

Para hablar de mí. La apropiación que el arte hace de la moda para abordar el problema de la identidad de género

Valeria Stefanini Zavallo *

Resumen: Las artes plásticas contemporáneas recurren repetidamente a una estrategia de apropiación de elementos y estéticas propias del mundo de la moda y belleza para trabajar problemáticas referidas a la identidad.

En la Argentina podemos investigar la obra de diversos autores, Nicola Costantino con sus trabajos performáticos, videos, su serie de peletería humana, los vestidos habitados de Fabiana Barreda y sus trabajos en colaboración con diseñadores locales, o las intervenciones urbanas y espaciales de un movimiento como Colectiva Mujeres Públicas. Todas estas experiencias nos dan cuenta de distintas estrategias por medio de las cuales las artes plásticas hacen uso de las producciones de la industria de la moda y de sus modos de exhibición para hablar de la mujer, su cuerpo, sus roles, sus deseos, su lugar en la sociedad contemporánea, y sus estrategias de realización.

Palabras claves: arte - belleza - el cuerpo - la pose - Moda.

[Resúmenes en italiano, inglés y portugués en la página 122]

(*) Licenciada en Historia y Teoría del Arte por la Universidad de Chile. Licenciada en Artes (UBA). Posgrado en Gestión y Administración Cultural en Artes Visuales por la Universidad de Chile. Profesora en la Universidad de Palermo y en la Escuela Argentina de Fotografía (EAF).

Para empezar a hablar del tema

La relación entre arte y moda si bien es reciente no es nueva en nuestro país. Los movimientos locales vinculados al arte más vanguardista nos fueron acostumbrando al cruce entre distintas disciplinas con el fin de ampliar (o romper) el tradicional y decimonónico concepto de “bellas artes”. Con este fin, las técnicas, los materiales, los temas y los dispositivos sufrieron mutaciones antes impensadas y como en la creación de un bestiario medieval surgieron las participaciones. La pintura, el diseño, la escultura, los medios de comunicación, la moda, la fotografía, el diseño de interiores, la música, el teatro, las ambientaciones, la ciencia y la técnica; las estrategias de cooperación fueron infinitas y todo pudo mezclarse y aparearse con todo y cada unión gestó productos, obras y situaciones que son los antecedentes de los actuales trabajos que forman el corpus de esta investigación.

En este trabajo nos proponemos rastrear algunas de las vinculaciones entre moda y arte en la obra de artistas contemporáneos argentinos. El material existente es inmenso, y el abordaje se centrará en un grupo de obras que elabora conceptos sobre la identidad femenina, tendientes a trabajar problemáticas de género.

Los artistas seleccionados para el análisis son Nicola Costantino, trabajos en colaboración y muestras presentadas por artistas como Fabiana Barreda, Carolina Antoniadis y el *Colectiva Mujeres Públicas*. Las obras de estas artistas (y sus vínculos con otras obras y otros artistas nacionales y extranjeros) nos permiten establecer una división en grupos teniendo como eje el tratamiento de problemáticas de género, y su concepción de la relación existente entre la moda y la conformación de determinadas notas del estereotipo femenino. En los casos analizados encontramos que hay, en todas las obras y acciones, una profunda reflexión acerca del concepto de moda y cuál es su incidencia en la mujer contemporánea, cómo modifica sus roles, su visibilidad social, cuál es el uso del cuerpo femenino, etc.

Creemos que todas estas interpretaciones, tan variadas entre sí, que surgen desde el arte nos pueden servir para comprender un poco mejor el vínculo que existe en nuestra sociedad entre las diversas estrategias de exhibición de los productos creados por la industria de la moda y la belleza, su consumo y la construcción de una imagen femenina, que se establece con una identidad similar a la del propio objeto de moda.

Entre todos estos artistas hay situaciones comunes, algunos han expuesto juntos, otros no, algunos manejan lenguajes con vinculaciones, otros no. Quizás, de todos el que más se aleja y se separa es el *Colectiva Pública de Mujeres*, que ya por su modo de trabajo grupal y sus intervenciones, y su concepción particular del vínculo moda - mujer representan una arista bien definida y que responde a otros contactos y otros abordajes. La riqueza de las diferencias que percibimos y que vamos a desarrollar es lo que motiva este escrito.

Para los usos específicos de este trabajo cuando hablamos de la relación que existe entre el arte y la moda, nos estamos refiriendo al vínculo que se establece en los productos u objetos que circulan a través del circuito artístico y con sus códigos. Utilizaremos el concepto de *moda* de forma muy abarcativa, en un modo mucho más amplio que su específica definición, ya que nos resulta útil por su poder de síntesis y su capacidad de representación visual. *Moda* serán, obviamente, los productos de diseño de indumentaria y accesorios, pero también los productos y creaciones vinculadas con el mundo de la belleza, su modo de exhibición, difusión y comunicación, las publicidades y las producciones de las revistas. Esto significa que estaremos hablando de una gran multiplicidad de piezas, como zapatos, vestidos, accesorios, peinados, maquillajes, producciones, fotografías, desfiles, instalaciones, afiches, ya que éstos son los objetos problematizados por nuestro *corpus* de artistas.

