

## ¿QUÉ MODA ES ARTE? UNA CATEGORIZACIÓN DE LA MODA QUE ES ARTE

### WHAT KIND OF FASHION IS ART? A CATEGORIZATION OF FASHION THAT IS ART

Retamozo Beatriz Elizabeth

Diseñadora, docente, investigadora y becaria en la Universidad Nacional de Mar del Plata. Perteneció al grupo de Investigación CIPADI radicado en la misma universidad. Actualmente es doctoranda de la Universidad de Buenos Aires. Sus intereses de investigación son los temas relacionados al diseño sustentable y la historia. Sus trabajos de investigación abordan las prácticas de Ecodiseño, en especial las que pueden ser aplicadas durante la ideación del producto por parte del diseñador, aplicadas a la indumentaria. Ha realizado investigaciones que abordan temas tales como: el estudio del mercado marplatense en relación al uso y consumo de eco productos, ACV (análisis de ciclo de vida) mediante la utilización de software, el rol de los diferentes actores sociales que intervienen en el ciclo de vida de los productos y la morfología de los ecoproductos. Todos estos con resultados que se presentaron en encuentros, congresos y publicaciones en revistas académicas.

elizabethretamozo@gmail.com

Fecha de recepción: 17 de febrero, 2017 / Aceptación: 31 de marzo, 2017.

## Resumen

La moda es arte. Si esta afirmación es cierta: ¿toda la moda es arte?, ¿es factible que un diseñador haga arte o que un artista diseñe moda?, ¿existen distintas formas de esta relación? Hay distintas respuestas a estos cuestionamientos. Es un debate que aún no encuentra una respuesta concreta. Tanto diseñadores, artistas, sociólogos y escritores argumentan sus posturas utilizando términos que a veces se confunden o incluso se entremezclan. El presente trabajo analiza diferentes visiones sobre el asunto para luego realizar una categorización de aquellos sectores de la moda/indumentaria que podrían considerarse arte.

**Palabras clave:** arte, diseño, indumentaria, moda.

---

## Abstract

Fashion is art. If this statement is true, then is all fashion art? Is it possible for a designer to make art or for an artist to design fashion? Are there different forms of this relationship? There are different answers to these questions. Yet, it remains as a debate that has not provided a specific answer. Designers, artists, sociologists and writers argue their positions using terms that are sometimes confusing or intermingled. The present work analyzes different views on the subject, and then presents a categorization of the sectors of fashion / clothing that can be considered art.

**Keywords:** art, design, apparel, fashion.

## INTRODUCCIÓN

¿La moda es arte? Esta es la pregunta que nos condujo a realizar este trabajo de investigación. Existen muchas investigaciones escritas sobre el tema. En el debate contemporáneo se encuentran dos posturas al respecto: los que afirman que es un arte y los que bajo ningún concepto aceptan que la moda puede serlo.

Dentro del grupo de los que no consideran a la moda como un arte nos encontramos con el diseñador Jean Paul Gaultier. El autor argumenta que “lo que hace la moda es representar de algún modo lo que está ocurriendo, plasmar lo que tiene lugar en buena parte de la sociedad” (Hernández, 2015, párr. 8). La misma postura mantiene el artista José Pedro Godoy, quien, en una entrevista de Miranda (2012), diferencia entre arte, moda y diseño de indumentaria y afirma:

El diseño de vestuario (y no hablo de moda, porque la moda es el gusto de una época, un punto de vista, una forma de hacer las cosas, y el arte no se escapa a eso), es solo diseño de vestuario, por bueno o malo que sea. Elogiar o entronizar esa disciplina con el término de arte es un error, porque es un medio relacionado a la artesanía, y eso no es peyorativo. Como Octavio Paz señala en “El uso y la contemplación”, el valor de la artesanía, que para él está por sobre el arte, es que construye objetos que son bellos porque son útiles (párr. 7).

