
Resumen: Hoy la imagen es la representación más acabada de los medios de comunicación, los cuales ponen en evidencia esta tendencia incorporada al ideario colectivo. Desde la aparición de la prensa gráfica, en los inicios del siglo XX, la imagen fotográfica en la moda ha sido un elemento fundamental para mostrar, seducir, enseñar y dar a conocer los últimos estilos en el quehacer creativo de la indumentaria. Es por eso que resulta interesante poder hacer un recorrido contextual de lo que la fotografía aportó a la moda como fuente de inspiración para mostrar un mundo glamoroso e innovador.

Palabras clave: fotografía - moda - imagen - comunicación - medios - tendencia - historia - estilos - inspiración - innovación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 105]

⁽¹⁾ Master en Cultura Argentina (EDIAC- Fondo Nac. de las Artes, 1997). Investigadora fotográfica y documentalista. Autora del libro: *La Fotografía. Un invento con historia*. Miembro del Comité Ejecutivo Iberoamericano para los Congresos de Historia de la Fotografía. Pertenece a la Facultad de Diseño y Comunicación desde el año 2004.

Moda y fotografía. Aliados inseparables

“La moda, como la entendemos actualmente y como todas las artes aplicadas en el siglo XIX y principios del siglo XX, nació en París. Ciudad próspera, populosa y de fama internacional, era el centro indiscutido de las industrias de lujo” (*El gran libro de la Moda, Clarín, 2011*). La fotografía, cuyo primer registro se dio en 1826 gracias a un tímido señor burgués llamado Nicéphore Niépce, tuvo el mismo lugar de origen, si bien unos kilómetros más alejados de la ciudad luz, pero ambas comparten ese territorio mágico que durante muchos años fue cuna de creadores y artistas que influyeron definitivamente en el ideario colectivo. Por su parte, la moda ha tenido a través de la fotografía la posibilidad de construir y decodificar un ideal de belleza instalado en la sociedad de manera concluyente. Mediante sus imágenes la sociedad fue elaborando un tipo de belleza que por su mismo origen muchas veces puede distar de la realidad en la cual se elaboró.

La prensa gráfica, surgida en los comienzos del siglo XX, ayudó a expandir estos criterios aportando su cuota de fascinación, glamour y fantasía a través de publicaciones que acapararon la atención de las lectoras, quienes encontraban en ellas la concreción de su ideal.

El inicio de un gran arte

Desde su aparición, la fotografía ha sido un medio imprescindible en cualquier campo de los medios de comunicación. Su inserción en la sociedad fue prácticamente inmediata y con el transcurrir del tiempo y los avances tecnológicos, se constituyó en un medio imprescindible para difundir, mostrar y crear tendencia en cualquiera de los campos en que se haya utilizado.

En el caso de la moda, su arribo definitivo fotográficamente se dio prácticamente con el comienzo del siglo XX a través de la aparición de revistas, magazines y suplementos dedicados especialmente al mundo femenino.

Al haber tenido un origen común, ambas siguieron un mismo derrotero en lo referente a los acontecimientos que se fueron dando en ese momento de la historia.

Por supuesto que ya desde antes del invento que cambiaría la visión del mundo, existían publicaciones que ilustraban, a través de figurines, las últimas tendencias para una élite de la sociedad que podía consumir un tipo de indumentaria más elaborada.

A esto se sumó la aparición de modistos, y diseñadores que de algún modo le fueron dando cierta jerarquía en una sociedad industrializada que bregaba por mejores condiciones de vida, pese a las grandes diferencias que estos mismos cambios ocasionaban.

Desde ya que estos cambios no fueron aislados, desde fines del siglo XIX el mundo había asistido a una serie de transformaciones y evoluciones que iban desde los avances en el campo científico, el desarrollo de las artes, la aparición de nuevas corrientes de pensamiento que influyen de modo directo en la literatura, hasta la necesidad de una búsqueda de un mundo mejor, aunque finalmente la llegada del siglo XX en la práctica no fue tan auspicioso como se esperaba.

La Belle Époque a través de la fotografía

Entre 1871 y 1914 se desarrolló, especialmente en Europa, un movimiento conocido como *Belle Époque* (Bella Época) que sustentaba los principios antedichos. El desarrollo producido en distintos ámbitos dotó a este período de modificaciones fundamentales que repercutieron en tanto en la moda como en la fotografía.

