

Baño, De Loof y Romero, tres revolucionarios de la moda y el arte en Buenos Aires

Victoria Lescano *

Resumen: Andrés Baño, Sergio De Loof y Kelo Romero representan tres casos de artistas-diseñadores e íconos de la Primera Bienal de Arte Joven, el movimiento de moda que en marzo de 1989 ofició de correlato estético y manifiesto luego del retorno a la democracia. Aquí un recorrido por sus obras y sus *happenings* más recientes.

Palabras clave: artistas - diseñadores - *happenings* - obras - Primera Bienal de Arte Joven.

[Resúmenes en italiano, inglés y portugués en la página 108]

(*) Periodista especializada en moda. Es columnista del suplemento “Las 12” del diario Página 12, colabora con diversas publicaciones y realiza consultorías tanto para firmas de la industria como para pasarelas abocadas al diseño independiente.

En la persiana verde que cobija el atelier de Andrés Baño¹ –contiguo a un barroco puesto de flores– se advierte: “Estudio Baño, pedir cita”. Pasando el portón, un camastro con almohadones de percales oficia de recibidor y de *lounge* de esa diminuta y encantadora tienda de Barrio Norte. La locación que antaño fuese una casa de arreglos de ropa de dos hermanas gemelas y modistas conserva los caireles originales aunque su interiorismo fue restaurado “con la ayuda de un amigo cartonero”. Allí, de modo deliberadamente caótico se exhiben libros variados: de *El Manifiesto Cantíbal* de Oswald de Andrade a una enciclopedia referida a “Clanes y Tartanes”, un libro sobre “Accidentes en las rutas de Brasil”, señalado en el capítulo referido a la cantante Maysa Matarazzo, porque según afirma A. B, fue la banda sonora de su concepción, “en un primer piso de Lanús, encima de la curtiembre *Águila Blanca* (la empresa de su abuelo polaco). Sin duda, ya en la adolescencia y en la adultez, el taller familiar *Águila Blanca* le abasteció de materias primas para sus primeros experimentos en moda y el estilo *leather* que eligió para pasarelas de la Primera Bienal de Arte Joven. En el verano 2012, su regreso a la pasarela local desde el Ciclo “Buenos Aires Runway,” realizado en el Centro Metropolitano de Diseño y (luego de ser el invitado internacional de *Dragao Fashion Week* entre 2008 y 2010) tuvo los fundamentos de una colección *Resort*; además de indagar en la estética *leather* y lo ecuestre, ahonda en tipologías para coctéles en algún parador, *sarongs*, túnicas y vestidos de seda *see trough*, adornados con reciclados de encaje y un manifiesto sobre modos de uso de cadenas, de lazos y de abalorios para cruceros por el Mercosur. Así como su madre Ana Dynkowski trabajó junto a él –ella acostumbra coser a mano y enlaza las cadenas que suelen conformar la línea de acceso-

rios, una de sus hermanas fue la modelo y musa de las colecciones debut, de ahí que las figuras femeninas son fundamentales en las tramas de Baño.

A.B: La idea fue recorrer mis clásicos con el aporte de una década de trabajar bajo perfil en producto comercial. Cada pieza está caracterizada por la variedad de materiales, será una colección-muestra estable en mi estudio para luego realizar mediante encargos a medida.

Indagar en la diversidad sexual fue uno de sus *leit motivs* en pasarelas de sus inicios en la moda, mucho antes de que se acuñaran las expresiones trans y las discusiones sobre género. Pero el focus para provocar del diseñador se modificó: “intenté recrear un jardín secreto con un *soundtrack* liberador para mi arengue de liberación sexual; considero que las nuevas mujeres necesitan reafirmar su nueva posición postfeminista de objetos sexuales y enfatizar la sexualidad de la madurez sin lucir aniñadas”.

Advertencia para los seguidores de la moda, en el taller del diseñador y artista no hay lugares comunes tan afines al discurso de la industria.

A.B: Acá no hay solemnidad, ni lenguaje amanerado. La antropofagia imperial moderna es digerida y expulsada en recreaciones de piezas. Les pregunto a mis clientas: ¿Qué lees? ¿Querés ser corporativamente sexy? Considero que las últimas tendencias se cortan en pedacitos y aparecen en un Klimt o en una foto de Newton.

Baño venera las siluetas voluptuosas y, por regla general, traza vestiduras que exaltan curvas:

A.B: Durante años dije que el estereotipo de esposa del *surfer* era mi musa inspiradora y luego me llevé la sorpresa de que Pamela Anderson se comprara muchos de mis vestidos durante sus visitas a Buenos Aires, y que los usara para ir a fiestas en Los Angeles.