Martín Harrison (1987) cuando pensaba en las categorías sobre las que trabaja específicamente la fotografía en la revista Vogue, incorpora el concepto de *Beauty Photography*, fotografías de belleza, un concepto mucho más abarcativo que el de fotografías de moda y que sirve para definir las múltiples fotos que podemos encontrar dentro de una revista de moda. Esta definición, que facilita el acercamiento a la comprensión de las fotografías vinculadas a las revistas de moda, nos permite empezar a pensar que el área de creación en la que se gestan los productos que interesan para este trabajo es mucho más amplia que el diseño de indumentaria en sí.

Paralelamente “moda” es mucho más que el universo de productos que se realizan, muestran e intercambian en torno o relación a ella. Hablar de moda nos conduce a hablar del cuerpo, de

la pose y de las relaciones que se establecen entre los cuerpos y las poses. Hablar de moda nos lleva a una concepción del espacio y del tiempo social que se definen y se muestran en torno al uso del vestido, y de todo lo que éste comunica. Andrea Saltzman trabaja todas las posibilidades de análisis que nos da la moda,

El vestido es hábito y costumbre: es el primer espacio –la forma más inmediata– que se habita, y es el factor que condiciona más directamente al cuerpo en la postura, la gestualidad y la comunicación e interpretación de las sensaciones y el movimiento (Saltzman, 2009, p. 9).

El vestido regula los modos de vinculación entre el cuerpo y el entorno, media entre cuerpo y contexto, entre lo público y lo privado.

Estos modos de concebir la prenda, el diseño y la moda generan un aspecto interesante que se pone de manifiesto con la relación que se ha establecido entre el mundo de la moda y el arte: los campos de estudio. La moda y las relaciones que se establecen entre el cuerpo, el vestido, la subjetividad, los roles sociales, la industria de la belleza, etc. han sido muy estudiadas desde el campo de la sociología pero no así desde la teoría del arte o desde la estética. El vestido se estudia como condicionamiento del que lo porta y de sus acciones sociales, y en este caso los artistas con sus distintas apropiaciones del mundo de la moda señalan que este objeto de estudio es apto para más disciplinas que la sociología.

Había una vez...

Existe un vínculo entre el arte y la moda que en la Argentina puede rastrearse a partir de los años '60, momento en que el *pop* desembarcó en Buenos Aires y muchos artistas jóvenes trabajaron y expusieron en el Instituto Torcuato Di Tella (ITDT). Este fue un espacio institucional que los cobijó y nucleó durante los breves años de su existencia hasta su cierre en 1970. Este período sentó las bases para un trabajo en colaboración, donde el arte se involucra en el diseño, las obras de arte se equiparan a los objetos, y los materiales se usan sin distinción ni especificidad aparente.

Si bien este trabajo aborda la producción contemporánea aparecida en estos últimos años, no puede obviarse la profunda deuda que la moda y el arte tienen con estos artistas, y con el Instituto Di Tella.

Un referente inmediato es Delia Cancela que, sola o en dupla con Pablo Mesejean, empezó a trabajar los vínculos entre la moda y el arte cuando nuestra sociedad todavía no sabía de estas miradas transversales. El diseño se transformó en un objeto artístico por un acto de voluntad del artista al darle esa denominación y situarlo en el contexto del Instituto que se erigió como el lugar desde el cual provenía el aval y apoyo de toda creación nueva.

Cancela - Mesejean trabajaban tanto para una producción de la revista *Vogue* o *Harper's Bazaar*, para su marca de indumentaria que funcionó hasta los años '80, en vestuario de teatro y espectáculos o para las instalaciones que generaban en el Instituto Di Tella.

La instalación del año 1964, *Love and Life* en la que se unían pintura, música, *performance* y un profundo trabajo de escenografía y vestuario, éste último que involucraba a mujeres jóvenes

—que simulando ser azafatas— circulaban por el espacio de la muestra especialmente vestidas y al espectador que debía utilizar unos anteojos decorados con flores y vidrios de colores que eran distribuidos en la entrada. La obra incluía enormes pinturas de la modelo inglesa Jeanne Shrimpton, conocida popularmente en la época, vestida de astronauta, modelo que fue el tema de la instalación de Dalila Puzzovio en el Premio Di Tella 65 y que en 1966 fue el tema del envío a la III Bienal Interamericana de Arte en Córdoba en la obra *Jeanne Shrimpton y nube* de Cancela - Mesejean. El arte se apropia de figuras populares para establecer una conexión con un espectador cada vez más numeroso y variado, en este caso los artistas apuntan a un público diferente que el que tradicionalmente visita en Buenos Aires las galerías, y manejan conceptos ampliados de producción y de distribución artística.

En 1967 Dalila Puzzovio presentó la obra *Doble Plataforma* y obtuvo el Segundo Premio del Premio Internacional del ITDT. María José Herrera en el catálogo de la muestra sobre el Pop realizada en 2010 en la Fundación OSDE nos cuenta cómo fue el sistema de producción de la obra:

La artista diseñó los zapatos y se los ofreció producir y comercializar a la tradicional zapatería Grimoldi. Salieron a la venta el mismo día de la inauguración y permanecieron en las vidrieras contrastando con los modelos tradicionales de la época, generalmente marrones. Puzzovio utilizó los mecanismos de producción de la empresa y se valió de ellos para producir este objeto artístico masivo. La instalación comenzaba en el Di Tella, donde estaba instalada la obra, y continuaba en la calle en cada una de las vidrieras de las sucursales de la zapatería. (Herrera en Fundación OSDE, 2010, p. 7)

La vinculación que este trabajo establece con el arte la da la propia condición de imposibilidad de las piezas, ya que pese a todo el sistema de producción y comercialización de los zapatos, vinculado al mundo de los objetos de consumo, estas piezas no pueden usarse. Están sometidas al consumo estético que sí es propio exclusivamente del arte.

