

# Historia de la moda argentina

Del miriñaque al diseño de autor  
Susana Saulquin

emecé



## 4. LA POSMODERNIDAD EN LA MODA. 1976-1989

181 a 186

**P**ara analizar el lapso que se extiende entre 1976 y 1989 es preciso tener presentes los diferentes carriles por los cuales transitaron los cambios políticos, económicos y sociales en la Argentina y en los países industrializados. En 1973, el auge tecnológico y la crisis del petróleo provocaron alteraciones en los sistemas económicos y sociales de los países productores de moda a escala mundial, y suscitaron modificaciones en los comportamientos.

Si el período posterior a la Primera Guerra Mundial, especialmente en los años veinte, representó el momento culminante de la modernidad, los años ochenta pueden ser considerados como la culminación de la posmodernidad, en especial en los países industrializados. Ocurre que durante esos años se configuró una nueva jerarquía de valores que habían ido surgiendo desde los años cincuenta. Normas, costumbres, hábitos y modas se potenciaron y alcanzaron su máxima expresión en esos años, para comenzar luego una lenta declinación.

Es entre los años 1976 y 1989 cuando se evidenciaron de manera conjunta algunos de los principios más representativos de la posmodernidad: aceleración, hedonismo, eficiencia en el uso de la tecnología, aparente igualdad basada en cierta tendencia a la democratización, sumados al vacío existencial, la fragmentación, la necesidad de volver al pasado, lo efímero como constante, el desmesurado consumismo.

Además, el desarrollo de la informática y el poder de las comunicaciones promovieron la aceleración creciente en los ritmos de vida. El hedonismo de principios de los ochenta se traducía en el culto exagerado al cuerpo y a la buena vida, con un mayor disfrute de los bienes y servicios; además, comenzó a reconocerse la importancia del buen diseño y el control de la calidad. A esto se sumó una mayor eficiencia en el uso de la cada vez más sofisticada tecnología, unida a la creciente necesidad

LOS AÑOS OCHENTA

NUEVAS TECNOLOGÍAS

de tener computadoras personales para mejorar y optimizar el uso del tiempo, y así disponer de más horas libres.

IGUALDAD Y ANDROGINIA

La igualdad se presentaba a través de lo andrógino, es decir, de una nueva filosofía que minimizaba las diferencias y acortaba las distancias entre hombres y mujeres. Esta homogeneización, traducida en las vestimentas y hasta en los rasgos fisonómicos, resulta natural si se recuerda la estrecha relación entre la condición social de la mujer y la diferenciación entre prendas en la historia de la moda. Al hacer un recorrido de la historia del vestido desde la aparición de la moda, se repite esta relación de modo inversamente proporcional. En las épocas con mayores diferencias entre las vestimentas femeninas y masculinas, como por ejemplo en los años previos a la Primera Guerra Mundial, menores son las oportunidades vitales para la mujer. Cuando esas diferencias se minimizan, como en la actualidad, las oportunidades se amplían. Lo andrógino enfatizaba la igualdad mucho más que el unisex de los sesenta, ya que jugaba con un componente ideológico que no estaba presente antes. Si la ideología se mostró siempre en la cabeza (peinados, adornos, maquillaje) es recién con la androginia cuando se mimetizan los rasgos.

DEMOCRATIZACIÓN

Otra de las características posmodernas es la tendencia a la democratización, evidenciada en varios aspectos. Entre ellos, la posibilidad de acceso a formas de vestir masivas, aunque con la presencia de marcas que diferencian los estilos de vida de los diferentes grupos. Durante estos años, la sociedad permitió y promovió las elecciones múltiples de estilos, facilitadas por la gran oferta de prendas. Nunca como en esta época la condición femenina se modificó tanto por el acceso a elecciones diversas, en el campo de los estudios como en las relaciones, las formas de ser, las imágenes y los estilos de moda. Como contrapartida, esta amplia gama de elecciones puede haber sido la causante de sensaciones de vacío existencial y soledad en personalidades inseguras, traducidas a veces en violencia contra sí mismas y contra los demás.