Las casas de moda comenzaban a dictaminar lo que se debía usar, el cuándo y el cómo de determinadas prendas que se volvieron imprescindibles en cualquier guardarropa femenino de las damas de alta sociedad.

En cuanto a la fotografía, surgieron cambios esenciales en el modo de registrar una sociedad que comenzaba a hacer de la imagen un *modus operandi* en su cotidianidad.

Hacia 1902 se produce en los Estados Unidos el primer movimiento fotográfico que eleva la fotografía a la categoría de arte mediante la propuesta de Alfred Stieglitz, (1864-1946) un fotógrafo proveniente de la corriente pictorialista que propone la separación de la fotografía de la pintura, demostrando que la fotografía es un arte en sí mismo.

De este notable grupo destaca el nombre de Edward Steichen, (1879-1973) considerado el primer representante de un estilo exclusivo de fotografía de moda. Nacido en los Estados Unidos, su extensa carrera profesional transitó por la publicidad para recalcar en la moda a través de sus producciones realizadas en *Vogue* y *Vanity Fair*, llegando a ser editor fotográfico de la primera.

La modelo, protagonista

La obra de Steichen trasciende los límites de su país, ya que incluye en la fotografía de moda el protagonismo de la modelo, pues ya no se trata de mostrar sino de seducir a través del uso de la luz, la ambientación, montando escenarios verdaderamente sorprendentes que se vuelven más evidentes con el advenimiento de un profundo cambio en los años 20, luego de transcurrida la Primera Guerra Mundial. Estilo fotográfico que se prolongó por varias décadas debido a su larga trayectoria.

Y así como la moda fue cambiando, la fotografía lo hizo acompañando las necesidades de una época donde la mujer comenzaba a buscar su espacio propio. Prueba de ello son las diseñadoras que comienzan a ocupar lugares destacados en el panorama de la indumentaria. Nombres tales como Jeanne Lanvin, Madeleine Vionnet, Gabrielle Chanel, Elsa Schiaparelli, cada una propuso estilos para la *nueva mujer* que buscaba sobresalir y romper con los cánones de sus mayores.

Por lo tanto, la imagen que las publicaciones brindaban tenían que contener mensajes acordes con estas necesidades. Cuestión que Steichen entendió muy bien y supo desestructurar lo que otros colegas habían hecho anteriormente con la imagen.

Movimientos y tendencias

La nueva forma de captar fotográficamente, no solo tenía que ver con los adelantos técnicos sino también con las corrientes artísticas y de pensamiento que avanzan a pasos agigantados. Desde la propuesta ideológica el surrealismo tuvo un peso muy fuerte en la forma de representatividad y el surgimiento del *Art Déco* en el diseño hizo su aporte para que ambos movimientos confluyeran en un juego por demás atractivo para la época.

Surgido en París en 1924, el surrealismo tuvo efectos imperecederos en todas las artes. Tal como lo definen Kraimer y Tello en su *Diccionario de Movimientos del siglo XX*: “Movimiento artístico y literario que intenta sobrepasar lo real impulsando, con automatismo psíquico, lo imaginario y lo irracional. La yuxtaposición de lo familiar y lo desconocido constituye la esencia del movimiento surrealista tal como se manifestaba en la pintura” (2003, p. 204).

Con respecto al *Arte Déco* dichos autores consideran que este estilo internacional se desarrolló especialmente en los Estados y en Europa, si bien se pueden observar registros arquitectónicos también en Latinoamérica, destacando su influencia en la vestimenta, el mobiliario y la gráfica.

En lo relativo a la imagen específicamente, se considera a Man Ray (1890-1976) su mayor representante puesto que mediante el uso de recursos técnicos tales como el rayograma, la solarización y el fotomontaje podía dar a sus fotografías ese aspecto onírico que el surrealismo propugnaba, tal como se puede apreciar en sus producciones de moda donde, como manifiesta Paloma Castellanos: “el cuerpo femenino era una de las preocupaciones mayores de los surrealistas europeos, lo presentaban como un modelo erótico o como un objeto fetichista sexual” (1999, p. 213).

Por lo tanto, estos fotógrafos trataron de representar ese ideal propuesto, aunando condiciones propias de la mujer en ese momento de la historia. Cuestiones tales como la sensualidad, la belleza, lo femenino tenían que ser elementos esenciales para componer un adecuado cuadro artístico que la fotografía debía transmitir.

