
Resumen: Este artículo investiga la relación existente en el ámbito del diseño de indumentaria entre el cuerpo y la moda y las consecuencias negativas que genera la disociación de las mismas. La propuesta pone el foco en el origen de esta problemática y sus consecuencias a nivel profesional y social. Se aborda la enseñanza del dibujo del cuerpo humano en el ámbito académico y los cuerpos enseñados como correctos para la representación de los usuarios de las prendas mostrando la necesidad de una visión más amplia e interdisciplinaria a la hora de diseñar.

La investigación partió de un análisis de la falta de representación de la diversidad de cuerpos presentes en el mercado de la moda argentino, sus consecuencias y la búsqueda de su origen por medio del análisis y estudio de diversas fuentes como tablas de talles, conversatorios con diferentes grupos sociales, debates y observación de diversos foros y espacios de discusión en las redes sociales. Como diseñadora de indumentaria y docente de la cátedra de Taller de Diseño, la búsqueda del origen de esta problemática fue remitida al ámbito académico.

Palabras clave: Cuerpo - moda - indumentaria - diseño - figurines.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 293-294]

⁽¹⁾ Diseñadora de Indumentaria de la ciudad de Santa Fe. Estudiante del Máster en Dirección de Comunicación y Marketing de la Escuela de Negocios Europeos de Barcelona. Docente e investigadora de diseño. Dicta las cátedras de Diseño I y II, Historia del Traje y Marketing en el Instituto Argentino de Moda, Diseño y Estética.

Introducción

Las prendas y el cuerpo fueron analizados innumerables veces a base de dicotomías que involucraban aspectos económicos o antropológicos, pero existe una falta de comprensión de esta relación desde un punto de vista más sociológico y abarcativo. Existe una falta de una mirada integral del rol de la indumentaria en la formación de la identidad del individuo en la sociedad y de los ideales que se proyectan a través de la misma. Hay

una responsabilidad por parte de la industria de la moda con respecto a la imposición de estos cánones, que los medios de comunicación actúan como intermediarios para su naturalización. No todos los tipos de cuerpos se ven representados o son destinatarios de las prendas de moda. Parte del problema es que no se los tiene en cuenta a la hora de diseñar, porque no se los considera potenciales receptores de la misma por no encajar en los ideales socialmente aceptados.

En el ámbito académico se enseña a los estudiantes de la carrera diseño de indumentaria a generar las prendas teniendo en cuenta múltiples variables y disciplinas del ámbito social y técnico, pero la relación de las prendas y el cuerpo humano como un todo indisociable no es correctamente afrontada.

El cuerpo humano es el soporte y final destinatario de la indumentaria. Se puede hablar de la ropa funcional como excepción, ya que la misma no tiene como prioridad la moda, y se le dan atributos prácticos teniendo en cuenta la anatomía humana y las necesidades del usuario como punto de partida. Éstas no son el objeto de estudio a los que se hace referencia, sino las prendas de moda pensadas para un cuerpo que condicionado por los cánones de belleza del momento y pre-conceptos del subconsciente social.

Estas prendas diseñadas temporada tras temporada son producidas y llegan a la calle, es decir a los consumidores, pero no se adecúan a las diferentes siluetas o a los cuerpos de los mismos. Se percibe que los conjuntos exhibidos a través de los medios de comunicación como las revistas de moda y en los escaparates de los negocios, no personifican los tipos de cuerpos de las personas que se supone deben utilizarlas. Esta distorsión no se da sólo por la falta de variedad de talles en la que se producen sino también por una falta de entendimiento de la figura humana y las diversas siluetas que componen el mercado actual al el momento de diseñarlas.

A la hora de crear

La mayoría de las veces se diseña sin tener en cuenta al cuerpo como algo vivo, tridimensional, soporte y “alma” de las prendas. Sin el cuerpo las prendas no tendrían sentido. El diseñador aprende a diseñar sobre figurines planos, estilizados e idealizados, influenciados por los cánones vigentes o los cánones clásicos y percepciones heredadas de la cultura europea. El cuerpo hasta llega a desaparecer como soporte, se pierde la forma humana y se diseña a partir de líneas y movimiento. El entendimiento de la relación de los recursos utilizados en la moltería con la morfología del cuerpo es mucho más difícil de adquirir para los alumnos. El estudiante aprende dibujo y desarrolla sus capacidades plásticas y creativas pero tiene dificultad interrelacionando las asignaturas y generando proyectos que realmente sean útiles más tarde en su vida profesional. De nada sirve estudiar y focalizarse en la experiencia de usuario si el mismo no está bien representado desde el inicio. Una vez materializado, es decir, confeccionado y se pasa del boceto a la realidad, al plano tridimensional el soporte de las prendas suele ser una modelo que se ajusta a esa idea de cuerpo ideal, una silueta alta y delgada, a la mismísima imagen del figurín. Los cuerpos de las modelos no representan a la mayoría de los consumidores, así como tampoco los