MODA Y FRAGMENTACIÓN

Dicha aceleración influyó también en la creciente necesidad de fragmentar para comprender. En la moda, la fragmentación se presentó en la multiplicidad de líneas para cubrir las diferentes situaciones y opciones. Estas aparecieron en los años setenta, creadas por los italianos, y se intensificaron hacia el final de la etapa con las tendencias que pretendían abarcar todos los segmentos de consumidores. Ahora bien, si la modernidad tuvo como una de sus características principales la mirada hacia el futuro y la convicción en el progreso, en la etapa posmoderna la aceleración de los acontecimientos obligó a afirmarse en el pasado para obtener seguridad. Sin embargo, y debido a esta fragmentación de ideas, situaciones, imágenes y modas, se tomaron y mezclaron diferentes estilos, por

lo que, por primera vez en la historia de la moda, puede decirse que reina el "todo vale". Las vanguardias se replegaron y los grupos que cultivaban diferentes estéticas se transformaron en referentes porque señalaban pautas a seguir y estilos de vida.

Lo efímero de las modas, el exagerado consumismo y la afirmación de gobiernos de extracción conservadora en el mundo occidental –entre otras razones– impulsaron la aparición de los *yuppies*, grupos de altos ingresos con frecuente rotación de las modas.

YUPPIES

El consumo en su máxima expresión se veía en el espejo de series de televisión como *Dinastía* y *Dallas*, características de la estética oficial de los ochenta, con sus típicos materiales brillantes y una increíble mezcla de estilos de las décadas del veinte, treinta y cuarenta. Otros segmentos consumidores se inclinaban por las prendas superpuestas y voluminosas con influencias orientales, debidas a la aparición de diseñadores japoneses, al estilo masculino en las prendas femeninas y, junto con la consolidación con la diseñadora norteamericana Donna Karan, la consagración de los conjuntos más formales de faldas y pantalones acompañados con sacos 7/8.

Estas características de la moda, que muestran cierta inquietante convivencia de opuestos, desnudan también las contradicciones del sistema capitalista, fuente de las llamadas "paradojas posmodernas". Por ejemplo, aun a pesar de la alta tecnología textil, se imponen el desteñido, los ruidos y bordes sin terminar, las telas con permanentes arrugas y las manchas.

En la Argentina de esos años, se dio el fenómeno inverso: a espaldas de la posmodernidad, el país comenzó a debatirse en un proceso de desindustrialización y a replegarse sobre sí mismo. Si se analiza esta problemática desde el sistema de la moda, se comprueba que, mientras Europa y los Estados Unidos salieron fortalecidos del período de confusión y aceleración de los estilos de los sesenta, la Argentina empezó su lenta declinación. Esto se debió a que la industria textil, sin una política industrial global, se vio aplastada por medidas económicas y políticas que la ignoraban.

LA ARGENTINA

Desde el comienzo de la dictadura militar en 1976, y específicamente durante la administración de José A. Martínez de Hoz en el Ministerio de Economía, "se implementó una política económica cuyo eje consistió en hacer del mercado financiero el ámbito privilegiado de valorización del capital. Política que tuvo consecuencias tanto o más vastas para el sector manufacturero que las medidas específicamente dirigidas a él".<sup>1</sup> Esta política tuvo nefastas consecuencias para el sector industrial, porque las altas tasas financieras alentaron el desvío del capital de la producción textil en general –y de la indumentaria en particular–, hacia sectores no producti-

DICTADURA E INDUSTRIA DE LA MODA

vos. Junto con estas medidas se adoptó una política de puertas abiertas para las importaciones, y esos productos inundaron los mercados (en su mayoría saldos de temporada y material descartado por los controles de calidad de los países productores de moda) y terminaron por agravar una delicada situación, en el marco de la acción represora política y social.

## DECLINACIÓN

En el cuadro elaborado por la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria sobre la base de datos del Indec que se reproduce aquí, puede apreciarse la caída del volumen físico de la producción en la industria de la indumentaria que ocurrió a partir de la puesta en vigencia de las nuevas medidas económicas. En 1983, con el restablecimiento de la democracia, se produjo una leve mejoría en la situación, pero el nuevo gobierno fue incapaz de revertir la tendencia declinante, que se mantuvo hasta el fin de la etapa analizada.

#### Industria de la indumentaria. Volumen físico de la producción (Índice base 1970 = 100)

Año	Volumen físico de la producción
1970	100,0
1971	106,9
1972	115,8
1973	111,2
1974	133,0
1975	125,0
1976	116,0
1977	109,4
1978	85,2
1979	99,8
1980	89,1
1981	56,1
1982	49,4
1983	53,0
1984	54,8
1985	38,5
1986	44,1
1987	36,5
1988	36,4
1989	34,3

Fuente: Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria, sobre la base de datos del Indec.