En el caso de Man Ray, y en lo que a fotografía se trata, la gama de recursos técnicos empleados ayudó a intensificar aún más estos componentes que la sociedad reclamaba.

Desde ya que a este célebre profesional, se fueron sumando otros que también dejaron su impronta y su sello distintivo, ya fuese desde una ambientación particular o destacando la sensualidad de la modelo o también ponderando ese objeto del deseo que era en sí una indumentaria soñada.

Moda, costumbres y sociedad

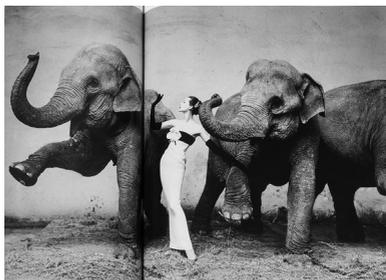
Para poder transitar este camino entre sublimación y realidad, resulta conveniente establecer las pautas que signaron a este tipo de fotografía durante el siglo XX pues sentó el precedente de lo que en el siglo XXI se tomaría de estas propuestas, dejando de lado otras cuestiones como las indicadas anteriormente.

La primera mitad del siglo XX como ya se vio atravesó por la búsqueda de nuevos lenguajes fotográficos que, a su vez, estuvieran acordes con las pautas establecidas de un cambiante y conflictivo mundo.

A partir de los años '50, la llegada de la impresión en color a nivel popular, el cine en Cinemascope, el acceso a cámaras fotográficas más adaptables y con rollos que podían captar el mundo con las tonalidades con que se lo veía, amplió la posibilidad de mostrar en todo su esplendor la moda y las características de uso de accesorios y avíos.

De todas maneras, varios profesionales seguían utilizando el misterio del blanco/negro considerándolo más sugerente para las mujeres de la época, pero con el agregado de enfoques y encuadres muy distantes de los tradicionales para la moda.

Digno es de destacar la producción de Richard Avedon (1923-2004), quien se hizo célebre por su famosa fotografía de la modelo Dovima luciendo un vestido de Christian Dior rodeada por dos elefantes reales que la custodiaban (Figura 1).



1



2



3

Figura 1. Dovima con modelo de Christian Dior. Fuente: harpersbazaar.com
Figuras 2 y 3. Edward Steichen. Modelos 1934. Fuente: *In Igh Fashion The Condé Nast*.

Indudablemente este estilo irreverente dio un sello a la fotografía de moda que lo hizo característico, como el caso de la modelo Veruschka en una fotografía totalmente desestructurada saltando con un vestido diseñado por el norteamericano Bill Blass. O su emblemática Twiggy a la que fotografió infinidad de veces, siendo prácticamente su fetiche a la hora de lucir los atuendos particulares de los años sesenta.

En Argentina, la fotógrafa Annemarie Heinrich (1912-2005), reconocida por sus retratos de artistas del espectáculo, sorprendió hacia los años cincuenta con una serie de sombreros que lucían determinadas modelos, pero a las cuales no se las ve en las imágenes, ya que el encuadre toma solo el accesorio dejando observar que es una persona la que lo está portando.

Quizás esta particularidad proviniese de lo impuesto en su momento por el ya mencionado Edward Steichen, quien muchos años antes incluyó el detalle a modo de destaque de alguna prenda femenina, como la de calzados realizadas en 1934, donde se aprecia en un caso unas esbeltas piernas elevadas en 90° luciendo unas sandalias, u otra donde el enfoque está en la parte inferior de las piernas acompañadas por un brazo que luce una resplandeciente pulsera, entre otras realizadas con el mismo elemento (Figuras 2 y 3).

Avedon también utilizó el detalle en 1954 para la marca Peruggia de calzados en una imagen cuyo fondo es la torre Eiffel, dejando en primer plano el tobillo que muestra una *botineta* con terminación de piel.

La fotografía en las revistas de moda

Todo este despliegue en cuanto a modelos y fotógrafos tuvo su epicentro en las revistas de moda que se multiplicaron rápidamente a lo largo del siglo XX, cuando el fenómeno *online* no había hecho aún su irrupción.

Por lo tanto durante prácticamente todo ese período varias publicaciones compitieron, tratando de acercar a su público lo que consideraban más atractivo y conveniente para atraer la atención y cumplir, de algún modo, las exigencias y expectativas que su público reclamaba.