Según el mismo artista, el arte no es funcional: “los objetos de artes o las artes en general se prestan para instancias reflexivas. No se habitan y, aunque a veces puedan ser comer-

cializadas o tener un uso decorativo, en ningún caso ese es el fin” (párr. 5). Godoy (citado en Miranda, 2012) considera que la indumentaria es siempre funcional, idea que no es totalmente cierta, ya que existe indumentaria decorativa, por ejemplo. Lo que sí es cierto es que, para ser llamada indumentaria, esta debe ser llevada sobre el cuerpo sea o no sea funcional. En cierta forma, aquí ya se empieza a plantear el problema del uso de términos poco claros: ¿qué es moda?, ¿qué es indumentaria?

En contraparte, hay diseñadores y artistas que afirman que la moda es un arte (Marnie Fogg, Celedonio Lohidoy, Elsa Schiaparelli, entre otros). Lohidoy (citado en Fernández, 2012), en una entrevista, afirmó que “la moda es un arte en sí mismo. Es un arte usable. Para el alma y para lo físico” (párr. 3). A diferencia de Godoy (citado en Miranda, 2012), no entiende al arte como algo que no se puede usar y permite encontrar disonancias con respecto al concepto de arte. Fogg (2014), en su libro *Cuando la moda es un arte*, también sostiene esta posición, si bien aclara que no toda la moda es arte, sino ciertos objetos; de hecho, selecciona en su obra ochenta diseños que considera piezas icónicas. La autora explora por qué determinadas prendas de temporada se convierten en clásicos que permanecen imperturbables con el transcurrir del tiempo y pasan a ocupar un lugar en la historia de la moda. Aquí aparece otra discusión que no podemos abordar en este texto: que es clásico, qué no lo es, y si es la perdurabilidad la que otorga ese carácter de clasicidad.

Por último, E. Schiaparelli, la reconocida diseñadora italiana de la década del '30, consideraba que “diseñar moda, para mí no es una profesión sino un arte” (Butenegro, 2015, p. 4). La diseñadora mantuvo una relación de amistad y colaboración con los surrealistas fran-

ceses de la época, trabajó junto a Dalí, Bérard y Cocteau, quienes diseñaron telas y accesorios para sus vestidos. El surrealismo y el cubismo influyeron en sus propuestas. Usó como inspiración el trabajo de Picasso para estampar telas con artículos de periódico y los dibujos de Jean Cocteau para los bordados de sus telas.

Posiblemente, las diferentes posturas se dan debido a las múltiples definiciones de arte y de moda, de las distintas formas de definir y entender cada uno de estos conceptos. En este sentido, ¿qué entendemos por moda? Doria (2012) señala:

La moda es una forma especial de adornar y significar el cuerpo. Esta incide directamente en la identidad individual y colectiva. Se podría decir que es una manifestación de nuestro ser, identidad o estilo, influenciado por una tendencia actual en el mercado. Estas pautas de identidad están íntimamente asociadas a la vestimenta que decidimos llevar, según el contexto, la cultura, y la sociedad a la cual pertenecemos. Son transmisoras de información social y personal, por las cuales logramos hacer juicios de valor a través del vestuario que utilizan (p. 101).

La moda es algo que sucede en una época, muestra una realidad en un periodo de tiempo determinado y es un reflejo de la sociedad, es un sistema. El término *moda* no hace referencia al trabajo del diseñador o a la acción de diseñar indumentaria, pero se usa indistintamente. Se usa el término *diseño de moda* para hacer referencia al diseño de indumentaria. Si bien se entiende que no son lo mismo, en este trabajo se utiliza de manera indistinta debido a que está instalada y aceptada su sinonimia; de hecho, la

bibliografía consultada en su gran mayoría utiliza el término *diseño de moda* y la amplitud del tema excede los propósitos de este trabajo.

## ARTE Y DISEÑO DE MODA

¿Qué es el arte?, ¿el arte es arte por ser único e irreplicable, como una especie de magia que viene una vez y no se repite?, ¿puede un diseñador de moda hacer arte?, ¿puede un artista realizar diseño de moda? Zatoryi (2011) plantea que el arte es una construcción humana, hecho por y para el ser humano, es una de las barreras ontológicas, una barrera que pone el ser humano ante su miedo a la nada, su objetivo es ayudarlo a vivir. Por lo dicho, podemos presuponer que el arte, al igual que el diseño, comparten características: son construcciones humanas y su objetivo es ayudar a vivir al ser humano.