maniqués utilizados en los escaparates para exhibirlas no generan una identificación con la mayoría clientes reales.

En algunos casos el nivel de estilización y delgadez del figurín sobre el que se dibuja es tan irreal que ni las mismas modelos pueden encarnarlo. El boceto de cómo va a lucir la prenda no tiene nada que ver con la realidad.

El cuerpo corre el riesgo de convertirse en un abstracto y nuevamente la visión del cuerpo se ve restringida, poco representada. Los cuerpos de las modelos no representan a la mayoría de los consumidores, así como tampoco los maniqués utilizados en los escaparates para exhibirlas no generan una identificación con la mayoría clientes reales.

En este punto el diseñador debería plantearse si lo propuesto se adapta a los cuerpos de los usuarios a las que dirige su mensaje e intenta aportar soluciones.

Vestimenta y pertenencia social

La moda se materializa en la vida cotidiana a través del acto del vestir. La indumentaria se asume que está pensada para el cuerpo, y en la industria la moda encarna lo bello y lo deseable. Por lo tanto las prendas, con la silueta que proponen, las partes del cuerpo que acentúan y los talles en las que se producen encarnan lo deseado por la sociedad, que percibirá estos atributos como bellos. Como consecuencia, los que no se ajusten a estos ideales serán considerados cuerpos incorrectos, generando disconformidad con la percepción de sí mismos y su rol social.

El ser humano es y tiene cuerpo, y el cuerpo debe estar vestido para aparecer en sociedad. Las personas históricamente, antes de vestirse por pudor o abrigo lo hacían por adorno. Es una característica innata del ser humano, una forma de expresión. La vestimenta y sus códigos están reglados para todas las ocasiones de la vida y a su vez determinados por el género y la sexualidad y la edad. La ropa y accesorios nos identifican y a la vez nos distinguen, son pertenencia y diferenciación a la vez.

La moda puede plantearse como algo no obligatorio pero es una noción ingenua y excusadora de los diseñadores y la industria. Todos los seres nos vestimos y hasta aprendemos habilidades motrices desde pequeños relacionadas al acto del vestir como abrochar botones. La moda se materializa por medio del acto cotidiano de vestirse. Al ponerse un atuendo, la persona se carga de simbolismo.

En el contexto actual el rol de la industria de la moda en la percepción de los individuos y la difusión e instauración de los cánones de belleza están en la mira. Si bien los diseñadores segmentan lo que ofrecen para adecuarse al funcionamiento de la industria, se cuestiona que el acceso a las prendas de moda no depende sólo de lo económico sino de otros factores como las curvas de talles o las formas de publicitar con la que los diseñadores llegan a sus clientes ideales y excluyen a la vez a los que no lo son.

El cuerpo bajo la lupa

La mirada social por como una persona luce y modifica su cuerpo se ve en también en el ámbito virtual. La responsabilidad se suele dirigir al usuario, por no adaptarse a los cánones del momento, haciendo que su cuerpo, o sea su identidad sea algo inadecuado. Toda persona que vive en sociedad se ve afectada por la moda y lo considerado socialmente bello en ese momento. Los individuos modifican su apariencia desde el cabello, sus uñas, su tono de piel hasta su vestimenta para encajar y sentirse aceptados. Hasta al estar desnudos podemos decir que estamos “vestidos” por las convenciones o cánones de la época. Cuando no cumplimos con los mismos, estos cuerpos son considerados inapropiados y responsabilizados por no encajar. Las prendas de moda aportan status y contemporaneidad a las personas.

No podemos seguir pensando en la ropa separada del cuerpo y de quien la viste. La moda es un fenómeno temporal y nos hace condicionar nuestra percepción de lo bello y nos lleva a modificarlo. A través del cuerpo vemos el mundo y somos vistos por él.