La utilización de nuevos cruces entre arte y diseño expande el alcance del arte al público masivo y le permite tomar espacios móviles de manera simultánea. La obra única, bastión de un arte asociado al poder y al consumo, desaparece y la experiencia artística resulta vivenciada por todos los participantes. El vínculo con la moda gira en torno a estas concepciones nuevas del arte y de su relación con el público y la sociedad.

La moda es ese terreno en el que todos de un modo u otro, conscientemente o no estamos inmersos. Utilizar la moda como tema, recurso o material de trabajo permite hablar un lenguaje más vinculado a las vivencias cotidianas, permite crear “un arte en uso”: el espectador de Cancela - Mesejean participa creando el hecho artístico por llevar los anteojos ofrecidos a la entrada, la obra de arte se mueve y muta al ritmo de la concurrencia.

En 1970 Eduardo Costa revisando las teorías de Barthes sobre el Sistema de la Moda creó *Una moda (relato)*, que fue la ficcionalización de una producción de modas para una revista de moda. Todo este montaje recrea el estilo de las fotografías y de los textos de una revista de moda, para elaborar la relación y condicionamiento que existe entre el producto (la foto) y el contexto de exhibición (la revista de modas).

Transformar la obra de arte en una efímera vivencia, en un producto de distribución masiva como una revista o en un zapato son intenciones con raíces similares, desmitificar el concepto de obra de arte concebido desde miradas tradicionales y académicas.

Tomás Eloy Martínez (2007) en un artículo que recoge el prólogo para el libro *El Di Tella*, cuenta su cercana experiencia al Instituto y al arte de vanguardia y señala impresiones que diversos miembros de la cultura y la política establecidas manifestaron en torno al fenómeno de un arte que ni siquiera podían reconocer como tal:

Victoria Ocampo reseñó con aristocrático asombro el fenómeno del Di Tella: “Al mismo tiempo que se exhiben aquí muestras plásticas escandalosas, el vulgo, hecho insólito, compra las obras de Cortázar (tan luego Cortázar) y se pasea con sus libros en Torino o en subte o en colectivo” (*Sur*, julio-agosto 1970)¹. Y a su vez *Crónica*, un tabloide popular, comentó el 20 de diciembre de 1969: “La policía detiene a catorce extraños de pelo largo que pretendían asistir a un peligroso recital de rock” (*Crónica*, 1969).

Una señorita que sepa coser...

El arte elabora la problemática relación entre cuerpo y moda, cuerpo y consumo, cuerpo y belleza generando elementos que nos permiten pensar y aproximarnos a este tema. Desde el arte se comprendió que la moda es una problemática que lo involucra mucho antes que desde la teoría.

La obra de la artista rosarina Nicola Costantino nos aporta muchos elementos para la construcción de un análisis. Costantino produjo algunos trabajos que abordan las relaciones entre arte y moda de una manera propia, de los que vamos a analizar los siguientes: *Peletería Humana*, *Savon de corps*, y dos videos, *Makeup* y la muestra *Tráiler*, que abordan la problemática de los roles femeninos, de la creación de un doble y su contenido siniestro y estremecedor, la belleza como concepto estereotipado y la realización minuciosa de la costura y la confección.

La obra *Peletería Humana*, fue presentada en la Bienal de San Pablo en 1998 que tenía como tema central “antropofagia y canibalismo”, la obra estuvo también en la Bienal de Liverpool donde fue vista por Jeffrey Deitch quien la invitó a exponer en su galería del *Soho* en septiembre de 2000 cuando la galería neoyorquina se transformó en una boutique de exclusiva ropa de diseño. Todo el montaje, la iluminación, y las piezas buscaban generar en el espectador o en el transeúnte desprevenido la confusión de espacios, roles y de situaciones.

La obra consiste en piezas de vestimenta y accesorios realizados con un material sintético, látex, que simula ser piel humana, con las marcas de los pezones y/o anos como referencia ineludible de pertenencia. Con este material carteras, corsets, zapatos, abrigos, vestidos visten a maniqués simulando aparadores y vistosas vidrieras de negocios vinculados con la moda y la alta costura. El material enfatiza los vínculos entre cuerpo y moda y las problemáticas que atraviesan esta relación.

Cómo comprender esta cita de Andrea Saltzman (2009) si en *Peletería Humana* el vestido es el mismo cuerpo o lo simula:

El vestido cubre y descubre al cuerpo, insinuando, acentuando u ocultando sus formas. Delimita su posibilidad de movimiento incluso en los gestos requeridos para entrar y salir de la ropa. Crea una nueva piel, que así como califica al cuerpo, lo habilita o inhabilita para adaptarse a las diferentes circunstancias y condiciones del medio ambiente. Por todo esto el vestido puede ser experimentado como lastre o teatralidad, como protección, impedimento, armadura o levedad (Saltzman, 2009, p. 10).

No podemos comprender estas piezas con ninguno de los parámetros y categorías mediante las cuales comprendemos ni el arte ni la moda y ése es el interés del juego. La sección de prensa de la página de Nicola Costantino nos permite leer algunos de los artículos realizados por críticos e investigadores y es curioso observar cómo se repiten los adjetivos: “refinada” y “revulsiva”.