Para relacionar al arte y al diseño de moda, dentro de los antecedentes históricos de la Edad Media, nos encontramos con la clasificación de Artes Liberales y Artes Vulgares. Las primeras eran aquellas que no requerían esfuerzos físicos, mientras que las segundas sí lo requerían. En estas últimas se incluían las producciones textiles, lo más aproximado a la producción de indumentaria, aunque no precisamente lo mismo.

## ¿DISEÑADORES ARTISTAS O ARTISTAS DISEÑADORES?

Por un lado, se debe reconocer a los diseñadores que con el pasar del tiempo fueron llamados "artistas". Fernández, citado por Torrecillas (2015), se refiere a dos grandes diseñadores de indumentaria y su vinculación con el arte. Para la autora, Frederick Worth fue el primero

en incluir su firma en la etiqueta de sus vestidos. "Se pasó del artesano anónimo, al artista sublime que goza de notoriedad y renombre" (párr. 8). Sobre Elsa Schiaparelli, indica que "posiblemente ella es uno de los pocos casos en el mundo que consiguió convertir en arte la indumentaria" (Torrecillas, 2015, párr. 8). Como otro ejemplo se puede mencionar a Alexander McQueen, diseñador contemporáneo, quien siempre mostró en la pasarela sus aspiraciones para transformar la moda en arte, basándose en temas como el romanticismo, lo gótico, la guerra, entre otros.

Por otro lado, nos encontramos con artistas que incursionan en la moda, es el caso de Giacomo Balla. Este artista es un conocido exponente del futurismo, una de las vanguardias del siglo XX que cuestionó la moda y el rol del artista en dichos ámbitos.

De manera que los futuristas consideraron la moda como un asunto pasadista<sup>1</sup>, que no se acoplaba a sus intenciones de valorar el dinamismo y la velocidad, considerándola incluso dañina y fortalecedora de la debilidad femenina, tal como lo expresó Marinetti, el fundador de dicho movimiento. No obstante, pensaron en el vestido como un asunto que competía al arte y que debía ser creado por artistas (Cruz Bermeo, 2009, p. 1).

Los futuristas proponían indumentaria en movimiento, que se vaya adaptando al usuario según las necesidades. Ahora bien,

ambas disciplinas gozan de características comunes:

Como si se tratase de un pintor o un escultor, el diseñador dispone a su antojo de telas, texturas, colores, formas y proporciones para modelar los cuerpos como estima conveniente, haciendo gala de volúmenes, movimiento y geometría. El proceso de creación recuerda mucho al de un arquitecto que estudia cómo sacar partido de todos los materiales existentes en el mercado mostrando una creatividad innovadora, como los artistas (Pérezminguez, 2015, párr. 3).

Probablemente hay un punto en el cual se entremezclan, es en ese espacio donde nace una obra de arte, sin importar si lo hace un diseñador o un artista. El arte no tiene límites, es una construcción a través del tiempo y el espacio, capaz de generar obras mediante distintos lenguajes.

En el presente trabajo se aborda la visión de los que consideran que la moda es arte. El objetivo es categorizar y agrupar las distintas posturas con un breve análisis.

## ¿QUÉ MODA ES ARTE? UNA CATEGORIZACIÓN POSIBLE

Quienes sostienen que la moda es arte han planteado cuatro argumentos: la moda que es arte es la hecha por un artista, la moda que es arte es la alta costura, la moda que es arte es la basada en una obra de arte y la moda que es arte es la que está en los museos.

<sup>1</sup> "La palabra *pasadismo*, *passeíst*, proviene de *passato*, significa 'pasado' y fue utilizado públicamente como un término derogatorio para etiquetar cualquier cosa, todas y cada una de las que los futuristas deseaban abolir: museos, librerías, academias y así sucesivamente" (Cruz Bermeo, 2009, p. 9).

