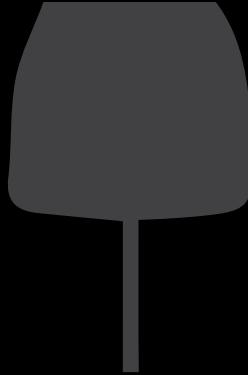


¿ALTA COSTURA EN URUGUAY?



Silvina Marín
Lucía Herrera

Tesis de Egreso
Diseño Industrial opción Textil y Moda.
Año 2015

Título: **¿Alta Costura en Uruguay?**

Estudiantes: **Lucía Herrera, Silvina Marín.**

Tutora: **Ángela Rubino.**

Tribunal: **Jorge Castro, Marcela Abal.**



Índice



Agradecimientos 14

Introducción 18

1. Nuestra investigación 20

- 1.1. ¿Qué pretendemos?
- 1.2. ¿Cómo lo haremos?
- 1.3. ¿De dónde partimos?
- 1.4. Motivación: La importancia de generar conocimientos

2. ¿Qué es la Alta Costura? 28

- 2.1. Charles Frederick Worth: el padre de la Alta Costura
- 2.2. La Cámara Sindical de la Alta Costura Parisina
- 2.3. Alta Costura en Uruguay

3. Alta Costura en el período de postguerra 40

- 3.1. Época de cambio y regulación
- 3.2. La edad de oro de la moda uruguaya
- 3.3. Las hermanas Pérez
- 3.4. Vera
- 3.5. Amadeo de Valiente

- 3.6. Walter Otegui
- 3.7. Walter Suárez

4. Los años sesenta 84

- 4.1. Tiempos de cambio y expresión.
- 4.2. Revolución de la moda: búsqueda de identidad
- 4.3. Surgimiento de las boutiques y de la minifalda
- 4.4. El auge de la Alta Costura en Uruguay
- 4.5. Alicia Bernat
- 4.6. José Nicolau

5. Los años setenta 114

- 5.1. Efervescencia social
- 5.2. Surgimiento del prêt-à-porter
- 5.3. Dictadura cívico-militar (1973-1985)
- 5.4. La moda uruguaya en los setenta
- 5.5. La Visita de Gerardo Álvarez, el peluquero
- 5.6. Carlos Carreras
- 5.7. Oscar Álvarez
- 5.8. Susana Bernik
- 5.9. Martha San Martín.

6. Los años ochenta 162

- 6.1. Consumismo y globalización
- 6.2. La vuelta de los diseñadores
- 6.3. Fin de la dictadura y reposicionamiento de Uruguay en el marco internacional
- 6.4. José Pedro Giordano Mazulli
- 6.5. Studio Arobba
- 6.6. Mirtha Mainardi
- 6.7. Quique Caballero
- 6.8. María Fernanda Cadenas

7. Los años noventa 206

- 7.1. La era de la información
- 7.2. ¿La globalización al servicio de la moda?
- 7.3. Nuevo enfoque nacional
- 7.4. Pablo Suárez
- 7.5. Ramiro Deleón
- 7.6. Irma Álvarez
- 7.7. Luis Millán
- 7.8. Sofia Carluccio
- 7.9. Cuca Arocena
- 7.10. Guillermina Gallinal

8. El nuevo milenio 256

- 8.1. Tecnología aplicada a la Alta Costura
- 8.2. Uniformización de los consumidores
- 8.3. Cambio del rol de la mujer
- 8.4. La era posmoderna y el hiperconsumo
- 8.5. Inconformismo y búsqueda de la felicidad a través de productos
- 8.6. China, el taller del mundo.
- 8.7. Superproducción y contaminación
- 8.8. Fetichismo de la moda
- 8.9. El plusvalor en la moda: las marcas

9. Formación académica en moda en nuestro país 270

- 9.1. UTU, Universidad Técnica del Uruguay
- 9.2. EUCD, Escuela Universitaria Centro de Diseño (ex CDI)
- 9.3. Instituto Strasser
- 9.4. Universidad ORT
- 9.5. Instituto Uruguayo de la Alta Costura
- 9.6. Escuela Integral de Pablo Giménez
- 9.7. Peter Hamers Design School
- 9.8. UDE, Universidad de la Empresa

10. Siglo XXI en Uruguay 278

- 10.1. Gritos de cambio
- 10.2. Surgen nuevos diseñadores.
- 10.3. Laura Sorhuet
- 10.4. Viarosa
- 10.5. Levy Lens
- 10.6. Javier Ramírez
- 10.7. Inés Uriarte
- 10.8. Pilar Pérez Bonilla
- 10.9. Natalia Ramirez.
- 10.10. Ximena Alvez.

11. Actualidad 324

- 11.1. ¿Quiénes empiezan a apostar a la Altra Costura?
- 11.2. Rosa Oliveto
- 11.3. Carolina Papadópolos
- 11.4. Sergio Gau

12. La muerte de la Alta Costura 342

- 12.1. Regulación y protección de la Alta Costura
- 12.2. El problema de los talles.
- 12.3. Una vieja problemática: la falsificación.
- 12.4. El universo virtual.
- 12.5. ¿Qué fenómenos matan la Alta Costura?
- 12.6. Conclusiones

Glosario 356

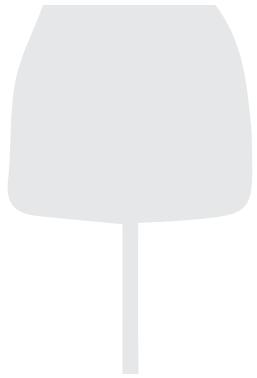
Bibliografía 372

Créditos de las fotografías 380

Índice Onomástico 384



¿ALTA COSTURA
EN URUGUAY?



Agradecimientos

Inmensamente agradecidas con nuestras familias, mamás, papás y hermanos que, incondicionalmente, apoyaron nuestras preocupaciones y satisfacciones, han estado al firme para animarnos cuando se nos escurrían las ganas, y han festejado con nosotras cada logro alcanzado.

Agradecemos la paciencia de Bea, que nos veía llegar a la bedelía con la tableta de chocolate amargo y ya entendía lo brava que venía la mano, y todo lo que tendría que hacer por nosotras.

Felices de poder contar con el apoyo de nuestras amigas y amigos que han sabido comprender las ausencias a todos los eventos que no pudimos compartir por

estar teseando, y aguantaron constantemente de nuestro ánimo que oscilaba de continuo.

Gracias enormes a Lucía Filgueira, nuestra diseñadora gráfica, que se bancó nuestras exigencias con la camiseta puesta del equipo, comprometida con nosotras desde el primer momento, y que entendió completamente lo que queríamos, logrando un trabajo increíble.

A Macarena Gaso, que dedicó su valioso tiempo a corregir minuciosamente el estilo de cada párrafo de nuestro texto, y se ha puesto nuestra investigación al hombro logrando que cada palabra sea la ideal.

A Santiago Mariño, que nos realizó el video de la presentación para la entrega final, con mucha buena onda y el cariño de siempre.

Ángela Rubino, nuestra tutora, que apostó a esta idea y nos acompañó en este largo proceso de idas, venidas, y grandes altibajos, con la exigencia que una tesis merece.

A todos aquellos que se sumaron con mucha voluntad aportando datos, contactos, imágenes, anécdotas, que hicieron posible recopilar toda la información obtenida.

A la periodista de moda Silvia Tron quien, además de orientarnos y corregir el texto, nos compartió fotografías de la Asociación

de Mujeres Periodistas del Uruguay, y nos contactó con su colega María Elena Pichona Bustamante, que nos brindó información sobre el diseñador Walter Otegui.

María Inés Strasser, que colaboró con nosotras abriéndose a la charla, orientándonos en el comienzo del proceso.

Nicolás Duffau, que nos guió con gran sabiduría cuando apenas habíamos comenzado esta investigación, nos orientó en la metodología a utilizar y recomendó bibliografía pertinente.