Efectivamente las piezas se nos presentan en toda la belleza de su confección. La artista nos revela que pertenece a una familia vinculada al oficio de la costura, y ese conocimiento artesanal, preocupado por el detalle mínimo, se revela en cada prenda que se exhibe frente al espectador perfectamente terminada. Las texturas, acabados, el corte y el diseño ponen en evidencia la prolijidad de la factura, ponen en evidencia los modos de realización vinculados con lo artesanal y con el diseño que irrumpen en el ámbito del arte por su limitación de ser usados.

Este es el carácter refinado y al mismo tiempo revulsivo de la obra, la terminación perfectamente realizada nos atrae mientras que la superficie del material señalada por marcas oscuras que representan anos o tetillas nos repelen.

De este modo Nicola Costantino se separa de otros trabajos que abordan los mismos problemas, como por ejemplo las obras del artista y diseñador francés Olivier Goulet que también trabaja con un material sintético que él denomina *skinbag* para la creación de prendas, bolsas, máscaras o mantas que como otra piel los modelos que participan de las obras se ponen o sacan. El mismo artista define su vinculación con el mundo de la moda: “El mundo de la moda es quizá mucho más estimulante y radical que el arte moderno. (...) Por eso lo elijo para intentar definir al hombre de mañana”. Pero en estas bolsas de piel no hay ningún refinamiento, nos remiten a la violencia de la carne cortada, de la herida, de la cicatriz que se transforma en cierre. Esta piel que los modelos se colocan es ajena al vestido, no calza, no se adhiere al cuerpo como en el trabajo de Costantino y en esto radica su diferencia fundamental. El trabajo de Goulet no lleva en sí la condición de “refinado” sino sólo la de “revulsivo”. En el espacio que se encuentra entre lo bello y lo siniestro se inscribe la obra de Nicola Costantino. La movilización que la obra genera se instala en un contenido que podríamos interpretar con la frase que nos propone Andrea Saltzman: “El diseño de indumentaria es esencialmente un rediseño del cuerpo” (Saltzman, 2009, p. 10). Por supuesto que la obra *Peletería* remite necesariamente a un uso del cuerpo, al uso que le da el arte, la moda, el diseño... la sociedad en general. Sobrevuela la pregunta, ¿cuál es el rol del cuerpo humano? ¿De qué cuerpo se extrajeron esas pieles? ¿Qué cuerpos van a usarlas? Toda la sociedad se organiza en la respuesta a esas preguntas. El cuerpo es también el tema de la muestra *Savon de corps*, en la que luego de realizarse una liposucción la artista confeccionó jabones que llevan en su materia prima un 3% de la grasa que la operación extrajo de su cuerpo. El jabón está suavemente perfumado y tiene la forma de una espalda femenina, voluptuoso y delicado en sus volúmenes.

La instalación que se realizó en 2004 en el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA) remite directamente al lanzamiento de un producto de alta gama, un evento con personalidades famosas, afiches, un modo de exhibir la obra/producto y una publicidad en la que una bella modelo/artista invita al espectador/consumidor a “bañarse con ella” y entra a una piscina, utilizando todos los clichés que caracterizan a las publicidades de productos de belleza (perfumes, cremas, maquillaje, etc.), el tono de la voz en off que describe el producto, la música suave y sensual, el difuminado e irreal ambiente. Artista y obra se funden; cuerpo y arte se funden en función de los estereotipos establecidos por la industria de la belleza, la moda y la publicidad.

Más allá del ambiente de refinado elitismo en el que se presentó la instalación se comprende claramente el contenido siniestro de la obra que remite al cuerpo exterminado en un campo de concentración nazi, al cuerpo torturado y mutilado y a las exigencias del mundo de la moda y la publicidad que trabajan con un estereotipo de belleza femenino cada vez más distante del cuerpo cotidiano y nos devuelven una imagen fabricada de modelos intervenidos por la industria cosmética y médica.

El cuerpo de la artista es materia prima de la obra y del producto. La utilización de las cirugías estéticas en el mundo del arte y la problematización que los conceptos de esta creación de belleza contemporánea generan en el cuerpo nos remite por necesidad a la obra de la artista francesa Orlan, que utiliza su cuerpo como material y posibilidad de concreción de la obra de arte.

Aquí encontramos la misma relación que con la obra de Goulet, la obra de Orlan se vincula con la de Costantino desde su cualidad más “revulsiva” pero no desde su cualidad “refinada”, que en esta instalación se pone totalmente de manifiesto de una forma casi irritantemente consistente, muy similar a esas insólitas publicidades de perfumes que para hablar de fragancias recurren a un conjunto de elementos ilusorios y etéreos, que se repiten en una y otra firma casi de igual manera. Por último puede ser interesante para comprender la obra de Costantino analizar dos videos: *Makeup* y *Trailer*.

Makeup es un video que dura 12 minutos presentado en ArteBA en los que la artista sentada frente a un vestidor se arregla, se peina y se maquilla, prolijamente desarma el peinado y limpia el maquillaje, para luego volver a comenzar con otro peinado y otro maquillaje que la transforma en otra. Este *look* también será limpiado ni bien termina de crearse. Delicadamente, con amor en cada uno de sus movimientos, vuelve a crearse otra y todo será nuevamente desarmado para volver a empezar. La artista desarrolla todo con la seriedad de un ritual religioso, necesario y cotidiano, la mujer que se arregla y limpia obsesiva y compulsivamente no cuestiona el acto, lo realiza metódicamente mirando de manera fija y penetrante al espectador.