### POSTURA 1: LA MODA QUE ES ARTE ES LA "HECHA" POR UN ARTISTA

Esta postura visibiliza cómo artistas reconocidos intervienen en prendas de diseñadores, por ejemplo, Damien Hirst puso calaveras en indumentaria de Levi's (véase Figura 1) o el caso de Takashi Murakami y Yayoi Kusama, quienes intervinieron en las clásicas carteras Louis Vuitton. Estas intervenciones transformaron a un producto de indumentaria cotidiana en una obra de arte. Lo que se ve aquí es que estas intervenciones luego se producen en masa. Existe un recurso en la moda que se denomina *edición limitada* para enfatizar la característica de producto único sin ser único: se produce una cierta cantidad y se asegura al comprador que no volverá a aparecer la prenda en otra colección/temporada.

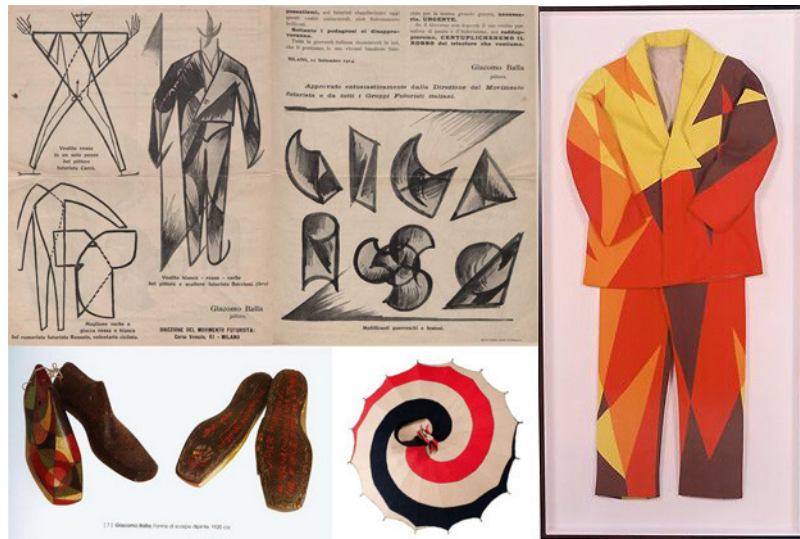
Dentro de esta categoría también se pueden incluir a las obras hechas en conjunto entre un diseñador y un artista, E. Schiaparelli - S. Dalí, o de un artista que incursiona en la

moda, G. Balla, Sofía Tauber Arp. Esta relación comenzó en el siglo XIX, periodo en el cual la moda comenzó a ser una muestra de sofisticación, se instalaba en la cultura como símbolo de lujo y poder adquisitivo. Como muestra se puede ver el traje futurista de Giacomo Balla (Figura 2) o el vestido de langosta que Elsa Schiaparelli diseñó con Salvador Dalí (Figura 3).

En la Figura 2 vemos un traje masculino compuesto por pantalón y saco. Se aprecia que el artista descompone visualmente la anatomía desestructurando el traje con el objetivo de usar el corte asimétrico que realiza y los colores cálidos superpuestos para lograr un efecto similar al de sus pinturas. El hecho de plantear estos cambios en la indumentaria masculina de la época le otorga un mayor grado de innovación debido a que la indumentaria de la época era más sobria y de colores neutros.



**Figura 1.** Indumentaria Levi's con intervenciones de Damien Hirst (Autoría propia, 2015).



**Figura 2.** Parte del manifiesto de Balla, 1914. Zapatos futuristas, quitasol futurista de paño, circa 1925 (Educacion-macba, 2013).



**Figura 3.** Vestido Langosta de Elsa Schiaparelli, 1937 (Culturacolectiva, 2015).

En la Figura 3 aparece el *Vestido Langosta*, creación de la diseñadora Elsa Schiaparelli, propio de la moda en la primera década del siglo XX. La diseñadora, como ya se había mencionado, es conocida por la relación que estableció entre moda y arte, arte surrealista principalmente. Es un vestido largo con una silueta sencilla, de corte A, lleva en la cintura alta una faja incorporada

a modo de cinturón, creado en 1937. Se utilizó como material la seda, en color blanco humo, lo que permite que se distinga en contraste el dibujo de una langosta color rojo vivo, creación del pintor Salvador Dalí en la delantera de la falda. La langosta comenzó a aparecer en varias obras del artista a partir de 1934, una de las más conocidas es el teléfono langosta.