A las prestigiosas modelos Gianella Peluffo, Sonia Baldi, Andrea Sheppard y Silvia Holly, que nos contaron con lujo de de-

talles cómo eran la noches de La Visita, cómo era trabajar para los grandes diseñadores de nuestro país, cómo fue evolucionando cada uno y las etapas que vivió cada una.

A Cristina Morán, por la cantidad de veces que acudimos a su memoria, siempre disponible y amorosa.

Josefina Serrato y su equipo del archivo fotográfico del diario El País, que nos recopilaron imágenes de coberturas de desfiles y producciones de moda de todas las épocas.

Carina Fossati, de la revista Galería, que nos facilitó el acceso al archivo del que extrajimos muchas de las imágenes publicadas.

Carlos Pirelli, por ilustrarnos con lujo de detalle las Noches de Oscar Álvarez.

Graciela Ortega, por su orientación en cuestiones de moda internacional.

Rosario Sanjuan, que nos compartió información recaudada para la muestra La moda de antes, que realizaron en Punta Carretas en 2008.

Lucía Arobba, por su paciencia ante todas nuestras inquietudes que surgieron a lo largo de estos años, con el entusiasmo y la atención de siempre.

A la bordadora Andrea que compartió sus vivencias junto a la gran bordadora Charo que todos recuerdan con tanto cariño y admiración por la perfección de sus creaciones.

Y a los diseñadores que dedicaron parte de su valioso tiempo, y se interesaron en formar parte de esta investigación: Vera Kuzel, Oscar Álvarez, Susana Bernik, Martha San Martín, Carlos Arobba, Mirtha Mainardi y su marido Carlos Mainardi, Quique Caballero, Pablo Suárez, Ramiro de León, María Fernanda Cadenas, Irma Álvarez, Luis Millán, Jhonny Castillo, Sofía Carluccio, Cuca Arocena, Guillermina Gallinal, Laura Sorhuet, Vlarosa, Paula Levy y Lourdes Lens, Javier Ramírez, Inés Uriarte, Pilar Pérez Bonilla, Natalia Ramírez, Rosa Oliveto, Carolina Papadópulos, Sergio Gau, Ximena Álvez.

Introducción

Desde hace ya muchísimos años, los seres humanos nos presentamos al mundo vestidos, nos educan de ese modo desde que somos pequeños. La vestimenta entonces pasa a ser nuestra carta de presentación, una segunda piel, lo que los demás perciben de nosotros en el ámbito público. La indumentaria define a quien la lleva, simplemente observando el vestir de un individuo podemos conocer algunos aspectos de su personalidad, enmarcarlo en una época, conocer sus grupos de afinidad o su status social.

«El atuendo de una persona es una clave esencial de su cultura, clase, personalidad e incluso religión.»¹

1. Instituto de Indumentaria de Kioto. «MODA: Una historia desde el siglo XVIII al siglo XIX» Portada interna.
2. Idem.

Es importante entender la vestimenta desde una óptica multidisciplinaria, teniendo en cuenta una perspectiva sociológica, histórica, económica y artística. «La indumentaria es una manifestación esencial del propio ser»² y, como tal, es capaz de trasladarnos a otra época; nos permite comprender desde otro ángulo las sensaciones que experimentaban otros seres en determinado momento.

La vestimenta se puede concebir tanto desde un punto de vista funcional como desde un punto de vista expresivo. Por un lado, nos vestimos para cubrirnos, protegernos, camuflarnos, unificarnos. Por otro, nos vestimos para pertenecer, transmitir algo, rebelarnos, llamar la atención, pa-

sar desapercibidos o simplemente no nos vestimos. Hasta el hecho de estar desnudos implica un acto de expresión. De este modo, podemos decir que tanto la vestimenta en sí como la ausencia de la misma, inherentemente, son un medio de comunicación entre el individuo y el exterior.

El modo en el que esta comunicación se ha llevado a cabo a lo largo del tiempo ha variado, así como la morfología del cuerpo humano, los estándares de belleza, la tecnología aplicada a la misma y el surgimiento de los medios masivos de comunicación.

En este caso en particular nos abocaremos a la Alta Costura en Uruguay desde sus co-

mienzos hasta la actualidad. A priori nos encontramos con que la bibliografía existente con respecto a este tema es prácticamente nula. Por lo que nos parece, será una investigación de gran relevancia tanto a nivel personal como colectivo, implica crear un antecedente que sirva como punto de partida para investigaciones futuras.

01

Nuestra investigación



1. Nuestra investigación

1.1. ¿Qué pretendemos?

Estudiaremos la Alta Costura en Uruguay panópticamente, intentando involucrar la mayor cantidad de agentes que participan en el fenómeno.

En primer lugar necesitamos conocer las bases internacionales de la Alta Costura y cómo se desarrolló a nivel mundial. Conociendo a las personalidades que guiaron a la misma a lo largo del tiempo con sus aportes.

También nos parece pertinente poder ubicarnos en la situación histórica de nuestro país desde 1950 hasta la actualidad, triangulando los aspectos meramente his-

tóricos con los económicos, políticos y sociales.

Pretendemos conocer quiénes fueron las personalidades que forjaron la Alta Costura en nuestro país. Nuestro objetivo principal es poder ubicar linealmente a estos personajes, con el fin de entender cómo se fue dando la evolución.

Es muy importante definir lo que fue y lo que es la Alta Costura en Uruguay y qué pasó con ella a lo largo del tiempo. Entender lo que está sucediendo en el mundo en la actualidad nos permite ver las repercusiones globales en nuestro país y de qué manera la globalización afectó y contribuyó en la realidad actual.

1.2. ¿Cómo lo haremos?

Como mencionamos anteriormente, la bibliografía existente es prácticamente nula, por lo que nuestra mayor fuente de información será obtenida a través de entrevistas realizadas a personalidades del ambiente, tanto de aquellos pertenecientes a una época anterior como a los más actuales (diseñadores, modistos, estilistas, periodistas, críticos, fotógrafos, modelos, políticos, sociólogos, historiadores, docentes, etc.).

Así mismo, nos apoyaremos en bibliografía específica para conocer las bases de la Alta Costura internacional, a modo de ejemplo, y así contraponer su influencia en nuestro país. De este modo elaboraremos un contexto general en donde se enmarca nuestro estudio, entiéndase por contexto general la parte histórica, económica, política y social de nuestro país.

Para la realización de esta investigación tomamos como referencia los estudios de Estrada-Deslauriers, que en su publicación realizada en junio de 2011 titulada La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social, relatan la importancia de la entrevista y las pautas que se deben seguir para obtener la mejor

calidad de información. Desde la selección de los informantes; la elaboración de las preguntas, que en este caso se realizaron de manera espontánea; el proceso de la información; la verificación de los datos; y hasta la manera de transcribir los audios obtenidos.

Se realizará una investigación bibliográfica acerca del contexto social, económico, político e histórico de nuestro país y del mundo.

Se recopilarán datos de interés extraídos de desfiles, imágenes, documentos, revistas, suplementos, catálogos, folletos, libros, esperando obtener información acerca de los datos biográficos de los diseñadores, de su evolución como tales, de su forma de trabajar y de su percepción de la Alta Costura en nuestro país.

1.3. ¿De dónde partimos?

La Alta Costura supo tener su lugar privilegiado tanto en el mundo de la moda como en la vida cotidiana de las personas. Pero desde hace unos años vienen sucediendo una variedad de fenómenos económicos, sociales y sobre todo tecnológicos, que fueron haciendo que esta realidad cambie. La Alta Costura está muriendo. Si bien no creemos que desaparezca definitivamente, es un hecho que cada vez tiene menos protagonismo. Los consumidores cada vez más eligen otro tipo de productos, ya sea por su precio, por su rapidez o por lo efímero de los mismos. De este modo, la Alta Costura queda reservada para un público cada vez más selecto, que tiene a su disposición una innumerable cantidad de otras opciones a la hora de elegir.