Esa mirada le devuelve a la mujer/espectadora el absurdo de una actividad para muchas cotidiana y le devuelve al hombre/espectador lo siniestro de ciertas expectativas masculinas que no contemplan el proceso que implica para la mujer ser bella.

La artista utiliza distintos elementos, productos e instrumentos para la construcción de cada una de sus imágenes, cepillos, peines, ganchos, planchitas, tenebrosos rizadores y curva pestañas, colores diversos, recurre a una variedad inusitada de elementos para obtener cada una de las imágenes buscadas.

La belleza es una realidad creada por medio de rituales dolorosos, tediosos y lentos que acompañan la vida femenina.

Trailer es una instalación concebida para un espacio en particular, la Fundación YPF, en donde aprovechando el tamaño del lugar se distribuyeron casas rodantes (trailers), carteles imitando a los que anuncian estrenos de películas y se presentó el tráiler cinematográfico.

Trailer es el avance de una película inexistente que narra la historia de la artista desde el momento en que constata su maternidad compartiendo con todos nosotros el resultado de un análisis casero y en consecuencia decide crearse una compañera con quien compartir un momento tan significativo en la vida y el trabajo que eso implica. Toma moldes de su cuerpo para construir otra versión de sí misma y la realiza con un delicado amor y dedicación, pinta la piel, los ojos, las uñas, coloca las pestañas una a una, confecciona su ropa. Dentro de todos los posibles usos del cuerpo que plantea la obra de la artista, la creación de un cuerpo nuevo en relación literal al cuerpo propio es la más radical, y las consecuencias serán las más radicales también.

La otra se conforma al ritmo en que el embarazo se desarrolla, la otra crece al mismo ritmo que la panza de la artista. El final se anuncia en los gestos de desagrado que la artista explicita cansada de la mirada de la otra, hecha a su imagen y semejanza pero en la que la ausencia de vida genera una expresión extraña y distante, carente de inteligencia. El final se anuncia en un título que se recorta en letras rojas sobre un fondo negro para anunciar que *El doble es lo Ominoso*, y las imágenes que lo captan lo devuelven siniestro.

La narración de la historia en relación a un tráiler de una película habilita la síntesis, y permite contar la historia brevemente. La edición y las imágenes nos hablan de una pieza más larga de la que ésta es su resumen.

En esta obra el cuerpo es creación consciente en manos de la artista que como un demiurgo interesado en acomodarse la propia vida lo realiza a su imagen y semejanza.

El análisis de estas obras nos permite acercarnos a la obra de una artista que ha concebido un modo de representación del cuerpo para abordar la problemática femenina en su rol social, y este cuestionamiento se hace utilizando modos de realización tradicionalmente vinculados a lo femenino. La delicadeza en el tratamiento de la imagen, la utilización de recursos como la costura o el maquillaje se vinculan socialmente con lo femenino y desde ahí se opera la confrontación, la violencia en la expectativa del espectador que se acerca a la obra percibiendo otra cosa que se revela distinta al acercarnos.

Una señorita que sepa jugar...

Es interesante pensar en algunas de las obras que ha producido el trabajo en colaboración entre artistas y diseñadores de indumentaria. En los casos analizados observamos que mantienen una intención común en todas sus creaciones: se aborda la indumentaria como obra de arte, o es el disparador de una creación artística.

Como lo expresa la artista Fabiana Barreda en su texto *Embalajes para el cuerpo*:

Y a esta extensa, riquísima e inacabada lista de artistas se suman a su propuesta los diseñadores-artistas que en el efímero y brillantemente fugaz lapso de un desfile de moda proponen también una posible **Poética del Cuerpo**, confrontando una alternativa crítica frente a los aplastantes mandatos estético-políti-

cos contruidos por la moda a través de los medios de comunicación (www.fabianabarreda.com).

De estos trabajos en cooperación encontramos muchos ejemplos, en el 2012 el BAF Week se dedicó específicamente a la relación entre arte y moda y desfiles y conferencias, intervenciones y diseños abordaron esta posibilidad.

En diciembre de 2009 el diseñador Ricky Sarkany convocó a un grupo de artistas para la realización de una exposición de zapatos, *Moda y Arte para la Fundación Favaloro*. Participaron artistas argentinos contemporáneos como Carolina Antoniadis, Karina Al Azem, Edgardo Gimenez, Marta Minujin, Cynthia Cohen y Dalila Puzzovio.

El diseño convoca al arte para visibilizar algo que tiene que ver con el lugar jerárquico que ocupa en la sociedad; no le alcanza con la venta del producto en sí (que la constituye) y por medio de estas acciones tiende a la trascendencia. El diseño es consciente de la labor efímera que realiza, Ricky Sarkany sabe que sus clientes descartarán prontamente los zapatos comprados, lo sabe, lo promueve y lo necesita. Pero los zapatos realizados por los artistas, por su imposibilidad de uso, no serán descartados al cambio de la temporada.

La exhibición nos muestra zapatos inútiles para desplazarse y que enfatizan su condición estática. Son estáticos por sus formas, sus materiales y por que cada artista presentó sólo uno, el izquierdo o el derecho. Los artistas jugaron con materiales y el zapato fue un disparador y anclaje al mismo tiempo: es el hilo conductor que unifica cada estética.