## POSTURA 2: LA MODA QUE ES ARTE ES LA ALTA COSTURA

La moda no es simplemente una manifestación de fatuidad, sino que se convierte en un sistema permanente y, lo recalamos, en una realidad social e histórica. Por tanto, se puede definir a la moda como una búsqueda frenética de la novedad y una forma de venerar el presente (Lipovetsky, 1990).

Es así que en la moda se distinguen dos grandes grupos: la indumentaria cotidiana y la alta costura. Como se mencionó anteriormente, no toda la moda es arte, posiblemente la indumentaria cotidiana tiene por función solo vestir (aparte de lo que signifique para la persona que la lleva puesta) y la indumentaria de alta costura suele expresar algo que va más allá de su interés como vestido (Figura 4).

Pardo (2008) afirma que:

El diseñador vincula un nuevo concepto de evolución artística como forma de expresión y de comunicación dentro de la sociedad. Podríamos decir que el diseñador es "multidisciplinar" donde su capacidad creativa y constructiva tiende a combinar lo estético, estudiando múltiples perspectivas de amplia visión. Posee habilidades para la combinación de

colores así de los sistemas decorativos en cada caso de realización e interpretación del diseño. Tiene una gran capacidad de abstracción y retención de formas y figuras, no debemos olvidar el nacimiento de los diseños sobre papel, el punto de partida, los bocetos y dibujos varios. (p. 17)

De esta manera, el autor busca las similitudes entre un artista y un diseñador. Sin embargo, las formas de producción también son similares: en primera instancia se desarrolla e investiga una idea para luego conseguir el material que permita su concreción y que finalmente se exponga en un desfile.

Ahora bien, en la Figura 4 se observa un vestido de Alexander McQueen perteneciente a la colección denominada *El cuerno de la abundancia*. Formalmente se aprecian formas curvas y exageradas generando grandes volúmenes. Se ven hombros exorbitantes que acentúan la pequeña cintura, seguramente haciendo alusión a la moda de los años 50, ya que el diseñador solía caracterizarse por su afición a ese estilo. Ha de notarse que, a pesar de la exageración en las formas, aún se pueden apreciar las proporciones



que mantienen. En cuanto a la materialidad, el vestido está hecho de plumas de pato negro, lo que le da un aspecto de cuervo (antiguamente esta ave era un símbolo *romántico* de la muerte). La prenda es melancólica visualmente, pero al mismo tiempo romántica. Hace referencia a que la suavidad expresada en la materialidad habla de una sutil y delicada muerte o descanso. Al respecto, el propio diseñador declaró:

Es importante mirar a la muerte porque es una parte de la vida. Es una cosa triste, melancólica pero romántica al mismo tiempo. Es el final de un ciclo, todo tiene que terminar. El ciclo de la vida es positivo porque da espacio para cosas nuevas (Drapers Magazine, 2010, p. 25).



**Figura 4:** Composición fotográfica el vestido de Alexander McQueen, *El cuervo de la abundancia*<sup>2</sup>, otoño / invierno 2009-10, plumas de pato negro (Autoría propia, 2015).

<sup>2</sup> "El cuervo, pájaro negro por excelencia, se ha convertido en la representación plástica y poética de la necesidad, innata en el ser humano, por explicar qué hay más allá de la muerte. El Romanticismo decimonónico, influido por el ocultismo, es una época fértil para motivos simbólicos que germinarán con fuerza durante la Modernidad" (Romero López, 2013, p. 203).