Creemos que la Alta Costura tal como se concibió originalmente en las ciudades europeas (cuna donde nació) no ha sido la misma que conocimos en nuestro país, siempre ha sido diferente. Esto se debe a la notoria diferencia demográfica y a la particular forma de pensar y de actuar que han tenido los uruguayos desde siempre. Con esto nos referimos a las prioridades del común de nuestra sociedad: en primer lugar, comer bien; luego, tener un buen auto, la

casa, viajar; y por último «vestirse bien». Con el correr de los años y debido a las transformaciones que ha sufrido la sociedad, cada vez es menor la cantidad de diseñadores que pueden realizar prendas exclusivas, personalizadas para ocasiones de gala, pues cada vez son menos formales los eventos de gran importancia, y cada vez son más acelerados los ritmos de la moda donde podemos encontrar más de cuatro colecciones anuales en las tiendas de prêt-à-porter.

Sería muy bueno que el individuo tomara conciencia de lo que sucede en el mundo y en particular en la sociedad de la cual forma parte. Entender que el aceleramiento del ritmo de vida, de las comunicaciones cibernautas y el deseo de tener cada vez más —porque así nos lo solicita el sistema de globalización— nos alejan de la posibilidad de crecer como seres sociales.

Es de conocimiento mundial la preocupación y ocupación en cuanto al deterioro de la ecología. La sustentabilidad es un concepto que se maneja cada vez más tanto a nivel estatal como empresarial. En muchos países ya se legisla la utilización de materiales que afecten en menor proporción al entorno.

Uno de los temas más vigentes actualmente es el de la conservación ambiental, por todo el daño desmedido que se ha producido en los últimos años a causa del consumo indiscriminado de recursos naturales no renovables.

Puntualmente en el área textil ha surgido una corriente de moda que apunta justamente a terminar con el consumo desmedido de vestimenta y crear tendencias más duraderas en el tiempo, con el fin de contrarrestar la sobreproducción —y consigo— la mala utilización de recursos naturales, este movimiento se conoce como Slow Fashion.

No se trata solo de poner un freno a estos patrones de consumo sino también a concentrarse en la calidad y el valor del producto como tal. La calidad no se centra únicamente en la durabilidad, sino que incluye el respeto y la conservación de materias primas orgánicas, así como el intento de preservar las tradiciones y utilizar materiales locales, evitar productos químicos, emplear métodos tradicionales y mano de obra local.

Deberíamos tomar conciencia del diseño. Buscar, en una prenda, satisfacer necesidades reales, personales y concretas; dejar de comprar ropa por el hecho de desear

pertenecer a cierto sector y volver a consumir indumentaria diseñada, pensada, desarrollada conscientemente, de acuerdo a las necesidades y a la ética del cuidado de los recursos, valorando la mano de obra personalizada y la calidad de la confección. Proporcionando el protagonismo que merece la industria textil nacional que tanto aporta al desarrollo del país.

1.4. Motivación: la importancia de generar conocimientos

Existe una característica exclusivamente humana, y es uno de los elementos que nos distingue de las diferentes especies existentes: el hecho de que acumulemos conocimientos y elementos provenientes de generaciones pasadas. Esto hace posible un aceleramiento en el desarrollo y permite partir de preconceptos ya formulados para continuar investigando a partir de ellos.

Por lo tanto, podemos afirmar que el mundo que conocemos actualmente, es el resultado de la acumulación de modificaciones y alteraciones que se han realizado en él, en el transcurso de la historia de la humanidad.

De esta manera, la moda tal y como la conocemos en la actualidad, es el resultado de la evolución y la incorporación de diversos conceptos a lo largo del tiempo, en diferentes partes del mundo. Todos los conocimientos que el ser humano va incorporando y es capaz de compartir sirven de agentes movilizantes para que generaciones futuras puedan utilizar de punto de partida para sus propias investigaciones.

Izq. arriba
Papelógrafo con línea de tiempo tentativa realizada en los comienzos de la elaboración de esta tesis.

Actualmente en nuestro país no existe registro alguno referente a la Alta Costura ni a las industrias que se generan en torno a la misma ni a los personajes que protagonizaron ese capítulo tan significativo de la identidad uruguaya.

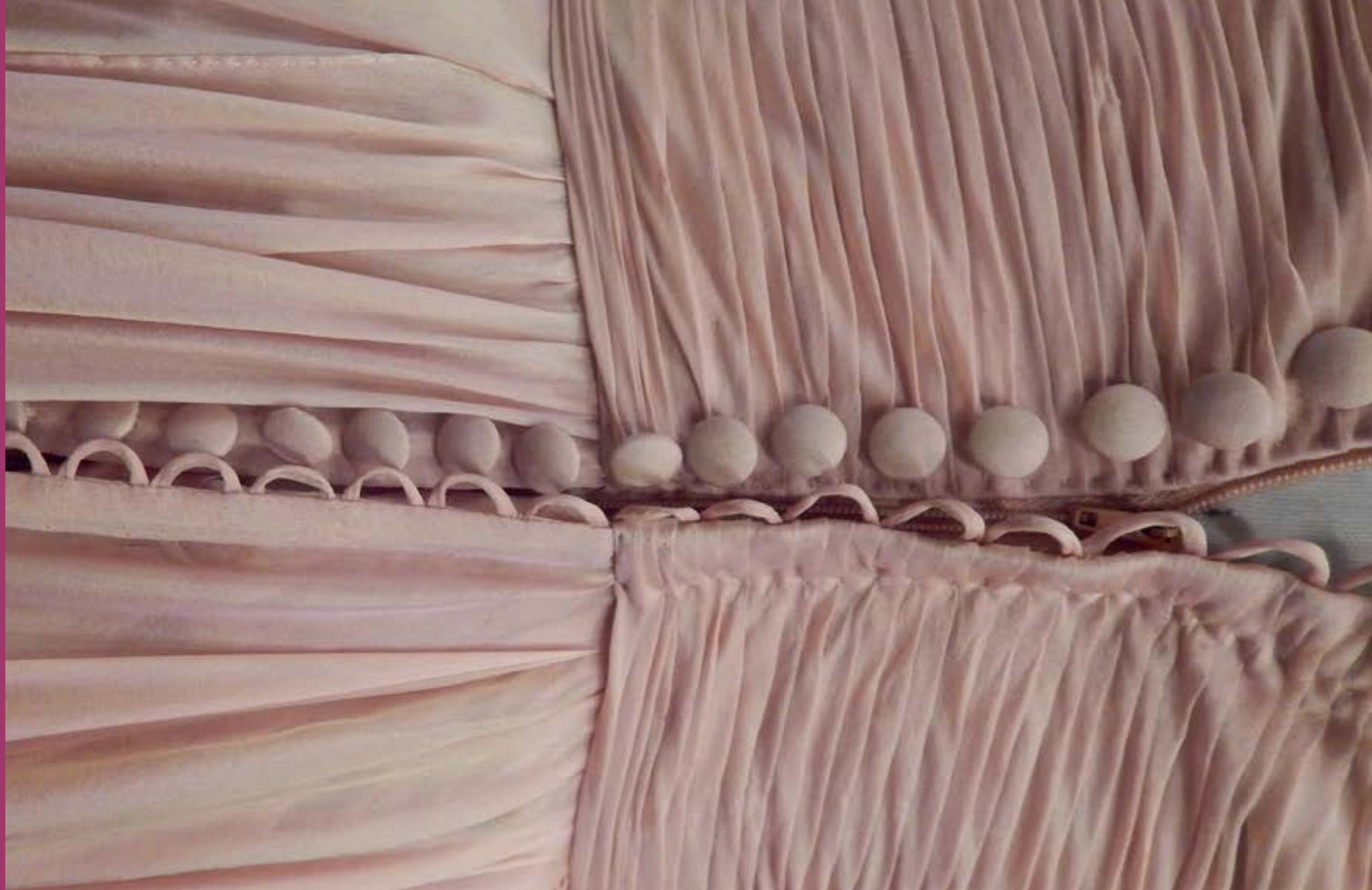
Es de suma importancia preocuparse y ocuparse de que un elemento tan importante de nuestra cultura tenga un espacio en los registros bibliográficos nacionales. Esto va a permitir que cualquier individuo con interés hacia el tema tenga acceso a un material ordenado, que combine la evolución histórica nacional e internacional con los testimonios de los agentes involucrados en el tema.