Imposible no recordar a Dalila Puzzovio y la *Doble Plataforma*, que con colores estridentes desentonaba en el medio de una vidriera tradicional de los años '60. Pero el tiempo ha pasado y estos zapatos de espíritu tan similar tienen otros alcances, no se pone la obra en circulación en un ámbito masivo, sino que opera la estrategia contraria, el zapato de la galería refuerza su exclusividad.

El juego, el disfrute, una aproximación lúdica a la relación arte-moda, moda-mujer son percibidos en estas realizaciones. Zapatos como armas doradas de seducción con tacos hechos de una lujosa pistola, zapatos de cristal para princesas, zapatos con alas, de colores, zapatos soñados. En ningún caso hay un cuestionamiento alrededor de lo que implica para la mujer, para su cuerpo y para sus posibilidades de movimiento el vivir sobre un taco aguja de 10 cm.

El BAF Week 2012 generó una estrategia interesante: el trabajo en conjunto. Por la pasarela circularon modelos vestidas con diseños creados en colaboración por artistas y diseñadores. Las duplas se conformaron de la siguiente manera: Martín Churba y Nicola Costantino, Cora Groppo y Fabiana Barreda, Jessica Trosman y Leandro Erlich, Valeria Pesqueira y Luna Paiva, Garza Lobos y Lorena Ventimiglia, Vicki Otero y Rocío Coppola, y 12-NA y Danidan.

Fue un juego divertido, un desborde de creatividad compartida, trajes mágicos, imposibles, que remiten a la historia, a la técnica, al pasado y al futuro, a la ciencia ficción. Vestidos que nunca más serán usados y que están ajenos al circuito comercial que condiciona al diseño, y por eso mismo permitió jugar con más libertad a todos los participantes.

Lo curioso fueron los resultados. La artista plástica Fabiana Barreda y la diseñadora Cora Droppo presentaron a una escuálida modelo paseando con un ajustadísimo y diminuto vestido adornado con placas de acrílico y *leds*, el brillante vestido incluía una esfera luminosa que la modelo debía llevar en sus manos y anulaba cualquier gesto o movimiento. El acrílico formaba

aristas verdes, puntas, bordes afilados. Pero nada de eso constituyó una crítica que elabore los vínculos entre el uso social del vestido y el condicionamiento del cuerpo femenino.

Madama Morte

Está plagado de mujeres. Así comienza Eugenia Tarzibachi su artículo para *Página/12*. La realidad apoya esta apreciación, vemos mujeres por todos lados, mujeres inmensas, posan, se muestran desnudas, vestidas, a medias, la publicidad es mujer, y la imagen de la mujer se usa para vender toda clase de productos, las mujeres se ofrecen desde miles de carteles incitándonos a algo, a cualquier cosa.

Es desde la intervención de esas obras que abundan en el espacio público desde donde se organiza la obra del *Colectiva Mujeres Públicas*, un movimiento feminista que comenzó a funcionar en 2003, formado por tres mujeres que decidieron no firmar sus obras, no colocar un nombre que funcione como rótulo y denominación, sino dejar las obras/intervenciones de forma anónima. No se sabe quién habla por lo tanto hablamos todas. El blog del grupo nos señala el fundamento de su creación: “La Colectiva ha sido concebida como un espacio abierto y horizontal de reflexión, crítica e intervención social feminista. Las feministas de esta colectiva trabajamos por una vida digna, autónoma, placentera y en libertad para todos y todas”.

Un objetivo de mucho vuelo da inicio a una serie de acciones que unen el *stencil*, el diseño de afiches, la acción política, talleres, charlas, cooperaciones, etc.

En este caso la intervención urbana, la intervención del espacio público, tiene un sentido de apropiación que permite dar visibilidad a problemáticas que tradicionalmente se generan en el ámbito privado y no logran salir de éste. Nuevamente la voz del colectivo explica el uso del sentido “pública”:

Tanto así, que tradicionalmente “mujer pública” ha sido un eufemismo para llamar a las prostitutas. O sea, si la mujer sale de la casa, es para vender su cuerpo... En cambio, un “hombre público” es el político, el que toma decisiones que conciernen a toda la sociedad.

Durante 2003 y 2004 se desarrolló la acción *Esa Belleza...*, en la cual el colectivo intervenía afiches y carteles publicitarios pintando con la técnica del *stencil* las siguientes frases: “Esta belleza... mata”, “Esta belleza... lastima”, “discrimina”, “miente”, “enferma”, “duele”, “opprime”, “cosifica”, “condiciona”, “subestima”, “reprime”, “controla”, “castiga”, “deforma”. Estas intervenciones ponen en evidencia cómo los productos de la industria de la moda y la belleza condicionan a la mujer, su cuerpo y su posibilidad de ser feliz y desarrollarse, cuál es el uso que la publicidad hace del cuerpo femenino y cuál es el estereotipo que se muestra como condición de exclusividad generando por repetición una imagen única de cuerpo posible que no se condice en lo más mínimo con el cuerpo real.