### POSTURA 3: LA MODA QUE ES ARTE ES LA BASADA INSPIRADA EN UNA OBRA DE ARTE

En otra de las categorías aparece la indumentaria que se diseña a partir de una obra de arte. A lo largo de la historia se ha visto cómo diferentes diseñadores crearon indumentaria tomando como inspiración diferentes movimientos artísticos. A modo de ejemplo podemos nombrar los vestidos de Yves Saint Laurent, inspirados en obras de arte de Piet Mondrian (Figura 5), Matisse, Picasso, Warhol o Cézanne. Asimismo, se han planteado colecciones, como los casos de Dolce & Gabbana quienes en 2008 utilizaron como concepto el expresionismo abstracto de Jackson Pollock, el Rodarte que en 2012 diseñó con estampados que recordaban a los más célebres cuadros de

Van Gogh, o el caso de John Galliano para Dior, quien utilizó el *Retrato de Adele Bloch-Bauer I'* (1907) de Gustav Klimt para la colección Primavera/Verano de Alta Costura en el año 2008 (figura 06).

Esto no es nada nuevo en la historia de la moda. Hace más de un siglo, a inicios del siglo XX, la sastre Rosa Genoni ganó un premio en la Exposición de Milán, proponiendo vestidos inspirados en las obras de Pisanello y Botticelli como buen ejemplo y excelente bandera de una nueva moda italiana (Tosi Brandi, 2013, p. 167).



**Figura 5.** Vestido de Yves Saint Laurent inspirado en la obra *Composición en rojo, amarillo, azul y negro* de Piet Mondrian, 1921 (Senacmoda, 2016).



**Figura 6.** Vestido Dior Colección Primavera/Verano, Alta Costura, 2008. Inspirado en *Retrato de Adele Bloch-Bauer I*, 1907 de Gustav Klimt (Itfashion, 2014).

#### **POSTURA 4: LA MODA QUE ES ARTE ES LA QUE ESTÁ EN LOS MUSEOS**

Los museos constituyen espacios en los que podemos encontrar la indumentaria que de alguna manera significó algo para la sociedad, aquella que por alguna razón produjo un cambio en la sociedad, desde crinolinas, corsés, sombreros de copa, hasta el vestido clásico de Chanel, entre otros. Si bien la moda que se expone en el museo denota la ausencia de un cuerpo y sus emociones, está expuesta para ser mirada: materialidad e imagen al mismo tiempo que provocan sensaciones en los espectadores. Observamos moda en el Museo del Traje de Madrid, en el *Palais Galliera* de París, en *The Costume Institute* del Museo Metropolitano de Arte de Nueva York, entre otros. Lo cierto es que desde hace ya muchos años la moda está presente en los espacios museográficos.

En esta postura se considera que la moda no es arte por estar en los museos, es arte porque es una expresión visual, porque las piezas generan un espacio de crítica y reflexión, al tiempo que constituyen un medio para transmitir un mensaje. La moda que está en un museo es porque se destaca sobre otra. Por tanto, no toda la moda es arte, así como no todas las pinturas son arte.

En la actualidad numerosas marcas de diseñador tienen su propio museo, tal es el caso del *Musée Christian Dior*, *Museo Cristóbal Balenciaga*, *Fundación Pierre Bergé-Yves Saint Laurent*, *Museo Gucci*, entre otros. En ellos se muestra la historia de la marca y sus prendas más destacadas. Si una prenda de indumentaria fuera arte por estar en un museo, esta situación ¿podría ser una autoproclamación de arte?



**Figura 7.** Victoria and Albert Museum –Londres (Bdp, 2012).

## ENTONCES, ¿QUÉ MODA ES ARTE?

Entendemos que la respuesta a esta pregunta no pasa por determinar cuál de las categorías es la más acertada, sino entender que es posible encontrar arte en cualquiera de ellas. La moda es un reflejo de la sociedad y de sus intereses, sus creencias y sus expresiones porque hay prendas que transmiten sensaciones; la moda muestra la evolución del ser humano, expresa cómo se vivió en determinadas épocas. Del mismo modo, las obras artísticas se relacionan con el espacio y el tiempo en los cuales fueron creadas, expresan el pensamiento de la época mediante sus atributos.