Izq. abajo
Únicos ejemplares de la revista Anales que se conservan en la Hemeroteca del Palacio Legislativo.



02

¿Qué es la
Alta Costura?



2. ¿Qué es la Alta Costura?

2.1. Charles Frederick Worth: el padre de la Alta Costura

Desde mediados del siglo XIX, lo que antes era el humilde oficio de la costura fue elevado a la categoría de Alta Costura, una expresión que comenzó a utilizarse para hacer referencia a la indumentaria realizada bajo los más altos estándares de calidad, en cuanto a los textiles utilizados, el corte y confección de la misma y sus detalles. Este radical cambio estuvo a cargo del diseñador inglés Charles Frederick Worth (1825-1895), considerado el padre de la Alta Costura. Worth comenzó a los doce años trabajando como pañero, luego trabajó durante siete años vendiendo chaques y cortes de vestidos en una mercería.

En 1845 se mudó a París, donde comenzó a trabajar en un local vendiendo mantones para luego abrir un departamento de modas. Trece años después, se asoció con Otto Bobergh y fundó su propia empresa. Muy pronto, se convirtió en el modisto favorito de muchas personalidades de la realeza, de actrices muy reconocidas de la época y de personas de la alta sociedad internacional.

Realizó colecciones enteras para algunas de sus clientas, ellas tenían plena confianza en él, ya que les resaltaba sus figuras con el excelente corte de las telas y la gran calidad de las mismas.



C. Frederick Worth.

«Gracias a la gran habilidad de Worth para promocionarse y a su talento para los negocios, la expresión acabó identificando técnicas de costura a medida y moda exclusiva, con Worth como director de la primera maison de couture y como fuerza motriz de un arte doméstico en una industria internacional.»³

Él se atribuyó a sí mismo la categoría de celebridad, firmando cada prenda como

si se tratase de obras de arte, concebía a la moda tal como la conocemos en la actualidad. Es el creador de la Chambre Syndicale de la Haute Couture Parisienne (Cámara Sindical de la Alta Costura parisina), donde se estableció la reglamentación que regula la Alta Costura en Francia. A partir de ese momento el creador de la Alta Costura constituye a la figura que hoy denominamos diseñador, quien toma el poder expresando su propio deseo, im-

3. FOGG, Marnie. «Moda: toda la historia» 2014, p.172.



Grifa
bordada
de Worth.

poniendo su inspiración, materializando su fantasía, valorando de este modo al vestido de Alta Costura como pieza única.

«Worth transformó la costura —previamente una habilidad de competencia casi exclusiva de las mujeres—, que pasó de ser un oficio humilde a devenir en un negocio, y se reservó el papel de árbitro del gusto refinado. Se consideraba un artista, con las correspondientes prerrogativas para controlar por completo la prenda terminada.»⁴ Luego de posicionarse en el mercado europeo (al vestir a la realeza) estaba en condiciones de establecer sus propias reglas. Él ya no estaba dispuesto a obedecer las instrucciones de sus clientas ni a seguir al pie de la letra los requisitos

que ellas exigían. En su lugar, las esperaba en su taller con una variada muestra de diseños, de los que ellas podían escoger cuál sería realizado a medida. Se necesitaban varias pruebas para lograr el ajuste perfecto. A su vez, se permitía el lujo de elegir su propia elite de clientas y solo aceptaba nuevos encargos si acudían con referencias adecuadas.

«A los modistos ya no se los consideraba costureros habilidosos, sino que ahora eran nombres conocidos, con firmas que identificaban sus prendas. Esta innovación aún se mantiene hasta nuestros días. Estas firmas se grababan o se tejían en tela gruesa cosida en la cintura del vestido. Posiblemente sin saberlo, se estaban forjando

4. FOGG, Marnie. Op. Cit. p. 173.



Worth,
vestido 1892.



Worth, detalle de vestido, 1900.

las bases de lo que en la actualidad conocemos como derecho de autor.»⁵ Hoy en día prácticamente todos los diseñadores incluyen grifas en sus prendas.

Luego de su muerte, sus hijos continuaron su negocio; este se mantuvo durante cuatro generaciones. Jean-Philippe Worth siguió los pasos de su padre transformándose en diseñador para la Casa Worth, manteniendo el estilo característico de este; mientras que Gastón Worth se encargó de la parte administrativa y comercial del negocio, siendo el primer presidente de la Chambre Syndicale de la Haute Couture.

5. FOGG, Marnie. Op. Cit. p. 174.

2.2. La Cámara Sindical de la Alta Costura Parisina

El término Alta Costura hace referencia al diseño de moda de alta calidad y de confección artesanal. Involucra a un diseñador que crea modelos a partir de una toile, los cuales llevan su nombre. La Alta Costura es laboriosa y costosa.

Desde el siglo XVIII se considera a París el centro de la moda internacional, desde todas partes del mundo se observa lo que sucede allí para saber qué colores se van a usar en cada temporada, qué modelos, con qué texturas, etc. Este fenómeno pronto fue muy notorio y al ser consciente de que la moda francesa era objeto de creciente imitación era necesaria una protección especial.

«A instancias de Worth, se creó en 1868 la Cámara Sindical de la Confección y la Costura para Damas y Señoritas, un sindicato que se ocupaba de ejercer presión en temas relacionados con la administración y la confección de prendas. En 1910, esta organización se convirtió en la Cámara Sindical de Alta Costura Parisina, que solo se ocupaba de la producción de la Alta Costura. Para pertenecer a ella, había que cumplir reglas estrictas y específicas. Así



Cámara Sindical de la Alta Costura, París.

se aseguraba el mantenimiento de la calidad y del prestigio que ya tenía la institución y, además, se regulaba la venta y la reproducción de los diseños.»⁶

La Cámara estableció disposiciones muy restrictivas para los compradores extranjeros, y elaboró un reglamento, aún vigente, sobre estructura y funcionamiento de las casas de Alta Costura. Alguna de las bases que se deben cumplir para poder pertenecer a la Cámara son: diseñar a medida para clientes privados, con una o más pruebas; tener un taller-atelier en París que emplee por lo menos veinte miembros de personal a tiempo completo; presentar cada temporada una colección de al menos cincuenta diseños originales al público, que contenga prendas de día y de noche, en enero y julio de cada año.

A lo largo del tiempo fue variando el número de integrantes de esta Cámara, ya que, según evaluaban periódicamente, podían entrar y salir todo el tiempo, por esto, con semejantes exigencias era muy complejo mantenerse allí.

En la actualidad hay un organismo más amplio que contempla otras áreas además de la Alta Costura: la Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Coutu-

riers et des Créateurs de Mode constituida en 1973 y presidida por Didier Grumbach desde 1998.

Esta federación regula y controla la Cámara Sindical de la Alta Costura, la Cámara Sindical de Prêt-à-porter, Costureros y Creadores de Moda y la Cámara Sindical de la Moda Masculina, involucra también sociedades japonesas, italianas, belgas, chinas, coreanas, etc., por lo tanto, pertenecen a ella cientos de miembros.

6. FOGG, Marnie. Op. Cit. p. 174.

2.3. Alta Costura en Uruguay

Dadas las evidentes diferencias demográficas, culturales, económicas y dimensionales entre Uruguay y los países europeos es que se puede entender que la Alta Costura en este país, desde que surgió, ha sido siempre diferente, empezando por la clara realidad de que aquí no existió tal cámara. Podemos encontrar varios organismos que de una u otra manera se pueden relacionar con la Alta Costura, pero no uno que se haya dedicado exclusivamente a ella.