Narra quien desde 2001 trabaja en su propio atelier de diseño (luego de experiencias como vestuarista en los '90 y de haber residido en New York, donde trabajó tanto en una tienda especializada en ropa de cuero como en un atelier de ropa para novias) y desde 2003 lleva adelante la marca ANDRÉS B. ATELIER. A modo de crítica sobre el *modus operandi* entre las nuevas generaciones de diseñadores, sentencia:

A.B: Basta de diseñadores que no cosen, considero que el diseño de indumentaria es un oficio y no una carrera. A mis ayudantes discotequeros y jóvenes a los que enseñé el oficio, les digo que primero se compren una máquina de coser, varios metros de papel madera para moldes y un maniquí.

Sergio De Loof, el artista Rococó ²

¡Faltan los puños!, exclama Blanca, la madre de Sergio De Loof, figura omnipresente en los desfiles, realizados tanto en la calle México y las inmediaciones de su mítico bar y atelier experimental de moda y modismos llamado “Bar Bolivia” y para sacar a relucir sus atuendos rococó hechos con papeles dorados a la hoja, rescates del Ejército de Salvación y recortes de revistas de moda y harapos.

El documental de Miguel Mitlag, *Una historia del Trash Rococó*, que se presentó en Bafici –el Festival de Cine de Buenos Aires, temporada 2010– toma su título de una enunciación del diseñador acerca de su estilo y refleja el universo y los artilugios predicados por De Loof fechados en las temporadas 1997 y 1998.

Mitlag, quien por entonces era estudiante de cine en la FUC (Fundación Universidad del Cine), es además un referente de la generación de artistas de mediados de 2000 agrupados en la Beca Kuitca y logró estrenar el film a diez años de su realización. Recuerdo haber escuchado a De Loof afirmar en algún cóctel “Hay unos chicos que me siguen con cámaras por todos lados, me filman todo el tiempo. No sé qué van a hacer con ello”.

Zoom a una casa PH de Remedios de Escalada –vestido con remera celeste al tono de la carpintería metálica y voz de galán de antaño Sergio da la bienvenida a las cámaras. El relato visual admite paneos por una puesta en página del mapa de sus lugares de rigor –de la primera redacción de la revista *Wipe* (la guía de Buenos Aires de la que fuera uno de los socios fundadores) situada en la calle Tucumán al clásico bar “La Giralda”. “Nunca paso de Pacífico ni voy a zona norte”, dirá De Loof acerca de su hoja de ruta.

Hay un tono infantil, idealista, pero también imperativo aplicado a situaciones desopilantes: “Te puse de jurado sin preguntarte y tenés que venir a votar un día de septiembre en el concurso, todavía no sé ni cuál será el premio ni el lugar”, dice el retratado a alguien al teléfono, vestido de *dandy* y también de jardinero, cual si estuviera convocando a una gran gala benéfica que va a cambiar el curso del mundo.

La gala en cuestión era un concurso de ikebana.!! El *film* puso énfasis en la importancia de sus pizarrones o papeles escritos con tinta china –algunos fueron tema de la primera o segunda muestra de la galería Belleza y Felicidad (y en 2002 llegaron al libro *Panadería y Confitería La Moderna*). También hizo a enunciaciones sobre el *Café París*, un bistró *cheap and chic*, cuya carta se inspiró en los postulados de la Revolución Francesa.

Interrogado acerca de la moda, De Loof ahonda en su gusto por la Provence, la exaltación de la naturaleza, la influencia de los impresionistas, las variedades de verde y la etiqueta de cigarrillos 43/70, que serían disparadores de una colección llamada “Laguna”, con la cual anhelaba lanzar una marca, cerrar su partido de diseño y, por sobre todas las cosas, coser por vez primera un logo con la letra S de su inicial devenida del signo pesos. La cámara y los protagonistas se deslizaron a Miramar, la Ciudad de los Niños, un sitio que significa para De Loof lo que Deauville o Biarritz fueron para creadoras como Chanel o Vionnet. Si bien él no hacía ropa para sus clientas ricas en la playa –aunque existió un proyecto llamado “Modisto a domicilio” con bocetos ideados por el genial pintor Nahuel Vecino–, para Sergio es su lugar de descanso elegante. Aunque la trama gira alrededor de la neurótica relación con el dinero que tiene todo artista sin

marchand, es conocido que la riqueza de su obra está en la pobreza y la escasez de recursos, un tema muy en boga con el recesionalismo actual.