Según Torrecillas (2015), el diseñador Giorgio Armani concuerda con los que hablan de la moda como una forma de hacer arte y confirma así que la relación entre ambas es extremadamente estrecha; señala:

Ambos son medios de expresión de gran potencia que no solamente crean objetos bellos, sino que también son capaces de emocionar. La industria de la confección se centra en la creatividad, por eso mismo se convierte en un espejo social y cultural que connota algún sentimiento o comunica alguna idea. (párr. 4).

En este sentido, se puede decir que la moda es una forma de expresión artística cuando es capaz de transmitir emociones:

De una manera u otra la realidad social, sus demandas y sus condiciones, siempre están presentes y eso coincide con el rol que el creador decide ocupar en

el mundo en el que vive. La imagen en sentido figurado o literal- que construye el artista será siempre el testimonio emergente sobre su decisión, consciente o no, sobre su ideología y su relación con el mundo, pero también sobre su realidad existencial (Zatonyi, 2011, p. 147).

En ese segundo sentido que le da Zatonyi (2011), si el arte siempre es un testimonio emergente de una determinada sociedad, el creador artístico actual no podría estar ajeno a uno de los principales negocios globales como es la moda. Y tampoco podría sustraerse de uno de los temas centrales de este momento del capitalismo tardío como es la transformación de todo objeto, acción o emprendimiento humano en mercancía.

La mercantilización extrema del arte, con su circuito de artistas del jet set, movimientos artísticos efímeros como publicidades, artistas exclusivos y bien pagados, ciudades posicionadas globalmente en base a los costosos emprendimientos de los museos, *merchandising* de las obras de arte y también una obsolescencia planificada de las tendencias artísticas, da lugar a que su cruce con el negocio ya existente de la moda sea inevitable y además provechoso, al menos desde el punto de vista pecuniario para ambos componentes del binomio. La moda adquiere un barniz de cultura que le permite acercarse a un determinado mercado de alto consumo y aspiraciones intelectuales y el arte toma de la moda la posibilidad de difusión instantánea que brinda todo el aparataje de la sociedad de consumo.

¿Es nuevo este fenómeno? Sin duda, no. Siempre hubo arte dependiente del poder, arte de excelente y superlativa calidad como el

producido para Ciudad del Vaticano en el Renacimiento. Esta constatación, es, si se quiere, poco agradable desde una posición ideológica del arte como expresión del talento y sacrificio de un individuo sin otro compromiso que con su conciencia, o incluso de aquella más progresista del arte como expresión de las cualidades culturales de un determinado pueblo. Pensar en el maridaje del arte y la moda en cualquiera de las cuatro categorías desarrolladas implica pensarlas dentro de ese circuito comercial. Es de hacer notar que, incluso movimientos artísticos que originariamente fueron claramente antisistemas como el Punk, fueron atrapados por la avidez de formas que requiere la renovación constante del circuito comercial.

