de dos reconocidos diseñadores: Luz Príncipe y Marcelo Senra.

Las colecciones de ambos diseñadores –aunque conceptualmente bien opuestas entre sí– manifiestan la realidad de nuestro presente, ya sea retornando a lo autóctono en sus materiales o diseños (como es el caso de Marcelo Senra) o expresándose de modo más teatral a través de los colores y también de los materiales empleados (Luz Príncipe).

Esta necesidad de dejar la gran producción seriada para mostrar lo propio y en pequeñas series evidencia la exigencia de volver a las fuentes. Ambos diseñadores, reivindican en su hacer el retorno al arte de los artesanos del oficio.

El retorno al empleo de las habilidades de estos últimos nos conduce a la primera de las acepciones expuestas al inicio de este artículo (que comprendía la visión griega acerca de la indivisibilidad de la técnica y el arte) que incluirían la habilidad, el talento y el oficio para desarrollar cualquier actividad, que su producto final sería una obra de arte y su autor podría ser considerado un artista).

En relación a otro de los sentidos abordados en la cuestión y denominada “técnica especializada”, es decir, dentro de lo que se denominaría Escuela de Artes y Oficios, las colecciones de

ambos diseñadores evidencian las tres características requeridas para ser consideradas como arte: la utilización de un método, la posesión de ciertos conocimientos y la realización de trabajos materiales.

Por lo tanto, podría evidenciarse que –al menos en los dos casos aquí analizados– las pequeñas colecciones de moda de estos diseñadores argentinos podrían incluirse dentro de lo que se denominaría arte.

Concluyendo y recordando la específica proposición de Lalande acerca de la sinergia posible entre lo bello y lo útil, y respecto de otra de las acepciones planteadas por Soireau: “todas las actividades creadoras con una finalidad estética son artes” (Soireau, 1998, p. 136) las colecciones de los diseñadores Príncipe y Senra se encuadrarían dentro de ésta, ya que en la esencia de ambas, la estética se plantea como fin último, más allá de la funcionalidad misma de la vestimenta y de sus accesorios.

## Referencias Bibliográficas

- AMIA. (2012). El Servicio de Empleo en enero. Los Jóvenes y el empleo: una mirada desde la Argentina. (77). Recuperado en: <http://www.empleos.amia.org.ar/contenido.asp?IDCONTE NIDO=3711&SelectedButton=&SelectedSubButton=&TIPOC=>
- Eco, U. [1968] (1970). *La definición del Arte. Lo que hoy llamamos arte, ¿ha sido y será siempre arte?* Barcelona: Martínez Roca.
- Fahr-Becker, G. (1996). *El Modernismo*. Barcelona: Köneman.
- Mon, L. (septiembre, 2012). Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina en Perspectivas sobre moda, tendencias, comunicación, consumo, diseño, arte, ciencia y tecnología. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación [Ensayos]*(42). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. pp. 19-34.
- Souriau, È. [1990] (1998). *Diccionario Akal de Estética*. Madrid: Akal.
- Sudjic, D. [2008] (2009). *El lenguaje de las cosas*. Madrid : Turner.
- Squicciarino, N. [1986] (1990). *El vestido habla*. Madrid: Cátedra.

---

**Abstract:** Il presente lavoro si propone di analizzare il tema del rapporto tra arte e moda. Partendo dalla presentazione di due casi di design d'autore argentino, si tenta di dare una risposta alla questione se sia corretto includere nell'ambito cosiddetto artistico anche le piccole collezioni realizzate dai designers argentini. Per questo motivo vengono presi in considerazione i lavori di due riconosciuti protagonisti del settore: Luz Príncipe e Marcelo Senra. In chiusura di articolo si fa cenno a quei movimenti culturali nati dallo scontento sociale, provocato tra l'altro dalle crisi economiche, e ai profondi mutamenti che queste crisi hanno prodotto. Tale scontento sociale si è manifestato in tutti gli ambiti artistici. Gli artisti esaltavano la bellezza delle opere artigianali rispetto alla serialità del lavoro industriale.

**Parole chiave:** arte - arte e artigianato - crisi economica - designer argentini - moda - movimenti culturali.

**Summary:** This paper presents an exploration about the issue of art and fashion. From the report of two cases of argentine author design it attempts to answer the presumption of whether or not to include what is considered art to small collections made by argentine artists. To do this, the specific cases of two well-known designers -Luz Príncipe and Marcelo Senra- are presented. Finally, the article refers to some of the cultural movements that emerged from social unrest due to, among other reasons, economic crises and changes produced by them. This discontent was manifested in all areas of art. The artists proclaimed the beauty of craftsmanship over machinery in series.

**Keywords:** argentine designers - art - arts and crafts - cultural movements - economic crisis - fashion.

**Resumo:** O artigo apresenta uma exploração sobre a questão da arte e a moda. A partir da apresentação de dois casos de “design de autor argentino”, se procura responder à presunção de incluir ou não dentro do que se considera arte às pequenas coleções feitas por criadores argentinos. Para isso, se expõem casos específicos de dois reconhecidos referentes: Luz Príncipe e Marcelo Senra. Finalmente, se faz alusão a alguns dos movimentos culturais que não são emergentes do descontento social devido, entre outros motivos, às crises econômicas e aos câmbios produzidos por estas. Este descontento social se manifestou em todas as áreas da arte. Os artistas pregoavam a beleza do trabalho artesanal por sobre a maquinaria em série.

**Palavras chave:** arte - artes e ofícios - crise econômica - designers argentinos - moda - movimentos culturais.

---