Uno fue la Asociación Uruguaya de Maestros Sastres, que nucleaba a todos los sastres del país y en donde se dictaban clases de sastrería. Entre sus integrantes se destacaron Carlos Boullosa, Antonio Ferraro y Héctor Gerlach. Otro es la Cámara de Industrias del Uruguay, en el seno y como parte integrante de la misma funcionan la Asociación de Industrias Textiles del Uruguay y la Cámara de la Vestimenta, gremiales representativas de las distintas ramas de la actividad industrial, que tienen autonomía para actuar en defensa de sus exclusivos intereses. Estos organismos no se dedican a la Alta Costura sino que apuntan a la producción textil industrial. Además, hoy en día contamos con la CDU (Cámara de Diseño de Uruguay), que

abarca el diseño en general sin especificidad (diseño industrial, textil, audiovisual, etc.) cuya función sería promover, dar difusión y colaborar con emprendedores nacionales. De todas maneras, no existe ni ha existido ninguna institución que regule o promueva la Alta Costura uruguaya en particular.

Muchas de las personas con las que hablamos al realizar esta investigación afirman que fueron muy pocos diseñadores o casi ninguno los que hubieran podido integrar una cámara con similares exigencias a la parisina. Esto se debe a que siempre fuimos un país de pocos habitantes, con una idiosincrasia que toma como incorrecto a aquellas personas que ostenten algo de lujo, o simplemente sobresalen de las generalidades.

Otra diferencia es la escasa cantidad de eventos a los que acudir de gala. Si bien tuvimos momentos de bonanza, aquellas galas siempre fueron exclusivas, y hablando de un país con poca población, la clase alta —y en particular la que asistía a tales eventos— era muy reducida. Por lo tanto siempre fueron vestidos más austeros, simples, sencillos que los que podríamos encontrar en el mismo momento en otra parte del mundo.

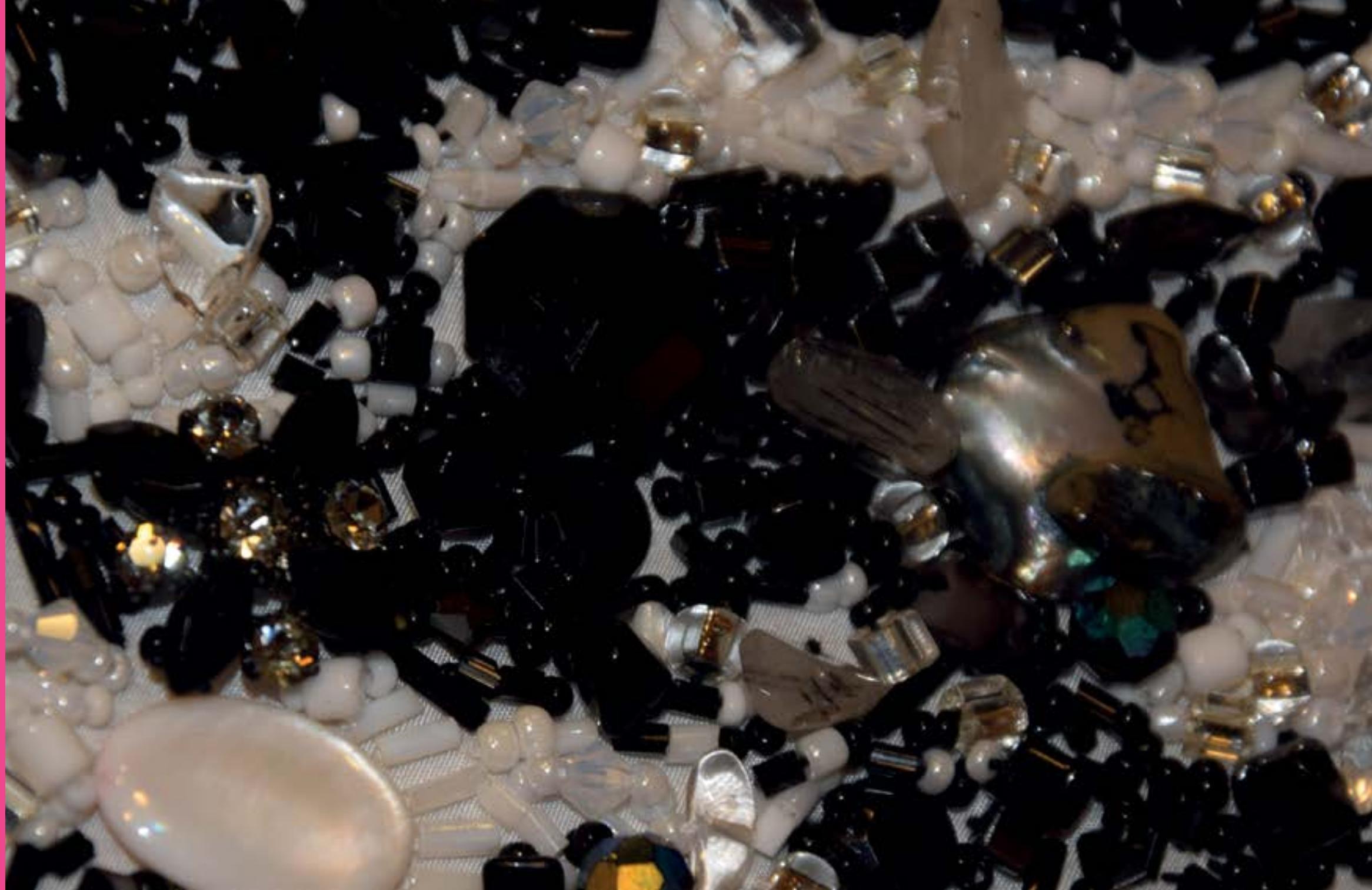
Si bien los condicionantes tangibles que remiten a la calidad suprema (el empleo de buenos materiales, el corte perfecto, las costuras realizadas íntegramente a mano) son fundamentales, es en los condicionantes intangibles, en la magia del vestido de Alta Costura, donde se produce la gran conmoción. La Alta Costura es sinónimo de elegancia, refinación y clase, pero en este país son muy pocas las personas que consideran estos sinónimos para su vida cotidiana.



*Andrea Ferreira,
realizando un bordado
para Oscar Álvarez,
2015.*

03

Alta costura en el
período de postguerra



3. La Alta Costura en el período de postguerra

3.1. Época de cambio y regulación

La Segunda Guerra Mundial dejó muchas secuelas, las pérdidas fueron enormes, y no solo las materiales, sino también humanas. Europa tuvo que recuperarse de la mayor crisis que ha atravesado, ese período de reconstrucción trajo consigo varios aspectos.

Por un lado, generó un lazo de dependencia con algunos países de Latinoamérica —sobre todo Uruguay— que los abastecieron durante la guerra; y por otro se tomó conciencia de la escasa reglamentación que había en relación a determinados temas, como por ejemplo respecto a los derechos humanos.

La Cámara Sindical de la Alta Costura no quedó ajena a esto, creó nuevas y estrictas reglas para los integrantes de la misma. Además de los requisitos que ya mencionamos en el capítulo anterior, se exigía que el diseñador mantuviese las instalaciones adecuadas en París y un ambiente apropiado para presentar sus colecciones semestrales. Debía contar con un espacio privado para las pruebas, así como un estudio y salas de trabajo. Las colecciones debían constar de al menos setenta y cinco diseños originales hechos a medida, cada uno de los cuales requería un mínimo de tres pruebas.

En 1946 hace su aparición en el mundo de la moda el diseñador Christian Dior (1905-



*Christian Dior
con lo modelo
Dorothy Emms,
1957.*



Dior, abundancia de tela utilizada para vestido new look.