El doctor Isaac Hertzriken, gerente general de la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria entre enero de 1978 y diciembre de 1992, analiza las causas que provocaron esta situación y el tipo de estrategias adoptadas:

"La industria de la indumentaria tiene una característica económica en todo el mundo: ante procesos de recesión cae en forma más pronunciada y rápida que cualquier otra industria, así como también cuando hay una expansión de los consumos crece con más fuerza que los otros sectores productivos, y lo hace en menor tiempo. Es una función de demanda: al llegar la recesión el consumidor se cierra y consume lo indispensable.

"Tradicionalmente, la demanda de la indumentaria en la Argentina estaba ligada a dos factores: en primer término, el nivel promedio de ingreso de la población; en segundo, los precios relativos de la indumentaria respecto de otros bienes de la economía. A partir de 1976 comenzó a desarrollarse una política financiera diferente, con pautas que pesaban de manera cada vez más decidida. Esta situación provocó un proceso de acomodamiento de los empresarios de toda la cadena de proveedores básicos. Comienzan entonces los créditos a tener tasas reales y positivas.

"Con el cambio drástico en la vida política y económica, el país entró en un proceso caracterizado por dos factores negativos para la industria de la indumentaria: la violenta contracción de los consumos populares y la apertura de las importaciones. Sin embargo, aunque las importaciones lesionaron la industria, presentaron en el campo específico de la moda un factor positivo de confrontación y comparación, sobre todo a partir de lo introducido por los turistas, de calidad superior a la importación comercial. Es entonces cuando se desarrolló el "hipermerquismo". Ocorre que las marcas que habían sido introducidas a principios de los sesenta ganaron un importante espacio en el mercado, como mecanismo de protección frente a la declinación de la producción.

"Con esta declinación culminó un proceso de expansión y recuperación económica sin antecedentes en la industria argentina, iniciado a comienzos de la década de 1970 y que se extendió hasta 1975. En esos años, la industria tuvo un crecimiento del 33 por ciento, siendo 1974 el año de mayor expansión, cuando a la demanda se le agregó un 10% de los países limítrofes. Al desaparecer esas condiciones, el volumen físico de la producción de la industria de la indumentaria descendió de 133 a 125; con la pérdida de esos ocho puntos comienza el período de declinación.

"A partir de 1976, junto con las marcas, hicieron su aparición las prendas *sport's wear* y la ampliación del tema de las indumentarias deportivas como factores de crecimiento industrial. Es claro que estos no son

RECESIÓN Y EXPANSIÓN

FACTORES NEGATIVOS EN LA INDUSTRIA

SPORTWEAR

factores que puedan sumarse y restarse, pero sí pueden distinguirse cuantitativamente como los negativos que comprimieron la industria de la confección por un lado, y por el otro, le dieron la oportunidad expansiva desde el punto de vista cualitativo. Esto abrió un nuevo horizonte y ayudó a la diversificación. Sus pasos fueron en primer lugar las marcas y los jeans; en segundo lugar, la industria deportiva y, en tercer lugar, una violenta expansión de las marcas que ganaron todos los mercados y especialidades. La industria se vio obligada a satisfacer esas demandas de la población en condiciones de debilidad productiva, que en algunos casos fue extrema y en otros implicó la desaparición de la empresa.

## NUEVOS FENÓMENOS

"Hacia mediados de los ochenta, la recesión generó dos fenómenos nuevos, que alcanzaron su clímax en 1987: en primer término, la integración hacia delante de la industria de la confección, es decir, la distribución directa al público, para evitar los intermediarios; en segundo término, la diversificación productiva de las empresas. A partir de 1985, estas comenzaron a diversificarse, como alternativa para mantener su nivel global de productos. Por ejemplo, una fábrica de jeans hacía camperas, otra que hacía vestidos de mujer confeccionaría faldas, blusas y sacos. Así, desde 1987, se produjo el acceso vertiginoso a los cambios más bruscos e importantes de la moda, cuando se incorporó como factor de peso en las colecciones industriales. Esta condición fue fundamental para poder ingresar en los mercados mundiales."

