

Sylvie Ebel se formó en la Haute École de Commerce de París y cuenta con diez años de experiencia en el sector de moda. Fue directora del Prêt à Porter de la cadena Printemps. Actualmente dirige el Polo de Formación del IFM. E-mail: ebel@ifm-paris.org Web: <http://www.ifm-paris.org>

Lucrecia Escudero Chauvel es semióloga y profesora en Modelos y Teorías de la Comunicación en la Universidad de Lille 3 y de Teoría de los Signos en la Universidad de París VIII. E-mail: lucreciachauvel@aol.com

* Universidad Anhembi Morumbi
Amon Armori: armori@anhembi.br

Marketing de la Moda: posgrado@ub.edu.ar

Web: <http://www.ub.edu.ar>

Universidad de Belgrano - Departamento de Estudios de Posgrado
Lavalle 485 - Buenos Aires (Argentina)- Tel. (00 54 11) 4393 5588/9

MODA Y ARTE DE VANGUARDIA

La moda es una expresión de nuestra creatividad cotidiana.

Juan Mathé, fotógrafo de moda y artista plástico

deSignis: Nunca como ahora los lazos entre el mundo del arte y el mundo de la moda han sido más estrechos, si vemos las exposiciones que diferentes museos europeos y norteamericanos están dedicando a modistos consagrados. Por otra parte, al mundo del arte no le resultan indiferentes las imágenes de la moda, que parecerían olvidar la ropa para señalar una "actitud", un "gesto". ¿Cómo ve un artista a la moda?

Juan Mathé: Creo que la forma de la pregunta me permite abordar el tema de la moda desde una perspectiva bastante amplia. Dada la enorme influencia que ejerce hoy la moda sobre nuestra vida de todos los días y la diversidad de medios que la moda emplea para llegar a nosotros, siento que la única manera de acercarnos a ella es justamente con "los sentidos bien abiertos".

La moda nos llama porque se ha vuelto una extensión tangible de nuestra creatividad de manera cotidiana, y justamente me parece necesaria porque nos permite ser y nos ayuda a expresar esta condición distintiva de nuestra vida casi sin que nos demos cuenta.

Una vez que trascendemos el aspecto funcional básico del vestir, el hecho de "cubrirnos", y entramos en ese espacio de creatividad, nos volvemos a encontrar con una pulsión tan básica como esa función primera pero que en este segundo estado involucra al otro: nos vestimos para el otro, para proyectar lo

que queremos sea percibido de nosotros, para gustar, para ser deseados, para seducir, hasta si queremos, para *pro-crear*. Me acuerdo en este momento de un reportaje a Helmut Lang, realizado luego de la presentación de una de sus colecciones, que era particularmente sexy, y de su respuesta acerca de cuál había sido la intención o la inspiración que lo había guiado durante su creación, a lo que Lang contestaba "to get laid", o sea tener sexo, premio más que gratificante del anochecer de nuestros días agitados.

Todo esto requiere una cierta complicidad de parte nuestra, obviamente, y esto es lo que hace a la moda aun más atractiva. La moda nos transforma, nos potencia, nos hace explotar y explota con nosotros. Nos empuja a que expresemos nuestra creatividad y, en ese momento preciso de elección, nos permite ejercer justamente la práctica de lo que nos hace diferentes como seres creativos que somos y entonces nos promueve a la categoría de "artistas", de "únicos". Son justamente todas estas posibilidades las que nos atraen a todos en mayor o menor medida. De repente pienso en Paul Valéry quien se refería a la piel como a lo más profundo; creo que algo similar ocurre con la moda, la que nos puede llevar desde la superficie hasta los abismos del placer.

d: ¿Y cómo ve un artista a la moda *dentro* del arte? Pienso en fotógrafos como Mario Testino, fotógrafo de moda de *Vogue*, al que se le hace una retrospectiva en la National Portrait Gallery para el 2002, o en Corinne Day y Terry Richardson que fotografían a las top models, que también expusieron en Londres...

JM: Hay varios elementos que pueden darse cita alrededor de esta cuestión, dada la compleja trama que acerca y retroalimenta en ambos sentidos al arte y a la moda, pero preferiría concentrarme en una característica particular de esta relación. Creo que una de las cosas más interesantes y sorprendentes de la moda hoy es la capacidad que tiene el medio de engullir todo lo que se le cruza por delante y transformarlo. Esta capacidad de dar nueva forma a las cosas y de volver a ponerlas en circulación me parece apasionante y al mismo tiempo típica de nuestros días y de la fuerza que ha ido ganando la moda en los últimos tiempos. La moda "consume" y se apropia de todo con un apetito feroz que llama la atención, de la misma manera que en otro tiempo llamó la atención la vorágine con que las artes hacían propias y se adueñaban de las cosas y hechos de su tiempo para transformarlos en material plástico. Creo que esta mecánica que hoy nutre la moda deriva justamente de formas de apropiación típicas de la pintura, de la escultura, de la performance, y testimonian el grado de interrelación que se da entre moda y artes plásticas. Por otro lado y desde hace ya muchos años tenemos otras formas de participación de la moda en el mundo de las artes, las cuales hoy son moneda corriente.