Desde ya que varias de ellas siguen siendo un referente ineludible para apreciar las últimas tendencias, pero hay otras que marcaron indudablemente el ritmo de su época y dejaron una impronta por lo que aún hoy permanecen en el ideario colectivo debido a su originalidad al mostrar los atuendos o por sus recursos para imponerse en el mercado, tratando de captar la atención y agregando *un algo más* en el mundo de la indumentaria.

Y en esta fusión moda-fotografía se toman como referentes dos revistas que transitaron prácticamente la segunda mitad de ese agitado siglo, superando obstáculos y dificultades. Una de ellas fue *Burda*, creada por Anne Burda (1909-2005) tal su apellido de casada, quien en 1949 se hizo cargo de esta publicación, llegando a convertirse en una personalidad en el mundo de las grandes empresarias. El éxito de su revista consistió en agregarle a la misma patrones de moldes para que las usuarias pudieran realizar sus propios indumentos, logrando en los años '50 tener una tirada de 100.000 ejemplares.

Durante 45 años, Anne se posicionó con esta publicación en los mercados internacionales, llegando a poder ingresar en la Unión Soviética en momentos muy complejos para la historia política del mundo.

Las fotografías que ilustraban las revistas presentaban a las modelos generalmente sobre fondos neutros, en su mayoría blancos para el destaque de las prendas, pues en este caso debían lucir como maniqués ya que el eje estaba precisamente en lo que se mostraba y debían por lo tanto ser lo más explícitas posibles. Una jugada inteligente para un mundo que buscaba en estas fotografías, más lo artístico que lo evidente (Figuras 4 y 5).

Y si de composiciones se trata, en Argentina nace la revista *Claudia*, opuesta visualmente a esta tendencia.

Isabella Cosce considera que *Claudia* fue la revista argentina más emblemática para la mujer moderna de los años sesenta. Desde su primera publicación en 1957, conmocionó el mercado ya que representó una innovación en el campo del periodismo y la posibilidad de una nueva imagen femenina. (...) que presentaba un compromiso más amplio en cuanto a los cambios culturales de los años sesenta, especialmente los referidos a la función de la mujer en la sociedad y al rol que se estaba gestando en ese proceso a través de los medios de comunicación y el mercado editorial. (2011).



4



5

Figuras 4 y 5. Portada de revistas. Fuente: Revista Burda.
Figuras 6 y 7. Producciones de Senderowicz para la revista Claudia. Fuente: galeriavassari.com.ar



6



7

En función de esta propuesta realizada por la Editorial Abril, las fotografías debían resumir ese anhelo de la *mujer moderna*. Fue entonces el talento de Boleslaw Senderowick (1922-1994) quien le dio marco a este ideal con una fotografía que respondía a los cánones establecidos por las internacionales Vogue y Vanity Fair. Las modelos de Senderowick siempre estuvieron en ambientes en su mayoría reales, posando de manera muy sensual en cada una de las tomas, haciendo que hasta los artículos de uso doméstico se vieran seductores para el ama de casa tradicional (Figuras 6 y 7).

El juego de interior/exterior también fue constante en su producción, desde una tradicional avenida porteña hasta un estadio de fútbol, no faltó el *sex appeal* que su fotógrafo le supo poner. Claudia se publicó hasta 1973, sentando un precedente muy utilizado actualmente.

Transgresión y moda

A la tradicional fotografía de moda, se le sumó en su momento otro elemento que prendió en el ideario colectivo en un juego de visualización entre el cuerpo y el entorno.

Helmut Newton fue uno de sus mentores y supo muy bien explotar este lado de la visualización de la imagen. Según él, enamorado de la belleza femenina, siempre se rodeó de modelos que de acuerdo con sus parámetros debían ser muy altas, con piernas longilíneas. Lo que hizo característica a su producción es la combinación que realizó entre esos cuerpos, muchas veces sólo vestidas con medias y zapatos de tacos muy finos, rodeadas en ambientes lujosos.

Un caso curioso fue su libro publicado en 1999 por la Editorial Taschen, con características insólitas para este tipo de textos ya que pesó 30 kilos con un tamaño de un metro, el cual incluyó 400 imágenes de su obra tan controvertida.