El *film* de Mitlag esboza un perfil nada nostálgico y usa recursos narrativos, austeros y modernos en su lenguaje y que documentan tanto los bares como los clubes regenteados por el artista y diseñador que en la escena de fines de 1980 a mediados de 1990 –con intermitencias y cimentados en un interiorismo *povera* y *chic*– oficiaron de pequeños centros culturales absolutamente *avant garde*.

De la secuencia de “diapos” que se proyectan en la remera color cielo del protagonista, que exhibe a Sir James en el club *El Dorado*, a un modelo del club *Caniche*, escenas de trabajo junto a Beto Botta en el club *Ave Porco*, registros de tipografías de la ciudad, la estética de los suburbios y culmina con una hoguera con kerosene en un jardín hecha con tal ímpetu que pareciera que el fuego sale de la pantalla y nos quema o que el artista roció está a punto de inmolarse, (fogata campestre mediante y luego de hacer tocados con un plumero).

Lejos de los enunciados del documental y en una entrevista concedida para el *Diario Página 12*, suplemento Las 12, fechada en 1998, y en ocasión de un desfile celebratorio de los estilos de la actriz Niní Marshall, Sergio De Loof se remitió a sus comienzos en la moda y a sus influencias.

V. L: ¿Cuál fue su escuela de Moda?

S. D. L: Crecí en un chalet de Lomas de Zamora, abandoné la secundaria en tercer año y repetí tres veces el primer año de Bellas Artes. Considero que me formé viendo películas de Bergman, de Fassbinder y de Liliana Cavani en la Cinemateca y en la Sala Lugones de Buenos Aires y con grandes dificultades para encontrar mi lugar de pertenencia: para los habitués de la calle Corrientes era gay, y para los de la avenida Santa Fe, un hippie. Pero fue en el Cotelengo Don Orione donde hice mi maestría, porque ahí uno puede ir sin ideas y, por alguna misteriosa razón, el lugar te las aporta. Allí aprendí de telas y de estilos de muebles. Fui por primera vez para vestir a los protagonistas de mi cortometraje, *El Cairo, el final del desierto* y desde entonces voy varias veces por semana, muy temprano en la mañana.

V. L: Considera que el estilo de la pobreza que usted pregona hace años ha ingresado al discurso del *mainstream* de la moda?

S. D. L: En el bar “La Giralda”, mi gran referente de tendencias, siempre vi gente que es naturalmente muy *fashion*. Considero que son los defensores de la cultura latinoamericana, quienes toman mate de verdad, los que llevan lana y tierra en el cuerpo, y esos aditivos hacen a la belleza más real. Por regla general sigo las tendencias con mucha atención, para luego hacer una crítica, ya sea con ropas o con cuadros. ¿Viste que desde hace tres años la moda instauró un disfraz de la bohemia?

Romero, “el modisto insurgente”³

Cuando en 2004, el “Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires” (Malba) me convocó para idear una muestra que celebrase los cruces de moda y arte, surgió el proyecto curatorial “*Estilos latinoamericanos, las lecturas arbitrarias en las tramas de Hollywood*”. Y allí, en el diálogo en pasarelas que representaron la experta en estética folk Araceli Pourcel, el brasileño Alexander Herchcovitch –quien participó con una retrospectiva de sus colecciones– Kelo Romero, autoproclamado “Modisto insurgente”, cautivó con la colección “Marea de actitudes, una revolución psicológica”.

Tanto en su proclama de una revolución en la moda y el fin de las tendencias ante las cámaras del *Ftv latino* desde el *backstage* improvisado en el auditorio del museo, minutos antes del desfile iluminado con luces color carmín por el experto en puestas Sergio Lacroix, como durante el recitado de versos propios ornamentado con una túnica roja al tono de la puesta de luces y que le confería un aire principesco y espectral, el ensayo sobre la vestimenta que Kelo Romero hizo en Malba en la primera semana de diciembre de 2004 recordó los diálogos entre la moda y la muerte de Giacomo Leopardi, los textos más agudos sobre la caducidad. Romerito el exquisito –como lo llamaban sus amigos– coleccionista de sombreros, músico y poeta (Villa Ballester 1962) estaba por entonces muy enfermo y murió en febrero de 2006 en Buenos Aires.