En esta era de gran exposición, el cuerpo está constantemente juzgado y palabras como inclusión, real, diversidad y representación resuenan cada vez más como un reclamo hacia las marcas de moda por no representar y no dar lugar a todos los tipos de cuerpo. En el espacio público y virtual el cuerpo está en primer plano, continuamente expuesto y los usuarios hacen notar su descontento con la falta de representación. Es fundamental enseñar a los futuros diseñadores a conocer la realidad y tenerla en cuenta a la hora de diseñar. Los cánones enseñados y los cuerpos tenidos en cuenta como muestra ni si quiera suelen ser de la zona geográfica en la que se va a destinar el producto, ya que los cuerpos europeos son la norma a la hora de generar las tablas de talles y buscar modelos. Esta distorsión entre lo presentado en los medios de comunicación por parte de la industria de la moda como bello y la imagen de las personas en la realidad genera un descontento con el cuerpo que afecta la autoestima de los individuos. Esto conlleva a una falta de aceptación personal que favorece el consumo de productos o servicios como los de la industria del bienestar y la belleza para modificar la imagen y hacerla encajar.

Conclusión

La indumentaria no se puede disociar del cuerpo y la moda. El uso de las prendas correctas nos coloca en diferentes círculos y nos atribuye de símbolos de distinción social. Al excluir a determinados usuarios del acceso a las mismas, las consecuencias sociales son negativas. De nada sirven las campañas fomentando la inclusión que se ven en la industria si desde el punto de partida en el que la prenda fue pensada no fue concebida de forma objetiva. O de hablar de prendas pensadas para el usuario si no se lo tiene realmente en cuenta su anatomía. Actualmente las personas hacen notar su descontento por la falta de representación o su disconformidad con una marca o diseñador que no aporta diversidad en sus propuestas. La interrelación debe darse desde el primer momento en la enseñanza, haciendo hincapié en la importancia de la interdisciplinariedad, el estudio de la morfología humana, los as-

pectos artísticos, sociales, económicos y técnicos para lograr que el estudiante adquiriera un conocimiento objetivo y real del cuerpo humano y la relación de las prendas con el mismo. Las estrategias de enseñanza del dibujo y diseño de indumentaria deben ser replanteadas y cuestionadas, teniendo siempre en cuenta al ser humano, a su cuerpo, como centro y fin de todo, sabiendo que la moda no siempre debe ser práctica o realista, puede ser arte, pero arte que se lleva sobre el cuerpo.

Bibliografía

- Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Foucault, M. (1984). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. México: Siglo XXI.
- Godart, F. (2010). *Sociología de la moda*. París: La Découverte.
- Guillaume, E. (2004). *Victimas de la moda. Cómo se crea, por qué la seguimos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Mauss, M. (1971). *Sociología y antropología*. Madrid: Técno.
- Mauss, M. (1979). "Techniques of the Body", *Economy and Society vol. 2*. Connecticut: Yale University press.
- Saulquin, S. (2005). *Historia de la moda argentina. Del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires: Emecé.
- Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Paidós.

Abstract: This paper analyzes the existent relationship between body and fashion in the realm of design and the negative consequences of their dissociation.

The proposal focuses on the origin of this problem and its consequences at a professional and social level. It covers the teaching of the drawing of the human body in the academic field, the body figures taught as the correct ones for the representation of the garments' users and the need for a broader and interdisciplinary vision when designing clothes.

Keywords: Body - fashion - clothing - design - fashion sketches.

Resumo: Este artigo investiga a relação existente no campo do design de roupas entre o corpo e a moda e as consequências negativas geradas por sua dissociação. A proposta concentra-se na origem deste problema e suas consequências em nível profissional e social. É mostrado o ensino do desenho do corpo humano no campo acadêmico e os corpos ensinados como corretos para a representação dos usuários das peças de vestuário, mostrando a necessidade de uma visão ampla e interdisciplinar ao projetar.

A pesquisa baseou-se em uma análise da falta de representação da diversidade de corpos presentes no mercado argentino de moda, suas consequências e a busca de sua origem por meio da análise e estudo de várias fontes, como tabelas de tamanhos, conversas com dife-

rentes grupos sociais, debates e observação de diversos fóruns e espaços de discussão em redes sociais. Como designer de roupas e professora da Oficina de Design Chair, a busca pela origem desse problema foi encaminhada para o campo acadêmico.

Palavras chave: cuerpo - moda - indumentaria - diseño - figurines.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