Desde el principio del siglo XX han sido muchas las invitaciones que han tenido lugar en el mundo de las artes escenográficas por ejemplo, y hoy son cada vez más los diseñadores que crean vestuarios especiales para piezas de danza contemporánea, para el teatro o la ópera, para el cine y el videoarte o la fotografía.

Todo esto sin nombrar a los artistas plásticos que cruzan los límites en sentido contrario y que por ejemplo utilizan materiales comúnmente ligados a las creaciones de moda o crean obras, que formalmente podrían ser categorizadas como de diseño de indumentaria, pero lo hacen dentro de un marco de creación y exposición inserto en el circuito de las artes plásticas que terminan definiéndolas como tales.

Hoy, y por más que suene redundante, "la moda está de moda" y esto salta a la vista con el creciente intercambio que se da entre el mundo del arte y el mundo de la moda. Los límites históricos de estos medios de expresión se han ido esfumando de a poco y este ir y venir cada vez más fructífero y nutrido entre ambos mundos se ve coronado con exposiciones como la organizada por el MET en tributo al trabajo de Giorgio Armani.

d: ¿Qué es ser un fotógrafo de moda?

JM: La fotografía de moda como tal creo que no existe. Los grandes nombres de la fotografía cuyos trabajos han estado ligados a la moda han dejado una marca precisamente porque han ido más allá de los límites propios del medio y han sostenido una "visión" que les era propia: una cierta visión del "glamour", de la sexualidad, de la fantasía, del deseo, en la que la moda era un elemento más, de gran importancia pero al fin y al cabo sólo un elemento más, de los que hacían a la construcción de cada una de sus imágenes. Todo esto podría resumirse con una simple aplicación de la regla de tres básica: moda = arte = vida.

Entrevista realizada en Buenos Aires por Claudio Guerri

Juan Mathé es artista plástico. Se formó en la School of Fine Arts de la Universidad de Baltimore y completó sus estudios en París en la École des Hautes Etudes en Sciences Sociales con una tesis sobre sociología del arte. Ha expuesto en el Washington Project for the Arts, en la Feria de Arte Contemporáneo de París y en la Feria de Tarragona en España, además de realizar periódicamente muestras en la Argentina (Centro Cultural de la Recoleta, Museo Castagnino, etc.). Colabora como artista plástico en numerosas revistas de moda argentinas y brasileñas.
E-mail: jmmathe_estudio@interlink.com.ar

Claudio Guerri es arquitecto y profesor de Morfología en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. Dirige el Programa de Investigación: Semiótica del Espacio y Teoría del Diseño.
E-mail: claudioguerri@arnet.com.ar

MODA E GLOBALIZAÇÃO

deSignis: Neste momento de “mercadorização” global, qual é o papel da moda? O vestido (ou vestir-se) ajuda a promover uma sensibilidade global ou a preservar identidades locais ou internacionais?

Valery Steele: O mundo da moda tornou-se cada vez mais entrelaçado nas últimas décadas, por exemplo, não é somente Paris que domina a moda, pois você tem contribuições de todos os lugares do mundo. Você pode ter uma sessão de fotos onde há um costureiro inglês, estabelecido na França, utilizando tecidos italianos. Ele pode trabalhar com um fotógrafo japonês, uma modelo brasileira e um maquiador austríaco; todos trabalhando juntos para uma revista em Hong Kong. Hoje tem-se mais interação entre pessoas do mundo todo.

Agora, se a moda é uma força para algum entendimento intercultural... acho que seria uma boa idéia, mas eu não acho que faça mais, em relação a isto, que qualquer outra mercadoria – seja para o bem ou para o mal. Algumas pessoas pensam a cultura da mercadoria como sendo um aspecto do imperialismo ocidental, outros tendem a vê-la como um tipo de contacto cultural de entendimento. Eu penso que ambas perspectivas são um pouco exageradas. O impacto real da moda em qualquer situação de inter-relação cultural pode variar tremendamente. Em algumas situações pode ser percebido como libertador, já em outros casos como opressor. Cada caso é um caso. Não é algo que pode se dar uma resposta geral para isto.