Las señas particulares de *Marea de actitudes, una revolución psicológica* –así se llamó la colección que el diseñador presentó con la coartada de reinterpretar las miradas de Hollywood sobre estilos latinoamericanos– remitió a remixes de pantalones de estilo hiphopero con camisas rescatadas de tiendas vintage (a los que suelen adherir el crisol de habitantes del Bronx), atuendos para divinidades afrocubanas, trajes de campesinos centroamericanos (que establecían competencias de elegancia en el uso de sombreros de paja), todos lucidos por modelos sin maquillaje ni peinados que rompieron con los cánones del *casting* y el estilismo. El *argot* de diseño de Romero se centró en investigaciones sobre morfologías de denim y tricots, la crudeza de las hilachas y los remiendos, técnicas que él enalteció tanto como Vionnet y Grés lo hicieran con el recurso del corte al bias: por eso, en el vestíbulo de las salas de arte contemporáneo devenidas pasarela emergieron en vestidos para hombre con variaciones de amarillos y verdes –confeccionados en telas de mantel–, y también en los democráticos paños blancos convertidos en galas de alta costura femenina. También se vieron túnicas de jean con cinturones de gaucho y otras con puños y cuellos de morley, recursos de la sastrería deportiva actualmente tan en boga en los percheros de tiendas del mainstream. Mientras que para los conocedores de los estilos surgidos en pasarelas locales de comienzos de los noventa, significó la sublimación de una estética y la recuperación de los preceptos de moda surgidos de la *Primera Bienal de Arte Joven* –cuando un grupo de diseñadores celebraron la democracia con estéticas alejadas de los clichés de producto y los imperativos comerciales–, los principiantes –muchos consagrados diseñadores del movimiento de autor– manifestaron su asombro ante la elegancia y excelsa realización implícita en esa aparente crudeza. El diseñador que prefiere la denominación “Romero, modisto insurgente” –antes que el “Kelo Romero” de antaño– dijo:

K. R: Mis realizaciones exceden el mensaje de la tela, me aproximo a la moda desde el punto del vista del hombre, hago una crítica de esa tiranía que obliga a que la ropa tome una determinada forma y que todos hagan lo mismo en una determinada gama de colores. Suelo decir que la ropa es un mártir, la gente la usa para protegerse y armar la máscara de la personalidad para ingresar a grupos de pertenencia.

Mi primera aproximación a los *looks* raras avis de Romero fueron los atuendos que él mismo sacaba a relucir cuando lideraba una extraña banda llamada “El corazón de Tito”, desde la cual remixó cumbias y poesía con bases electrónicas, y desde donde hizo sus primeras investigaciones y críticas estéticas.

Eso fue apenas antes de sumarse al movimiento de moda que organizó *happenings* en el Museo de Arte Moderno bajo el nombre de “Genios Pobres”, improvisar parodias de Casa Foa –imposible no mencionar la muestra “Casa F.E.A”, que lo tuvo como participante en el Centro Cultural Recoleta y donde muchas de las prendas, frazadas y *tricots* raídos, junto a muebles de cartón, se prendieron fuego accidentalmente–. Eso fue antes de decidir marcharse a Nueva York –la ciudad donde residió entre 1993 y 2003– junto a los diseñadores Gabriel Grippo y Gaby Bunader, y hacer moda antropológica con la etiqueta *I Think South*. Así como en 2003 mostró en Proa su vestido de reciclajes en tributo al cacerolazo, luego las pasarelas del verano en la *Ciudad Konex* lo tuvieron como invitado. Durante la conversación posterior al desfile y en su hogar de Almagro, Romero sacó a relucir sus dones de sibarita y –tal como transforma ropas anónimas en atavíos exquisitos– convierte un jugo de frutas, un té negro o un plato de *falafel* en dispositivos de banquete. Exhibió decenas de *canvas*, desde sus primeros homenajes a Andy Warhol hasta las más recientes pinturas desarrolladas en el Bronx; recitó fragmentos de sus poesías, los versos en lunfardo o *slang* latino con los que desde su agrupación *Kabildo del Arte*, fue invitado a participar de shows multidisciplinarios en el *Newyorican’s Poet café* y en el auditorio de la Universidad de Nueva York .

V. L: ¿Cómo cambió tu mirada sobre la moda durante los años que viviste en Nueva York?

K. R: Siempre me acerqué a la moda como una lucha por el amor, la libertad y la poesía, ese mensaje continúa pero la vida me llevó a entender la moda de manera más profunda. En Nueva York, con frecuencia me iba a contemplar la colección de trajes del Museo de Ciencias Naturales, que reúne todas las razas, con sus vestidos. Ahí empecé a comprender las asociaciones entre las guardas, los tejidos, las estructuras arquitectónicas y las ropas, vi que las túnicas tejidas de los sacerdotes de Taguanaco son iguales a los tibetanos, por ejemplo. Mis ojos se disparaban hacia las bijouteries, los tejidos, los colores, la vivacidad de la puesta en escena de esos grandes vestidos y empecé a hacer mezclas con toda esa información. Llevo a mis diseños las mezclas que vi en ese lapso: cuan-

do llegué al Bronx había africanos, dominicanos, portorriqueños, y el último tiempo habían llegado muchas mujeres del Altiplano, porque, en realidad, son las migraciones que provoca el poder económico.