Dorothy Schefer Faux (2006) en la introducción del libro *La Belleza del Siglo* elabora cuáles son los condicionamientos que plantea en la modernidad el concepto de belleza y por consiguiente el concepto de mujer y su relación con la moda:

En todas las épocas, la moda ha impuesto su estilo a la belleza, y viceversa. En la actualidad, las revistas de alta costura presentan una versión de la belleza escandalosamente rica, delgada e inaccesible a la mayoría de las mujeres. Con todo, a ellas les siguen gustando la dignidad y el ideal que transmite. Esta imagen se desarrolló a finales de los años cuarenta y a principios de los cincuenta, en la época en que Richard Avedon e Irving Penn realizaban las fotografías estilizadas y extraordinariamente elegantes del *new look* de Dior (Schefer Faux, 2006, p. 14).

Podemos rastrear desde la Edad Media occidental un uso de la moda y de la imagen femenina que relaciona un contenido estético con un contenido ético. La imagen femenina debe ser consecuente con atributos morales valorables (atributos morales cristianos) que durante siglos se vincularon con conceptos relacionados con la pureza, la virginidad, la devoción maternal, el amor familiar, etc. reproduciendo el “vestuario” de la Virgen María para asumir públicamente el rol de ser mujer. El vestido y todos los adornos posibles acompañaron esta concepción de una mujer que se limitaba a la esfera doméstica, necesitaba poca movilidad y mucha ayuda, y se valoraba estética y éticamente por su aspecto físico y no por sus capacidades.

Ser mujer implica la ropa, los accesorios, el uso o no de maquillaje que tienen que ver con toda la problemática social de cada época y por sobre todo refleja el lugar de la mujer en cada momento, y cuál es el juicio de valor que genera en quien la mira. La historia muestra cómo la belleza y la capacidad de cada mujer por “crearse belleza” en su propio cuerpo generará la condición de éxito y valoración social que definen la condición de cada una, establecen su valor, sus roles sociales o la misma movilidad social. En la mujer la belleza es una “herramienta de trabajo” que corresponde al propio oficio de ser mujer.

Pero la intervención de *Colectiva Mujeres Públicas* no se limita a elaborar la problemática entre cuerpo y moda o mujer y moda sino que ahonda en los modos de comercialización de los productos y el uso que se hace del cuerpo femenino como “gancho de venta”, o la reproducción de estereotipos femeninos inexistentes (por obra del maquillaje, del *Photoshop*, o de la cirugía). El *stencil* es una marca que señala que eso que está allí no existe realmente y si existe no se obtiene sin sufrimiento y no es neutro sino que implica una discriminación y desvalorización del género femenino.

Una vez concretado el objetivo de intervenir el espacio público, el *Colectiva* envió mails y posteriormente se imprimieron calcomanías con el fin de pegarlas en distintos productos de supermercados. Son distintas estrategias que permiten visibilizar un problema que atraviesa al cuerpo femenino en relación al uso que hace de él la moda y la publicidad.

La otra obra que analizaremos es el *Museo de la Tortura*. Ya su nombre nos remite a una institución que históricamente ha generado un vínculo jerárquico y condicionador de las obras que cobija. El museo es el que denomina, es el que nombra y define el objeto de arte, institucionaliza las piezas que lo conforman y las jerarquiza.

En este museo se reúnen objetos cotidianos del “mundo femenino”, todos los que sirven para su presentación pública, los elementos, instrumentos y accesorios que usamos para arreglarnos y emerger del ámbito privado al público. Encontramos bucleras, planchitas, rizadoros de pestañas, maquillaje, tinturas, pinturas, pinzas de depilar, pinzas para el cabello, cera depilatoria, y un largo etcétera...

Nuevamente la voz del *Colectiva* nos ayuda a comprender la obra cuando nos explica que:

Es en el texto que acompaña a cada objeto donde se hace visible la tortura. Maquinarias rosadas que en casa parecían inofensivas, develan aquí sus fines últimos, reales: subyace detrás de cada aparato expuesto un fin normalizador. Quizá, lo más llamativo de este museo es que en él no encontramos instrumentos extraños, de aspecto medieval, sino cosas que llevamos en la cartera o tenemos en el baño.

La antropóloga Bárbara Guerschman comenta en la revista *Myriades 1* que “la moda era una forma de tortura legalizada” (Guerschman en *Myriades*, p. 20). El vestido, el peinado, el maquillaje, los gestos y movimientos que las sociedades de cada época esperan de la mujer son ritos lo suficientemente complejos como para ocupar tiempo, energía, dinero y dedicación en tal magnitud que inhabilitan las posibilidades de desarrollo de otros ámbitos.

En este caso *Colectiva* retoma el tema de la obra de Costantino, *Makeup*, con respecto a la complejidad de la creación de la belleza. Pero lo hace desde un lugar totalmente diferente: ya desde el nombre el *Museo de la Tortura* nos remite a la violencia que esas herramientas e instrumentos ejercen sobre nuestro cuerpo. La obra de Costantino es más sutil, la crítica es más velada, casi imperceptible. Del video queda un malestar que se transforma en mensaje sólo por intermedio de la reflexión. El *Museo* genera un mensaje contundente, nos predispone a encontrar allí piezas de alto contenido negativo y todo lo que está en ese ámbito a partir de ese momento será visto como una agresión al cuerpo femenino.

En este sentido el *Museo de la Tortura* tiene un carácter fundacional ya que crea una situación de malestar con respecto a aquellas cosas que por ser muy cotidianas pasaban desapercibidas a la crítica.