Y si de transgresiones se trata Robert Mapplethorpe, y más allá de la moda, es una figura indiscutida, porque mostró una belleza inusual para la época con modelos especialmente masculinos, apelando al igual que Newton a una mirada controvertida y ensalzando especialmente el cuerpo, tal su serie *Black Men* con el modelo Ken Moody donde “su tema no es otro que el placer de observar estos cuerpos de raza negra desnudos; cuerpos apolíneos, figuras perfectas y miradas seductoras fueron durante años, después de haber retratado el *underground* neoyorquino, la única materia de las imágenes de Mapplethorpe” (Catálogo Ficciones, 2011, p. 19).

De otro modo más sugerente, Mario Testino, tuvo su fetiche indiscutible en Kate Moss a quien fotografió durante veinte años. En 2012, la fotógrafa Suzanne Plunkett captó una imagen de la modelo desnuda exhibiéndose en la Feria de Arte Frieze de Londres, como parte de la instalación *Linke Commode* la cual estaba preparada para una sesión de fotos que haría con Testino, material que fue compilado en un libro de lujo firmado por el profesional.

El sentido esencial de la belleza

Definir la belleza puede resultar un ejercicio por demás irreverente, ya que la belleza en sí ha ido variando a lo largo de la historia y los parámetros con los que se la medía en la antigüedad, distan mucho de ser los que son hoy.

Umberto Eco lo ha planteado en sus escritos de diversas maneras y de acuerdo a las circunstancias en las cuales se desarrolle. Una de sus definiciones, aplicables al planteo del tema lo manifiesta de este modo:

Corriendo a toda prisa tras las efímeras bellezas impuestas por las modas, somos más esclavos que en el Renacimiento, cuando la gente sólo se fijaba en la cara. El hombre y la mujer de hoy se sienten mal por no poder cambiar de aspecto; no consideran la belleza un artificio sino que la confunden con la realidad y se frustran ante referencias tan perfectas como artificiales: Hasta la más bella de las modelos será siempre más fea en la vida real que en las fotos (2004, p. 1).

Si bien este escrito ya tiene unos años, el planteo que manifiesta Eco, es acorde con este momento. Muestra una esclavitud de esa belleza sublimada en la cual la sociedad está inmersa, dejando muchas veces de lado otros factores mucho más acuciantes que esta problemática planteada.

Con la percepción que la caracteriza, la fotografía también acusó esta imperiosa necesidad de mostrar lo bello, cuestionando también hasta qué punto esta condición es inapelable a los ojos de una sociedad que hoy más que nunca muestra su diversidad y su sentido de libertad en cualquiera de los aspectos que se la aborde.

Un claro ejemplo de ello lo ejemplifica Luján Agusti, una joven fotógrafa del medio, quien manifiesta:

No fue hasta un momento muy reciente que descubrimos que cuantas más versiones más versiones tuviéramos de lo hermoso, más chances habría de encontrar bellas también nuestras particularidades. Y es que las redes sociales nos han dado la oportunidad de mostrarnos, y aunque en algún tramo de este camino, la mayoría nos hemos sentido avergonzadas por no vernos *como se esperaba* es cierto que también hemos sido sorprendidas gratamente por la fervorosa aceptación e incluso, identificación de personas que nos dieron algo importante e inesperado: un nuevo espejo en el que sentirnos especiales. Ante tanta diversidad de cuerpos, pieles, actitudes, hoy parecemos no depender exclusivamente de lo que los medios dicen que es lindo, buscamos, o al menos intentamos, dar con nuestras propias tribus y referentes (2020, p. 1).

De lo sublime a lo real

Resulta complejo entonces establecer parámetros definidos en cuanto a lo que belleza refiere, pero también es cierto que en la búsqueda del punto medio entre estas interacciones, la fotografía buscó referentes para poder adecuarse al delicado equilibrio que en definitiva el público espera.

Así entonces como fueron mutando estos criterios, también lo fueron haciendo quienes tenían a su cargo la enorme responsabilidad de llegar a satisfacer estos requerimientos sociales.

A su vez, un hecho muy particular se produce especialmente a mediados del siglo XX cuando en el escenario de la fotografía de moda, comienzan a aparecer profesionales que transitan por otros espacios mucho más amplios y reales de la sociedad.