hacia  
aquí

## 5. CAMBIO DE RUMBO. 1990-2000

Desde aquí

Las profundas transformaciones socioeconómicas que se dieron en el país con el comienzo de la democratización fueron incentivo para renovaciones creativas en todos los campos, ya que se vivía la constante sensación de un cambio necesario, posible y real. Como ejemplo importante debido a sus consecuencias sobre la industria textil y de la indumentaria, se destaca la creación de la carrera de Diseño de Indumentaria y Diseño Textil en la Universidad de Buenos Aires, en el marco de una política de apertura hacia diferentes diseños que, como mencionamos en el capítulo anterior, había comenzado con Diseño Industrial y Gráfico y que también abarcaba Diseño de Imagen y Sonido.

En julio de 1988, el arquitecto Juan M. Borthagaray, decano de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo y su secretaria académica, la arquitecta Carmen Córdova, decidieron formar una comisión para la creación de la nueva carrera. Luego de meses de trabajo, en diciembre del mismo año, la carrera fue aprobada y los cursos se iniciaron el 10 de abril de 1989, bajo la dirección del arquitecto Ricardo Blanco. Ese clima de época, creativo y novedoso, que se daba en el campo de la cultura, en la cinematografía y en las Bienales de Arte Joven, por ejemplo, se fue atenuando a partir de los sucesivos fracasos en el campo económico.

La inflación continuaba creciendo y los gastos del Estado se multiplicaban. Los objetivos de los diferentes planes impulsados y patrocinados por el Fondo Monetario Internacional durante esos años provocaron no solo la fuga masiva de capitales e inversores, sino también una devaluación creciente del peso; se desata un fenómeno conocido como "hiperinflación", que llegó a ser del 3080% en 1989 y del 2314% en 1990. Cinco meses antes de terminar su mandato, el presidente Alfonsín renunció y entregó el poder al nuevo presidente electo, Carlos Saúl Menem.

DISEÑO DE INDUMENTARIA  
Y TEXTIL

CRISIS ECONÓMICA

## GOBIERNO DE MENEM

Las primeras medidas del nuevo gobierno estuvieron orientadas a detener el desborde de la inflación y ordenar las variables económicas. Entre 1990 y 1994 se llevó a cabo una agresiva privatización de empresas hasta ese entonces estatales. Además, desde el gobierno se impulsaron las inversiones extranjeras, mediante la puesta en funcionamiento de un régimen más flexible, en el marco del cual se eliminaron los controles sobre los precios y las tasas de cambio y se anularon los impuestos y los cupos a las exportaciones.

## CONVERTIBILIDAD

En 1991 se aprobó la Ley de Convertibilidad, que estipulaba que el peso era convertible con el dólar. El respaldo estaba asegurado por las reservas en moneda extranjera del Banco Central. Esta ley, sumada a una economía sin regulaciones, provocó importantes cambios en el imaginario social de los argentinos. Luego de la traumática hiperinflación, la tasa de crecimiento del PBI de hasta el 8 por ciento anual –que se alcanzó entre 1990 y 1994– y cierta aparente estabilidad contribuyeron a instalar la sensación de bienestar social y económico. Sin embargo, la altísima corrupción imperante en el país y ciertas políticas equivocadas alteraron de tal forma las variables económicas, que terminaron conspirando contra el real saneamiento pretendido.

## INDUSTRIA TEXTIL ARGENTINA

Para la industria textil y de la indumentaria argentina, las consecuencias de estas medidas económicas de apertura fueron enormes. Entre los cambios en el imaginario social puede contarse que los consumidores argentinos, acostumbrados a una economía cerrada, descubrieron la variedad y comenzaron a acostumbrarse a una calidad diferente. Así, aprendieron a ejercitar sus derechos a punto tal que puede decirse que, si hasta ese entonces se podía hablar de una “tiranía de los fabricantes”, a partir de ese momento la “tiranía” se desplazó a los compradores. Los industriales, que habían aprendido a desenvolverse en una situación de inflación permanente, trabajaban con márgenes holgados en cada eslabón de la larga cadena de producción. Si bien su situación había sido siempre difícil, debido a la incertidumbre económica constante, lo cierto era que se habían acostumbrado a no tener grandes ambiciones.