1957), quien marcó el rumbo de la Alta Costura. La sociedad de ese momento necesitaba tener la certeza de que la guerra finalmente había terminado. Dior, con gran visión, ideó una colección a la que denominó New Look. Se trataba de vestidos con una cintura extremadamente entallada y muy voluminosa en la parte de la falda, que realzaba el busto y los hombros y se acompañaba de accesorios como guantes, sombreros y zapatos de tacón aguja. El resultado final era de total elegancia y sofisticación, evocaba aquellas épocas de bonanza económica que tanto se añoraban. Además, les devolvía a las mujeres la feminidad que habían perdido durante la guerra, donde la gran mayoría tuvo que salir a trabajar ya que sus maridos estaban en combate.

Para confeccionar un vestido New Look, se necesitaban enormes cantidades de tela; para las mujeres esta ostentosa utilización del material confirmaba el hecho de que la guerra realmente había terminado. Durante los años cincuenta Dior presentó una serie consecutiva de diseños en cada temporada y su producción tuvo un tremendo impacto en el mundo de la moda. En esa década también apareció otro importante diseñador, el español Cristóbal Balenciaga, al que se le dio el



Dior, vestido new look, frente a la torre Eiffel, París, 1947.

nombre de Maestro de la Alta Costura. Sus diseños parecían obras de arte, utilizaba colores vibrantes e innovó dejando un espacio extra entre la prenda y el cuerpo, lo que permitía a sus clientas utilizar los vestidos sin ropa interior que modelara la figura, haciéndolos increíblemente cómodos con respecto a la vestimenta de ese momento. Las mujeres se sintieron liberadas gracias a él. Balenciaga fue uno de los pocos diseñadores que tenía experiencia

práctica en las técnicas de confección, y buscaba la perfección en cada corte y en cada costura.

A partir de este momento, se comienza a relacionar la Alta Costura con las clases de mayor poder adquisitivo y a la producción seriada con un público más popular. Si bien la masificación de la vestimenta confeccionada en serie fue ganando cada vez más adeptos, la Alta Costura continuó



*Cristóbal Balenciaga
(1895-1972).*

*Vestidos de Balenciaga que
muestran un espacio extra
entre la prenda y el cuerpo.*



dando diseñadores de talento en las décadas siguientes.

Se creó en Francia un negocio de licencias para aprobar el copyright de la grifa o de la «ropa de marca», que permitía legitimar la utilización de determinada etiqueta en las prendas, lo que le daba un valor extra a la misma. Esto puso en marcha una obsesión por las marcas que sigue teniendo gran influencia sobre las personas hoy en día.

3.2. La edad de oro de la moda uruguaya

Nuestro estudio inicia a partir de la década del cincuenta, momento en que Uruguay disfrutó de una situación económica favorable, derivada de los beneficios que dejaron nuestra producción agropecuaria y nuestro comercio exterior durante la Segunda Guerra Mundial, el período de reconstrucción y la posterior guerra de Corea. Sin duda esta situación contribuyó de manera muy positiva en el desarrollo de la industria de la moda en nuestro país, tanto como en los consumidores de la misma.

Este período de la historia uruguaya se conoce como neobatllismo donde se le dio especial importancia a la industria, a los servicios públicos y a la legislación laboral

Izquierda
Desfile Consorcio Americano Canal 4, junio 1961.

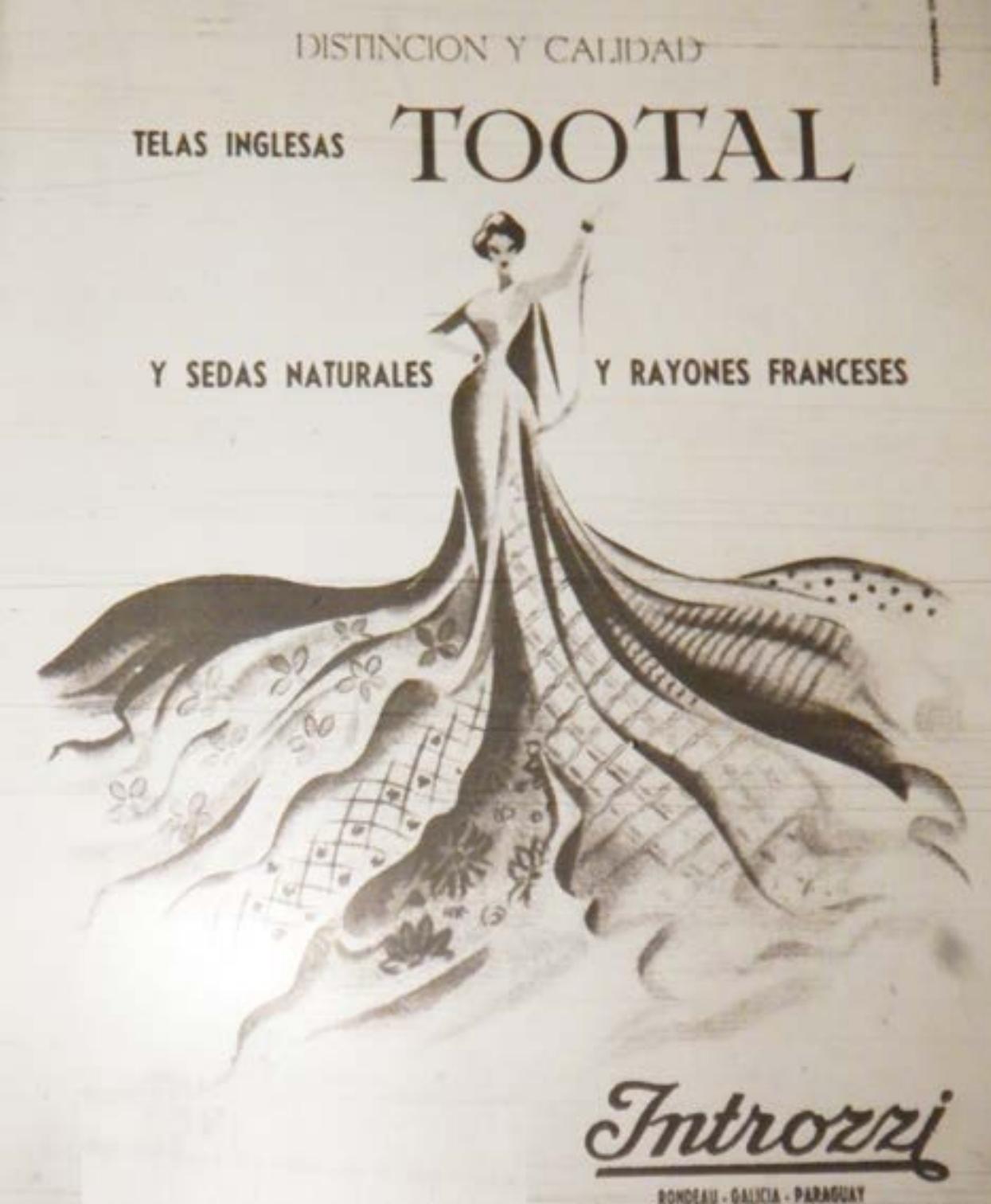


Arriba
Vista nocturna de
de la fachada de la
Sedería París ubicada
en la calle 18 de julio.

Abajo
Desfile en Parque
Hotel
años treinta



*Izquierda
Oficialas del taller
de Alta Costura
de las Pérez,
realizando prueba
de vestido en
1948.*



*Derecha
Aviso publicitario
de tienda Introzzi
encontrado en
diario El Día 1959.*



Izquierda
Tapa revista
Galería, en
homenaje a los
cuarenta años del
cierre de la tienda
London París.