Muchos de ellos, buscando a través de otros lenguajes visualizar realidades para ellos compatibles con el mundo de la ensoñación que significa la moda, entendiendo por tal que este aspecto forma parte de un todo mucho más complejo y abarcativo que lo que hace a la indumentaria.

Un caso en el que se conjuga sensualidad y estética lo constituye el fotógrafo Ferdinando Scianna, quien a lo largo de su carrera transitó por caminos tan disímiles como el reportaje documental y las noticias de actualidad.

Su obra fotográfica, especialmente en blanco y negro, da cuenta del estilo de la mujer italiana, mostrándola desafiante y provocativa, en algunos casos o sensual y misteriosa en otros.

O el ya mencionado fotógrafo peruano Mario Testino, quien en su larga trayectoria transitó por diversos modos de enfocar la moda, llegando a buscar en sus propias raíces un tipo de belleza particular a través de la mujer andina, logrando imágenes impactantes en las que se conjugan la estética, el color y la tradición de manera inigualable.

La realidad al servicio de la moda

Transcurrida dos décadas del siglo XXI, tanto la moda como la fotografía tuvieron que adaptarse a una realidad concreta, producto de los vertiginosos cambios que se fueron dando en estos aspectos.

Hoy la moda, busca la conjunción de estereotipos del siglo anterior, *aggiornando* diversos elementos para dar una imagen congruente en una época plagada de situaciones y acontecimientos, muy disímiles a veces pero que configuran una nueva sociedad donde no falta la búsqueda de la inclusión, como una manera de romper parámetros impuestos por determinadas convenciones y que hoy resultan obsoletos.

A su vez, la fotografía instalada en la vida diaria, como un elemento imprescindible de los comportamientos humanos, también explora para lograr un lenguaje propio y compatible con el colectivo social.

La moda y la fotografía, seguirán su derrotero ya que forman una conjunción iniciada hace más de un siglo y donde se retroalimentan, dependiendo la una de la otra para configurar esa difícil interpretación de lo que la belleza de hoy les exige a ambas.

Bibliografía

- Atchugarry, P. (2011). *Ficciones. Encuentro Bienal de Fotografía y Nuevos Medios*. Uruguay.
- Augusti, L. (2020). *Belleza: De que se trata la revolución de los estereotipos*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/que-es-realmente-belleza-nid2340223>
- Avedon, R. (2008). *Télérama, hors série*. Paris: Hors - Série.
- Brandow, E. (2008). Edward Steichen. In *High Fashion. The Conde Nast Years 1923-1937*. New York: Editions Norton.

- Castellanos, P. (1999). *Diccionario de Fotografía*. Madrid: Itsmo.
- Cosse, I. (2011). Claudia: La revista de la mujer moderna en la Argentina de los años sesenta (1957-1973), REVISTA MORA IIGE - Universidad de Buenos Aires. *Revista Mora*, 17, 1-1.
- Eco, U. (2004). *Historia de la Belleza*. Barcelona: S.A.U.
- El gran libro de la moda*. (2011). Buenos Aires: Diario Clarín.
- Incorvaia, M. (2015). *Grandes Fotos. Grandes fotógrafos*. Buenos Aires: Diario La Nación.
- Kramer, T. (2003). *Diccionario de Movimientos del siglo XX*. Buenos Aires: Longseller.

Abstract: Today the image is the most complete representation of the media, which clearly show this trend incorporated into the collective ideology. Since the appearance of the graphic press, in the early twentieth century, the photographic image in fashion has been a fundamental element to show, seduce, teach and publicize the latest styles in the creative work of clothing. That is why it is interesting to be able to take a contextual journey of what photography contributed to fashion as a source of inspiration to show a glamorous and innovative world.

Keywords: photography - fashion - image - communication - media - trend - history - styles - inspiration - innovation.

Resumo: Hoje a imagem é a representação mais completa dos meios de comunicação, o que evidencia essa tendência incorporada à ideologia coletiva. Desde o surgimento da imprensa gráfica, no início do século XX, a imagem fotográfica na moda tem sido um elemento fundamental para mostrar, seduzir, ensinar e divulgar os estilos mais recentes no trabalho criativo do vestuário. Por isso é interessante poder fazer um percurso contextual de como a fotografia contribuiu para a moda como fonte de inspiração para mostrar um mundo glamoroso e inovador.

Palavras chave: fotografia - moda - imagem - comunicação - mídia - tendência - história - estilos - inspiração - inovação.

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