V. L: ¿ Cuáles fueron los ejes mediante los que en Marea de actitudes propusiste una revolución desde la moda?

K. R: Decidí no usar íconos específicos (como el Che, que había usado en vestidos anteriores) porque abordé esta colección como una revolución psicológica donde tienen que desaparecer los íconos, los prejuicios y por sobre todas las cosas el miedo. En conceptos de ropas, están las fajas de gaucho con los *coats* urbano en *denim*, lo afro caribeño o lo cubano y una revalorización del *look* de campesino, la camisa blanca amplia, el suéter escote en v, los sacos antiguos y los sombreros de paja. Si bien a mí los sombreros me apasionan desde niño y en Nueva York me di el gusto de ponerme los sombreros más grandes pese a que en el *subway* me miraran raro, me inspiró mucho para su incorporación un libro de fotografías sobre revolucionarios centroamericanos, y principalmente una foto que muestra una reunión dominical de hombres y en la que sólo se ve una masa de sombreros de paja. Mi incorporación de lo deportivo mezcla la iconografía de *Adidas* con la sastrería, dos mundos que –considero– están muy presentes en escenas cotidianas de países de Medio Oriente y también de América Latina. Pero, por otro lado, como estaba la consigna de citar la mirada hollywoodense, no pude evitar pensar en esa actitud hacia el *freak* latinoamericano. De haberse proyectado películas en mi desfile imaginé la vida de Sandino, un hombre elegantísimo o “Viva Zapata”.

V. L: ¿Y los cruces entre los cuadros y los diseños de atavíos ?

K. R: Considero que mi moda y mis cuadros están muy conectados. Si bien lo primero que pinté fue un parodia de la sopa Campbell llamada *Latin Flavor*, en los siguientes apareció la bandera argentina con el *smile* a modo de sol, la de Nicaragua con el rostro de Sandino. Así como en un cuadro reproduce la escena del crimen de un joven africano al que por error mataron a cuatro cuadras de mi casa y que divulgó el *New York Times*, en mi pintura apareció el alcalde Rudolph Giuliani prendiéndose fuego y a Frida Kahlo como la balanza de la justicia; pero para mi último desfile tomé una imagen de piquetero con remera *Adidas* que vi en un noticiero de Buenos Aires. Como mis cuadros, mis diseños también hacen denuncias. Mi estilo consiste en reciclar prendas de modo absolutamente salvaje, luego tomo las perlas de la tradición y lo combino con lo urbano.

Notas

1. Corresponde a entrevista realizada por la autora en 2012, en el contexto de la pasarela Buenos Aires Runway, alto verano.
2. Pertenecen a entrevistas realizadas por la autora en 2008 y en 1999 –ambas fueron publicadas en el diario *Página 12*, suplemento Las 12.
3. Entrevista realizada por la autora en el contexto de Malba Moda Estilos latinoamericanos, diciembre 2004. Algunos fragmentos fueron publicados en el diario *Página 12*, suplemento Las 12.

Abstract: Andrés Baño, Sergio De Loof y Kelo Romero rappresentano tre casi di artisti-designers, icone della 'Prima Biennale di Arte Giovane', il movimento che a marzo del 1989, dopo il ritorno alla democrazia, rappresentò il manifesto di un correlato estetico tra moda ed arte. Ecco una panoramica delle loro opere e delle loro performances più recenti.

Parole chiave: artisti - designers - *happenings* - opere - Prima Biennale di Arte Giovane.

Summary: The artists and designers Andrés Baño, Sergio De Loof and Kelo Romero were icons of the First Biennial of Young Art, a fashion movement that in March 1989 acted as a correlate aesthetic manifesto after the return to democracy. Here a tour of his works and his latest happenings.

Keywords: artists - artworks - designers - First Biennial of Young Art - happenings.

Resumo: Andrés Baño, Sergio De Loof y Kelo Romero representam três casos de artistas – designers e ícones de correlato estético e manifesto depois do retorno à democracia. Aqui um percurso por suas obras e seus happenings mais recentes.

Palavras chave: artistas - designers - *happenings* - obras - Primeira Bienal de Arte Jovem.