Derecha
Interior de la
tienda London
París.

y social. «Las compras aliadas durante la Guerra Mundial y la reconstrucción de Europa así como la demanda provocada por la guerra de Corea (1950-1953) expandieron la bonanza económica del país, lo que sirvió de base para la política industrialista y pro-obrera del neobatllismo.»⁷

Durante la Segunda Guerra Mundial y en los años siguientes a la misma, los países europeos no pudieron hacerse cargo de su

autoabastecimiento, por lo que compraron toda nuestra producción a un precio rentable y no pudieron vendernos productos manufacturados, lo que no dejó otra alternativa al país que producirlos localmente. Una de las industrias que más se explotó en este momento fue la textil, ya que para ella se utilizaban materias primas locales.

La mayor parte de la producción industrial fue destinada al mercado interno del

7. NAHUM, Benjamín. «Manual de Historia del Uruguay. Tomo II: 1903-2010» 2013, p. 184.





país, proveyendo artículos de consumo: alimentos y vestimenta.

De esta manera, los saldos de la balanza comercial fueron muy positivos y con esa base se pudo impulsar la política de sustitución de importaciones, ampliar la legislación laboral, mejorar el salario, crear nuevos empleos, etc. Gracias a esto creció la capacidad del mercado de consumo interno para absorber la producción nacional. Además, influidos por toda la situación que se estaba dando en nuestro país, los industriales aceptaron mejorar los salarios, lo que amplió la capacidad adquisitiva del mercado, elevó el nivel de vida general y disminuyó la conflictividad social. «Si la industria crecía y tomaba más personal era porque la demanda aumentaba al existir más gente empleada, que ganaba un salario y deseaba gastarlo en el consumo de productos nacionales.»⁸ El grado de desarrollo económico y el proceso de integración social alcanzados se compaginaron perfectamente con la plena vigencia de los valores democráticos y la exaltación de las instituciones, sin necesidad de autoritarismos de ningún tipo.

Esta particular situación se reflejó en el sentimiento general de la población, «se popularizó por esos años la frase “como

8. NAHUM, Benjamín. Op. Cit. p. 210.

Izquierda: Interior de la tienda London París.
Derecha:
Página de un catálogo de la tienda Introzzi.



el Uruguay no hay”, visto como remanso de bienestar económico y tranquilidad social»⁹. En este momento en nuestro país podríamos encontrarnos, por un lado, con varios creativos y trabajadores de la moda de diferentes áreas dispuestos a apostar y arriesgarse; y por otro, muchas personas

decididas a consumir los productos que ellos tenían para ofrecer, la coyuntura perfecta.

Las personas estaban en condiciones de comprarse ropa, accesorios, y sobre todo de salir, de asistir a eventos en donde

9. NAHUM, Benjamín. Op. Cit. p. 184.

Izquierda
Prestigiosas figuras del círculo social oficial, espectadoras de la disputa del Gran premio “José Pedro Ramírez” del 6 de enero de 1949 en el Hipódromo de Maroñas.

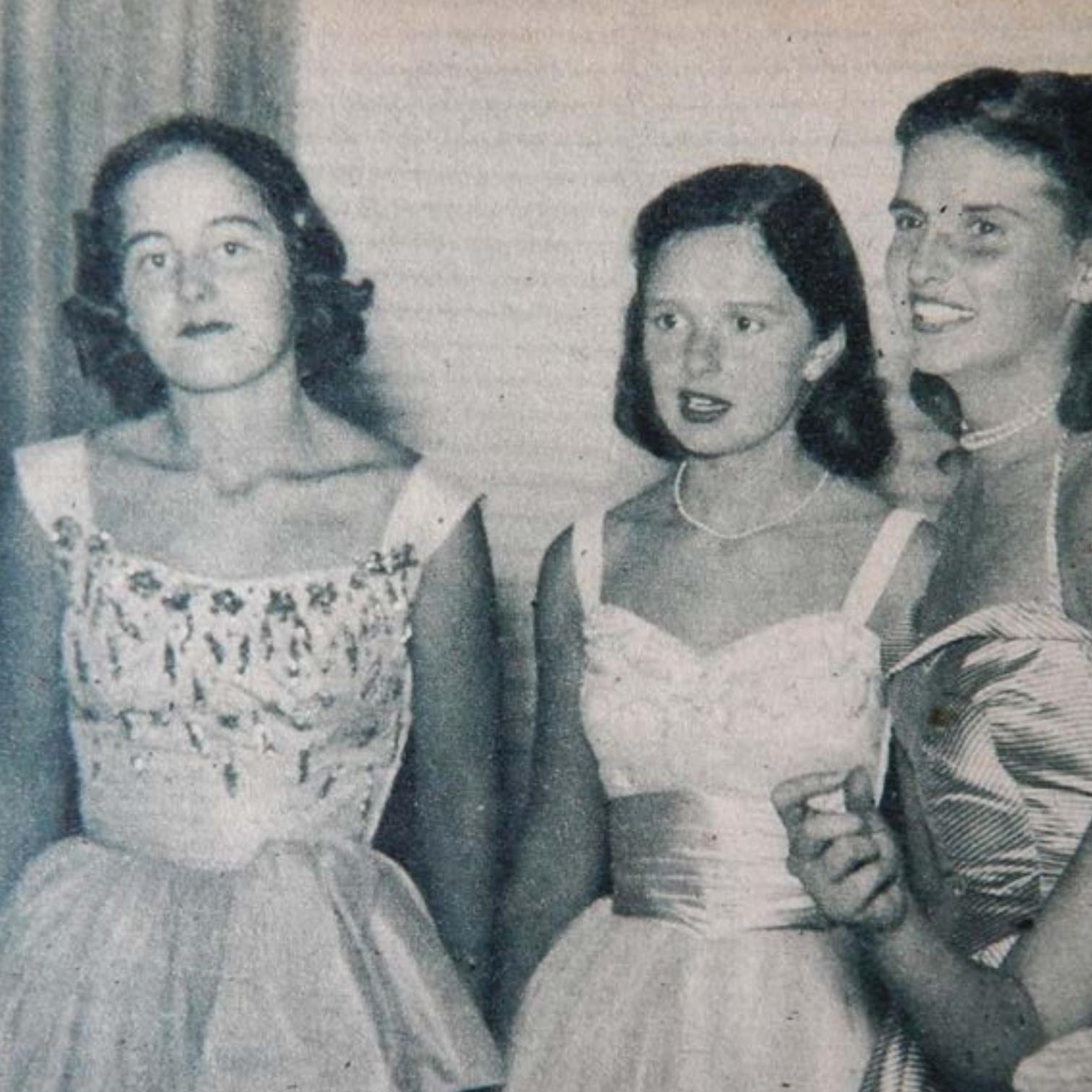
Derecha
Prestigiosas figuras del círculo social oficial, espectadoras de la disputa del Gran premio “José Pedro Ramírez” del 6 de enero de 1949 en el Hipódromo de Maroñas.





Izquierda
Señoritas celebrando la
presentación en sociedad de
una de sus amigas.

Derecha
Señoritas celebrando un
cumpleaños de 15 en 1949.





*Señoritas celebrando
cumpleaños de 15 en 1949.*

poder lucir sus adquisiciones. Hasta ese momento la moda uruguaya era llevada adelante por algunas boutiques y tiendas que traían los originales de las marcas europeas, y comercializaban a todos los rincones del país a través de catálogos. Tal es el caso del London-Paris, Angenscheidt, Introzzi y Casa Soler. Pero las mujeres de la época empezaron a buscar la perfección y originalidad de la ropa confeccionada a medida en casas particulares, con

excepcionales modistos como Amadeo de Valiente o la Casa Pérez, entre tantos que quedarán en el anonimato, debido a la falta de registros. Si bien estos personajes son anteriores al período en el que nos vamos a centrar, nos pareció muy relevante e indispensable hacer referencia a ellos, dada la importancia que tuvieron y como el antecedente fundamental a los diseñadores que los sucedieron.