## CLANDESTINIDAD Y ADUANA PARALELA

La falsificación –otra de las razones que ayudaron a mantener ese estado de precariedad–, fue una problemática compartida también con fabricantes de casi todos los países productores. Sin embargo, en la Argentina, el problema se agudizó por el estado de corrupción imperante. Entre los puntos centrales de la feroz competencia desleal, son dignos de mencionar el contrabando casi institucionalizado –que incluía hasta una Aduana paralela–, y un gran volumen de producción clandestina en negro. Así, se empleaba a trabajadores de los países limítrofes que no tenían permiso de trabajo ni formaban parte del sistema. Esta

modalidad permitía completar un circuito generador de fabulosas ganancias, poderosa organización de comercialización marginal.

Además, preocupados por la importación sin restricciones de ropa usada, en agosto del año 1991 la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria le envió al doctor Domingo Cavallo un documento en el que condenaba severamente esta práctica por considerarla desleal para los fabricantes argentinos y le proponían establecer un pequeño cupo para este tipo de prendas, con un arancel del 22%. En este contexto, hacia fines de 1994, Alejandro Salvador, gerente de la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria, comentaba en el editorial de su catálogo anual: “en el marco económico y social impuesto por el plan vigente a partir de 1991, es dable reconocer el esfuerzo de la industria de la indumentaria por competir con importaciones”. Entonces, y según el Censo Nacional Económico de 1994, la industria de las confecciones ocupaba el séptimo lugar en el orden de las industrias manufactureras, lo que indicaba su relevancia. Las medidas tomadas desde las esferas de gobierno durante la década de 1990 influyeron de manera negativa en la industria textil y de indumentaria, puesto que desalentaron la producción nacional y fomentaron las importaciones. Durante esos años, una parte de las firmas de confecciones que tradicionalmente habían ocupado un lugar de relevancia dentro del sector, optó por cambiar la producción por la comercialización de productos importados.

Hacia 1997 la situación negativa era de tal magnitud que parte del empresariado decidió revertir sus acciones y adaptarse a las nuevas condiciones, asumiendo el desafío de continuar con su actividad. Reconvirtieron entonces sus procesos productivos y de gerencia, para defender el mercado de sus productos a través del mejoramiento de la oferta, de los precios y servicios. No obstante, a pesar de los buenos deseos y de los enormes esfuerzos para revertir lo que ocurría, en un cuadro realizado por la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria<sup>1</sup> cuando Graciela Sánchez ocupaba su gerencia, puede medirse el impacto que en la década de 1990 sintió la industria de la indumentaria:

9800%	Incremento de las importaciones
52%	Caída de precios
<hr/>	
2500 unidades productivas perdidas	
180.000 Puestos de trabajo perdidos en la cadena productiva	

Hacia finales de la década, un 40% de la industria de la indumentaria estaba conformado por boutiques femeninas, un 10% por locales mas-

IMPORTACIÓN  
SIN RESTRICCIONES

culinos y un 10% de jeanerías. Esta distribución cambiaría en los años siguientes, como consecuencia de las transformaciones en el estilo de vida.

### La nueva palabra: diseñar

La llegada del diseño al panorama industrial argentino, con su secuela de nuevas exigencias y cambios en la gestión de la creatividad, al principio complicó aun más la situación de los fabricantes, acostumbrados a la copia. De hecho, por ejemplo, hacia 1991, algunos industriales que solicitaban a la dirección de la carrera un diseñador para sus empresas, hacían una aclaración que creían necesaria: "que no sea muy loco", es decir, que fuera capaz de comprometerse con el proceso productivo. A mediados de la década, el discurso había cambiado y entonces aclaraban que "está de moda incorporar un diseñador".

Hasta entonces, en la producción argentina no se había establecido una tradición en diseño. Como se ha señalado en capítulos anteriores, lo habitual era el viaje a los centros productores de moda y la copia fiel de las tendencias. Hacia 1989, el entonces director de licencias y productos de Cacharel, Sergio Yolis, tercera generación de industriales textiles en el país, aclaraba: "Hasta ahora, lo único que se ha hecho es viajar a las fuentes, copiar la moda del momento y en algunos casos, transformarla. La historia se viene repitiendo desde hace años y creo que llegó la hora de comprender que el procedimiento correcto es el inverso: debemos mirar nuestro mercado, sus dimensiones reales, las expectativas de cada usuario y a partir de allí determinar nuestra oferta".