Sin embargo, y como sucede en varios campos de estos momentos de la historia humana, el vínculo tan directo entre arte y moda puede ser un vehículo para que algunas expresiones artísticas de nuestros países latinoamericanos puedan acceder al conocimiento del mercado global. Para eso sería necesario una serie de acciones público-privadas enmarcadas en una política pública de promoción de los diseños locales, regionales o nacionales que incluyan, entre otras cosas, la participación de artistas latinoamericanos. Buscar los resquicios en el aparato de la gran industria de la moda, en cualquiera de las cuatro variantes citadas, sería un reformista, pero interesante ejercicio identitario.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Butenegro, B. (2015). *La unión de dos artes que hizo historia. La moda y el arte, es decir, Elsa Schiaparelli y el Surrealismo*. Universidad de Valladolid. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/15720/1/TFG-N.372.pdf>
- Cruz Bermeo, W. (2009). *Revisión a la vieja amistad entre el arte y la moda. Los surrealistas y la moda* Revista Actas de Diseño. ISSN 1850-2032. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado de: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/encuentro2007/02\\_auspicios\\_publicaciones/actas\\_diseno/articulos\\_pdf/CE-114.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/CE-114.pdf)
- Doria, P. (2012). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°42. ISSN: 1668-0227 Ed. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado de: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/378\\_libro.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/378_libro.pdf)
- Drapers Magazine, the fashion bussines. (2010). LEE Alexander McQueen 1969-2010. Reino Unido. Recuperado de: <https://www.drapersonline.com/Journals/1/Files/2010/2/19/McQueen%20tribute.pdf>
- Fernández, L. (2012). *Scouting de diseño y arte sustentable*. Recuperado de: <http://www.parati.com.ar/moda/protagonistas/scouting-de-diseno-arte-sustentable/13152.html>
- Fischer, D. (2008). *Levi's x Damien Hirst Fall 2008 Collection*. Recuperado de: <http://www.highsnobiety.com/2008/10/17/levis-x-damien-hirst-fall-2008-collection-2/#slide-4>
- Fogg, M. (2014). *Cuando la moda es un arte*. Barcelona: Lunwerg.
- Hernández, I. (2015). *Gaultier: La moda no es arte*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/cultura/2015/03/31/5519b7bfca4741e9368b4572.html>
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Miranda, L. (2012). *¿Es o no arte la moda?, opinan José Pedro Godoy y las chicas de "ESTANPINTANDO"*. Recuperado de: <http://www.vistelacalle.com/63097/es-o-no-arte-la-moda-opinan-jose-pedro-godoy-y-las-chicas-de-estan-pintando>
- Pardo Navarro, B. (2008). *La moda: arte e influencia artística*. Edit. Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/13635/La%20moda.%20Arte%20e%20influencia%20artistica.pdf?sequence=1> Valencia
- Pérezminguez, A. (2015). *¿Cuándo y cuánto es cultura o arte?* Recuperado de: <http://www.tendencias.com/arte/moda-cuanto-y-cuando-es-cultura-o-arte>
- Romero López, D. (2013). *El trasfondo ocultista del cuervo: desde su simbolismo poético a los topoi modernistas*. Ilu, Revista de Ciencias de las Religiones Volumen 18. Universidad Complutense de Madrid.
- Torrecillas, T. (2015). *¿La moda es arte?* Recuperado de: <http://smoda.elpais.com/moda/la-moda-es-arte/>

Tosi Brandi, E. (2013). *El arte en el proceso creativo de la moda: algunas consideraciones a partir de un caso de estudio*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n44/n44a15.pdf>

Zatonyi, M. (2011). *Arte y creación: los caminos de la estética*. Buenos Aires: Clave Intelectual.

## FIGURAS

Figura 1. Kryukova, A. (2014). *The 50 Best Artist Collaborations in Fashion*. Recuperado de: <http://anastasiakryukova.blogspot.com.ar/2014/07/the-50-best-artist-collaborations-in.html>

Figura 2. Calvano, S. (2013). *El arte que te viste*. Recuperado de: <https://educacionmacba.wordpress.com/quiero-mas/el-arte-que-te-viste/>

Figura 3. Lomelí, N. (2015). *Salvador Dalí, el surrealista que revolucionó el mundo de la moda*. Recuperado de: <http://culturacolectiva.com/salvador-dali-el-surrealista-que-revoluciono-el-mundo-de-la-moda/>

Figura 4. Jones, D. (2009). *Alexander Mcqueen Autumn/Winter 2009 Ready-To-Wear Collection*. Recuperado de: <http://www.vogue.co.uk/shows/autumn-winter-2009-ready-to-wear/alexander-mcqueen/collection/>

Figura 5. Ferrari, M. (2016). *À Moda de Mondrian*. Recuperado de: <http://www.senacmoda.info/index.php/a-moda-de-mondrian/>

Figura 6. Vega, M. (2014). *10 Obras de arte en la pasarela*. Recuperado de: <http://www.itfashion.com/cultura/reportajes/10-obras-de-arte-en-la-pasarela/>

Figura 7. BDP. (2012). *Victoria and Albert museum, fashion room*. Recuperado de: <http://www.bdp.com/en/projects/p-z/Victoria-and-Albert-Museum-Fashion-Room/>