Siguiendo los pasos de Giacomo Leopardi podemos relacionar a la moda con la muerte, por el carácter efímero que la constituye y por su vinculación agresiva con el cuerpo. En 1824 escribe sus *Poemas Morales* en los que relaciona a la moda con su hermana Madame Morte:

Yo persuado y obligo a todos los hombres gentiles a soportar cada día mil esfuerzos e incomodidades y a menudo dolores y sufrimientos; y a alguno a morir gloriosamente por el amor que me profesa.

Yo me conformo generalmente con la barba, el cabello, los vestidos... y no me privo de realizar numerosos juegos comparables a los tuyos, como verbigracia perforar orejas, labios o narices y dañarlos con las naderías que cuelgo de sus orificios, abrasar las carnes de los hombres a los que obliga a practicarse tatuajes por motivos de belleza, deformar las cabezas de los niños con vendajes y otros ingenios... deformar a la gente con calzados demasiado estrechos, dejarlos sin respiración y hacer que los ojos se les salten por la estrechez de los corsés y cien cosas más de esta naturaleza (Leopardi en Giorgi, 2006).²

Notas

1. Victoria Ocampo es un referente de la cultura nacional. Escritora e intelectual de principios de siglo acompañó las vanguardias desde la mirada del intelectual con fuertes conexiones europeizantes.
2. Poema citado por Giorgi, Arianna (2006).

Bibliografía

- Barthes, R. (s.f.). *Sistema de la Moda*. Gustavo Gili.
- Bourdieu, P. (2002). Alta costura y alta cultura. En *Sociología y cultura* (pp. 215-224). México: Grijalbo, Conaculta.
- Harrison, M. (1987). *Beauty Photography in Vogue*. London: Octopus Books.
- Herrera, M. J. (2010). Pop, la consagración de la primavera 2010. *Catálogo Fundación OSDE 18 de marzo al 15 de mayo*. Buenos Aires.
- Martínez, T. E. (2007, 1º de abril). Historias del Di Tella, diario *La Nación*. Buenos Aires.
- Saltzman, A. (2009). *El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.
- Sánchez Moccerro, M. (2007). Una moda que duele. *Revista Myriades* 1 (1, año 0).
- Tarziachi, E. (2010, 12 de febrero). ¿Qué pretende usted de mí? *Página/12*.
- A.A.V.V. (2006). *La belleza del siglo. Los cánones femeninos del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili Moda.

Recursos Electrónicos

- Barreda, F. Disponible en www.fabianabarreda.com
- Costantino, N. Disponible en www.nicolacostantino.com.ar
- Giorgi, A. (2006). *Artísticamente Moda*. Revista electrónica de estudios filológicos. Universidad de Murcia. Número 12 (Revista en línea). Disponible en: <http://www.um.es/tonosdigital/znum12/secciones/Moda.htm>
- Revista G7. Disponible en <http://www.revistag7.com/el-elegido/cuerpos-violentos/> (Recuperado 16 de noviembre de 2011).
- www.mujeerespublicas.com.ar

Abstract: Le arti visive contemporanee utilizzano spesso una strategia di appropriazione di elementi estetici che appartengono al mondo della moda e della bellezza per lavorare su diverse problematiche che riguardano l'identità.

In Argentina possiamo prendere in considerazione l'opera di vari autori: Nicola Costantino e i suoi lavori performativi, i suoi video, la sua serie di "pelletteria umana"; Fabiana Barreda e i suoi "abiti abitati" e le sue opere in collaborazione con i designers locali; o gli interventi urbanistici spaziali di un movimento denominato Collettivo Donne Pubbliche. Tutte queste esperienze evidenziano le diverse strategie attraverso le quali le arti visive utilizzano le produzioni dell'industria della moda e delle sue modalità di esibizione per parlare delle donne, dei loro corpi, dei loro ruoli, dei loro desideri, del loro posto nella società contemporanea, e delle loro strategie di realizzazione.

Parole chiave: arte - bellezza - il corpo - l'atteggiamento - moda.

Summary: The contemporary art appeal repeatedly to a strategy of appropriation and aesthetic elements in today's world of fashion and beauty to work issues relating to identity.

In Argentina we can investigate the work of various authors. Nicola Costantino, with their performative work, videos, his series of human fur, inhabited dresses by Fabiana Barreda and his works in collaboration with local designers, and urban and space interventions of the Public Women Collective Movement. All these experiences show different strategies through which art makes use not only of fashion industry productions but of this ways to speak about women, their bodies, their roles, their desires, their place in contemporary society, and their achievement strategies.

Keywords: art - art pose - beauty - body - fashion.

Resumo: As artes plásticas contemporâneas percorrem repetidamente a uma estratégia de apropriação de elementos e estéticas próprias do mundo da moda e beleza para trabalhar problemáticas referidas à identidade.

Na Argentina podemos pesquisar a obra de numerosos autores, Nicola Costantino com seus trabalhos performáticos, vídeos, sua série de peleteria humana, os vestidos habitados de Fabiana Barreda e seus trabalhos em colaboração com designers locais, ou as intervenções urbanas e espaciais de um movimento como Coletiva Mulheres Públicas. Todas estas experiências dão conta de diferentes estratégias por meio das quais as artes plásticas fazem uso das produções da indústria da moda e dos seus modos de exibição para falar da mulher, seu corpo, seus roles, seus desejos, seu lugar na sociedade contemporânea, e suas estratégias de realização.

Palavras chave: arte - beleza - corpo - moda - pose.