Durante los primeros años de la década de 1990, y como consecuencia del entusiasmo que se había desatado con las bienales de arte joven y con la creación de la carrera de la FADU, la palabra "diseño" fue incorporándose lentamente al vocabulario de los argentinos. La arquitecta Andrea Saltzman señala la importancia que tuvo para la historia de la moda la primera Bienal de Arte Joven, realizada a fines del año 1988, ya que "institucionalizó la moda dentro del marco cultural de vanguardia, y su espacio se convirtió en el más potente del evento". Con el respaldo y la coordinación de Jorge Pastoriza, y de Dolores Elortondo, Isabel Robertson Lavalle y Manuel Lamarca como jurados, los jóvenes creadores se lo permitieron todo, luego de años de represión. La efervescencia era enorme, y personajes como Gabriel Grippo -que había presentado en la Bienal sus camperas de cuero de vaca con música de zamba-, Kelo Romero, Gaby Bunader -que había vestido a la modelo

María Montenegro con ropa de plástico y una pelota de goma como accesorio top-, Andrés Baño -que tenía como modelo a un travesti y trabajaba el tema del género-, Pablo Crausac y, muy especialmente, Sergio de Loof la impulsaban desde diversos lugares, pero sobre todo desde el bar llamado Bolivia, inaugurado en abril de 1989. Este lugar marcó un estilo porque daba un marco contenedor a personajes que se atrevían a ser diferentes. Su fama trascendió las fronteras de Buenos Aires, y comenzaron a llegar visitantes desde muchos otros lugares, para encontrarse con la libertad de ser ellos mismos. En el baño se despojaban de sus vestimentas habituales y se vestían como querían ser realmente. En este sentido, existían también otros espacios, como el Parakultural, con sus obras de teatro *under*, *Cemento*, creado por Omar Chabán, y *Palladium*.

En abril de 1989, comenzó a dictarse la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil. Una de las razones que explican su éxito a través de los años fue su estrecha relación con diversos movimientos artísticos. Los alumnos eran habituales observadores de la movida y se nutrían de ella; las relaciones entre hacedores y observadores fluía y generaba admiración. Así, por ejemplo, Sergio de Loof es definido del siguiente modo por una nota de la revista *Tipográfica*: "este traficante de glamour asume lo latino y la pobreza para triunfar y ser adorado; y de allí el embrión de su primer gran desfile show en junio de 1989, titulado: *Latina winter by cottolengo fashion*".<sup>2</sup> En una pasarela armada en el Garage Argentino (un mítico lugar que había sido el hospital público durante la epidemia de fiebre amarilla), ubicado frente al bar Bolivia, 60 modelos desfilaban las creaciones de Sergio. También hubo pasadas de Gabriel Grippo -donde desfiló la artista plástica y titular de Diseño de la UBA Rosa Skific-, creaciones de Gaby Bunader y de Andrés Baño. El iluminador para los cuatro artistas fue Sergio Lacroix. No faltó la nota insólita, cuando Batato Barea subió al escenario, desnudo. Antes de terminar el año, De Loof hizo en *Cemento Moda para soñar*, donde representaba la "s sofisticación burguesa" -como él la llamaba- con personajes masculinos vestidos de novia voluptuosa, o de smoking y bermudas, o con vestido de broderie blanco y anteojitos tipo John Lennon, aunque sin ropa interior. El mismo Sergio desfiló con una pequeña almohada, y en pijama, en un marco de innovación y cuidada vanguardia. En ese desfile también se pasaba ropa de Mónica van Asperen con Carmina Burana sonando como música de fondo. Por supuesto, de Loof siguió innovando: en 1990, fascinado por la mitología y a partir de las imágenes de un sueño, construye *Pieles maravillosas*, un desfile que conjuga moda y arte, en el que recupera y recicla viejas pieles.

## EVENTOS DE DISEÑO

Se organizaron entonces muchos eventos, que ayudaban a comunicar lo que estaba ocurriendo, organizados no por diseñadores sino por un grupo de artistas ligados a la moda. El epicentro era el bar Bolivia, donde “los genios pobres” –como se llamaban a sí mismos Kelo Romero, Gabriel Grippo, Gabby Bunader, Andrés Baño y Sergio de Loof, entre los más activos miembros– pensaban las presentaciones de moda que tendrían lugar en diferentes espacios, como en El Moderno, donde todos los jueves se hacía un desfile, o la Age of Communication, ubicado en la calle Paraguay y creado por Juan Calcarami. También pasaban cosas en espacios más institucionalizados como en el CAYC, en la Fundación Banco Patricios, en el Centro Cultural Recoleta y en el Museo de Arte Moderno. Por ejemplo, del 28 de junio al 31 de julio de 1990 se organizó la muestra *Buenos Aires de nuevos diseños*, en el Espacio Diseño, sala de exposición permanente de diseño gráfico del Centro Cultural Recoleta. Esta exposición fue relevante porque logró reunir distintas disciplinas del diseño en un espacio común. En indumentaria, mostraron su producción Gaby Bunader, Gabriel Grippo y Emilio Castaño.

## SEGUNDA BIENAL

En 1991 se llevó a cabo la segunda Bienal de Arte Joven, que tuvo lugar en el recientemente recuperado Puerto Madero. Estuvo coordinada por Gaby Bunader, y tuvo como jurados a Rosa Skific, Felisa Pinto y Dolores Elortondo, con la colaboración de Gabriel Grippo. Se presentaron Kelo Romero, Esteban Kerner –con personajes tangueros vestidos con camisas transparentes–, Evelyn Bendjeskov, Mariana Martínez, Alberto Avila, Marina de Caro y sus diseños en ropa de goma, Luciana Bonifacio y Mariano Toledo, con su novia de telgopor, entre otros. Ese mismo año, el Museo de Arte Moderno invitó a Mario Buraglio y Víctor Delgrosso, de Varanasi, a presentar su colección. En el desfile, que se realizó en Palladium, las modelos –entre las que se encontraban Nequi Galotti, Ginette Reynal y Mariana Arias–, mostraban siluetas voluminosas con sofisticados textiles.

## OTROS DESFILES IMPORTANTES

En la Fundación Banco Patricios, donde también participaban alumnos de la carrera de Diseño de la UBA, como Carla Bonifacio, se llevaron a cabo dos desfiles clave. En 1993 *Al borde del siglo*, con Gabriel Grippo, Gaby Bunader, Cristián Delgado, Andrés Baño, Sergio de Loof, y Kelo Romero; un año más tarde, *90-60-90*, con Andrés Baño y Sergio de Loof. A partir de estos desfiles, quedaron definidas estéticas muy nítidas que marcaron tendencia. Andrea Saltzman recuerda que Cristián Delgado: “hizo en *Al borde*... dos desfiles alucinantes; en uno de ellos trabajó la dualidad sobre todo con la sexualidad, el observador y el observado. Salió a la pasarela filmando con una cámara de video; en la segunda pasada salieron modelos en slip, con la máscara de goma que imitaba su

rostro. Ese desfile fue prohibido, aunque el mismo Cristián decía ‘yo solo hago una radiografía de la realidad y después me acusan’”. En una época en que no existían los cartoneros en Buenos Aires, Delgado utilizaba los retazos de tela y armaba su muestra con ellos.

Toda esta efervescencia de los comienzos de los noventa también se percibía en la facultad, donde en septiembre de 1991, desde la dirección de la carrera, que compartíamos con Ricardo Blanco, organizamos una exposición con Andrea Saltzman como coordinadora. Así, exhibimos trabajos de las cátedras de Diseño, Medios expresivos y Accesorios en todas las áreas compartidas, con la idea de vencer algunos resquemores de los arquitectos frente a la indumentaria y el textil. Todavía no se comprendía bien la alegría y la agitación que provocaba un proceso diferente de creación, y el entusiasmo que Gabriel Grippo podía transmitir desde la cátedra de Diseño, por ejemplo. Desde Buenos Aires, pero también en Rosario y en Mar del Plata, donde Nicolás Jiménez había creado la carrera de Diseño Industrial con la incorporación de indumentaria y textil, se rompían los moldes de lo establecido hasta ese entonces y algunos límites comenzaban a desdibujarse. Así, en una feria de la calle San Martín al 900, en Buenos Aires, “los genios pobres” vendían sus diseños en su “puesto de moda”, en medio de puestos de carnes, pescados y verduras. Allí se exponían las famosas camperas de Gabriel Grippo en cuero de vaca, que fueron más tarde la inspiración de las réplicas seriadas con otro material, realizadas por Vía Vai.

Si el espacio puede ser también expresión de un grupo, entonces el mejor ejemplo fue la galería Bond Street de Buenos Aires, ubicada en Av. Santa Fe 1670, donde las distintas tribus urbanas encontraron desde mediados de los años ochenta un espacio de identificación. Convertida en símbolo del *under* de la ciudad, siempre se caracterizó por originar tendencias. Allí comenzaron algunos diseñadores como Marcelo Ortega, con su marca Unmo, y Vero Ivaldi, con Endiablada, que años más tarde se convertirían en los referentes del diseño joven argentino. La convivencia entre los distintos grupos que circulaban por la mítica galería potenciaba la creatividad y originalidad.

Además de la creatividad, potenciada desde el *under*, en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires se tenía muy en claro que también era fundamental estudiar el mercado y los procesos de comercialización para lograr el acercamiento entre industriales y los diseñadores. Por eso, se organizaban seminarios y conferencias sobre temas como “Una visión comercial sobre el diseño en la Argentina”, con la participación de las Cámaras del sector textil y de la indumentaria. También empresas como Dupont, Pimalú y Caro Cuore se

FACULTAD

BOND STREET

CREATIVIDAD Y MERCADO



Sergio de Loof,  
Latina Winter  
by Cottolengo  
fashion, 1989



UNMO. Vidriera  
de Marcelo Ortega  
en la galería Bond  
Street, Buenos Aires.

acercaron a la facultad para dar su experiencia acerca de las fibras sintéticas, y Graña y Los Vascos hicieron lo propio en una charla llamada "Indumentaria de uso profesional". De hecho, las Cámaras impulsaban esa integración. En la Cámara Argentina de la Moda -institución centenaria de la moda en el país- se renovaban autoridades a fines de 1991 y se elegía como presidenta a Rosina de Corradini, quien ejerció sus funciones hasta 1999. Durante esos años, las acciones para el afianzamiento de la moda en la Argentina fueron múltiples. En junio de 1999 fue elegida como presidenta Lita Calviño, quien privilegió el reconocimiento a creadores y diseñadores, dándole continuidad y jerarquía al tradicional premio anual de la entidad: Tijera de Oro y Tijera de Plata.

También la Cámara Argentina del *prêt à porter*, que había sido creada por un grupo de industriales de la confección en 1988, bajo la dirección de Hugo Ferreira, organizaba eventos con la participación de los alumnos de diseño. Estas acciones conjuntas, fundamentales para alcanzar el conocimiento mutuo, se intensificaron en 1992 cuando, además de participar en Expo América '92, se organizaron charlas y conferencias sobre temas no contemplados en los programas de estudio, como el diseño precolombino y procesos de tintorería o camisería.

Sin embargo y a pesar de estos esfuerzos, a comienzos del año 1994 solo había 20 diseñadores recibidos en la Universidad de Buenos Aires. Entre ellos se encontraba la diseñadora textil Dolores Lloveras, que había entrado como becaria a una importante empresa. En una nota del 15 de marzo de 1994, Lloveras declaraba a *La Nación*: "no hay apertura al diseño nacional porque la gente del ambiente textil importa todo: tendencias, diseños, tejidos y moldes". En la misma nota, la diseñadora de indumentaria Alejandra Plaza señalaba "la falta de conocimiento general sobre la tarea específica del diseñador dentro de las empresas, y la falta de oportunidades de trabajo". Buena parte del grupo de creativos que habían ayudado a la instalación del diseño en Buenos Aires, desilusionado por la situación de estancamiento que provocaban las importaciones masivas, emigraron en 1993. El primero en partir hacia Nueva York fue Gabriel Grippo. Les dijo a Gaby Bunader y Kelo Romero que se iba por unos días para pensar el proyecto *I think South*, línea ideada entre los tres para vender tanto en Buenos Aires como en Nueva York. Una vez allá, decidió no volver, y al mes lo siguieron sus amigos, aunque cada uno siguió luego su propio camino.

Más allá de estos alejamientos, a partir del año 1992 comenzaron a egresar los primeros diseñadores textiles y de indumentaria, con el objetivo cierto de insertarse en el mercado. Así, participaron en concursos, exposiciones y desfiles. Entre las primeras diseñadoras pioneras y exito-

CREATIVIDAD  
Y ESTANCAMIENTO

harta aquí

↑  
LAURA VALENZUELA