*René, Vera,
el novio, la novia,
Edelma y Elbio.*



3.3. Las hermanas Pérez

Los primeros pasos del diseño tal y como lo entendemos hoy, con colecciones, modelos y desfiles de temporada, ya se organizaba en la casa de las hermanas Pérez, que a mediados de los años 1930 llegaron de España para ser las soberanas de la moda. Dicha casa ubicada en Ciudad Vieja pertenecía a Carmen, la madre del actual diseñador uruguayo Pablo Suárez. Allí, en 1935, se empleó a una adolescente llamada Edelma, quien desarrolló para la casa de modas su intuición para crear según el estilo de cada clienta.

Edelma diseñaba mentalmente mientras mostraba los géneros posibles durante la charla con la clienta, basada en los figurines y las toiles: modelos a escala que se compraban con cada cambio de estación en París. Pronto comprendió los puntos fundamentales de la confección y se volvió imprescindible para la casa, en la que trabajó por más de treinta años.

En el momento en que cierra la casa de las hermanas Pérez, Edelma se lanza por su cuenta asociada con Vera, una muy buena modista que trabajaba en el Prado y comenzaron a ser llamadas genéricamente Las Pérez, aunque ninguna de las

dos llevaba ese apellido. Juntas instalaron un taller en Soriano y Ejido, al que denominaron Edelma y Vera, donde trabajaron incansablemente durante muchos años.

Su experiencia como socias fue muy positiva, han logrado un gran reconocimiento, hoy en día son recordadas como referentes de la confección y el diseño de excelente calidad en nuestro país.

Comenzaron en un momento donde habían numerosos acontecimientos de gala, y eventos a los cuales las mujeres asistían maquilladas, vestidas especialmente para la ocasión, con guantes, sombreros, zapatos de taco y joyas. Para cada ocasión se mandaban a hacer un conjunto nuevo, confeccionado a medida por supuesto, lo que inherentemente generaba un trabajo constante, tanto para ellas como para el resto de los diseñadores de la época.

Vera aún recuerda los tiempos en que viajaba con Edelma, dos veces por año, a Europa para ver los desfiles de los diseñadores más importantes del mundo y recorrer sus casas. Allí podían observar detenidamente los vestidos y comprar textiles diferentes a los que se vendían en nuestro país.



*Copia de un vestido de Valentino,
confeccionado por Edelma y Vera.*

En ese momento había mucha producción de materia prima en nuestro país y la industria tenía gran actividad, tanto los textiles como los avíos se producían en nuestro país para consumo interno así como para exportar. Una de las fábricas preferidas por Edelma y Vera era la Casa Naya, una fábrica de botones en la cual los realizaban a medida y en combinación con el traje o vestido que se estuviera realizando.

Durante la dictadura tuvieron mucho trabajo, ya que las damas debían asistir a diferentes eventos vestidas de manera muy elegante y se hacían los vestidos con diseñadores.

Fueron reconocidas numerosas veces por el diario El País, que en ese entonces destacaba al mejor vestido de novia y de madrina del año. Sus vestidos siempre se caracterizaron por ser perfectos, tanto a nivel de confección como de los detalles, justamente eso fue lo que las dió a conocer. Nunca realizaron desfiles ni colocaron grifas en sus prendas; pero, de todas maneras, se podía reconocer cuando un vestido había sido realizado por ellas solo con mirarlo.



*Vestido de novia,
Vera.*



Vera Kuzel, acompaña a la novia a la iglesia.

Vera nos contó una anécdota que deja en evidencia el nivel de prolijidad y perfección de sus vestidos. En una oportunidad una persona les preguntó si el vestido de la novia había sido realizado por computadora. Se trataba de una copia exacta de un traje de novia de Valentino, realizado con muchas colitas de ratón aplicadas sobre un microtul transparente, con una exactitud increíble.

También comparte una historia que ocurre en un momento previo a la dictadura, durante la guerrilla civil, recuerda que no se podía andar por la calle por el miedo que provocaba la situación. Cuando una novia estaba por entrar a la iglesia, le apagaron las luces de repente, entre los invitados había mucho nerviosismo, pero el casamiento debía continuar, por lo que salieron rápidamente a conseguir velas. Lo cómico es que los tocados Elvio y René se peleaban con Edelma y Vera porque ellos le iluminaban la cabeza con una linterna, y ellas querían que le iluminaran el vestido.

3.4. Vera

Vera Kuzel hoy en día continúa trabajando en la confección de vestidos de novia y madrina con la misma excelencia de siempre. Comenzó su carrera a los dieciocho años de edad como aprendiz en el taller Casa María, donde dos años más tarde llegó a ser oficiala, y continuó trabajando hasta que fallece la directora, a quien llamaban la Húngara, mujer que creaba los modelos de Alta Costura y enseñaba el oficio con rigurosidad y exigencia a las personas que trabajaban en su taller.

Como Vera era alta y delgada, la tomaban como maniquí, entonces cuando asistía una clienta en busca de un modelo, ella se lo probaba y desfilaba los modelos que la clienta quisiera. Una vez elegido este, pasaban a adaptarlo a sus medidas. Era muy interesante la forma en que la clienta podía ver ese vestido, en lugar de imaginarse un modelo de una revista, lo veían en un cuerpo real.

En ese momento no existían las escuelas de diseño en nuestro país, la experiencia en aquel lugar fue lo que le proporcionó las herramientas para poder desempeñar con gran excelencia su labor en el campo textil. Se autodefine como modista y

Vera Kuzel, con la novia.





Diego Forlán, Vera
y Paz Cardozo.

copista, ya que es capaz de reproducir exactamente cualquier vestido por más complejo que parezca. Ha realizado en numerosas oportunidades vestidos a partir de fotografías de diseños de grandes diseñadores europeos. «Todas mis novias siempre llevaron el vestido que soñaron.»¹⁰

«Los vestidos de Vera siempre fueron impecables, la novia entra a la iglesia y parece que no la tocó nadie. Creo que es la única que hace Alta Costura de verdad en este momento.»¹¹

Hace aproximadamente veinte años que cerró su taller. Fue en el momento en que falleció su marido cuando quiso retirarse definitivamente, pero las clientas no se lo permitieron. Hoy Vera con sus ochenta y ocho años de edad agradece poder continuar con esto, porque la mantiene ocupada, entretenida y útil. Está realizando vestidos para la cuarta generación, por lo que ha visto la evolución y el cambio en los gustos de las mujeres uruguayas.

Actualmente, se dedica a entrevistar a la clienta, tomarle las medidas, cortar y probar los vestidos. La acompañan señoras que la ayudan en la confección y en los detalles de terminación desde hace más de cuarenta años, todas ellas trabajan des-

de sus hogares pues no están en condiciones de cumplir un horario.

Es muy difícil encontrar material sobre su trabajo dado que no publica en ninguna revista ni tiene página de internet o perfiles en alguna red social. Tampoco publica su dirección o su teléfono en ningún lado, solo atiende a aquellas clientas que la buscan personalmente. Tal es el ejemplo del vestido de novia que le realizó a Paz Cardozo para su boda con Diego Forlán, debido a que la conoce desde que nació y trabajó para muchas mujeres de su familia, inclusive su abuela Lucecita Mattos.

Afortunadamente, pudimos contactarla y encontrarla para conversar sobre su trayectoria donde comentó que añora los grandes talleres que hoy no existen, donde se podía ingresar como aprendiz, e ir subiendo de categoría, aprendiendo rigurosamente las técnicas de costura más minuciosas, que debían llegar al grado máximo de la excelencia. Y le parece desleal la competencia que generan los vestidos comprados en el exterior por un costo insignificante, y con un trabajo de bordados y apliques de la magnitud de un vestido de Alta Costura.

10. KUZEL, Vera: modista. Entrevista realizada para esta investigación, marzo 2015.

11. SAN MARTÍN, Martha: diseñadora y docente. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.

A. de Valiante

alta costura

*Recorte del
aviso publicitario
de Amadeo
De Valiante
encontrado en
ejemplar de Revista
Anales 1945.*

3.5. Amadeo De Valiante

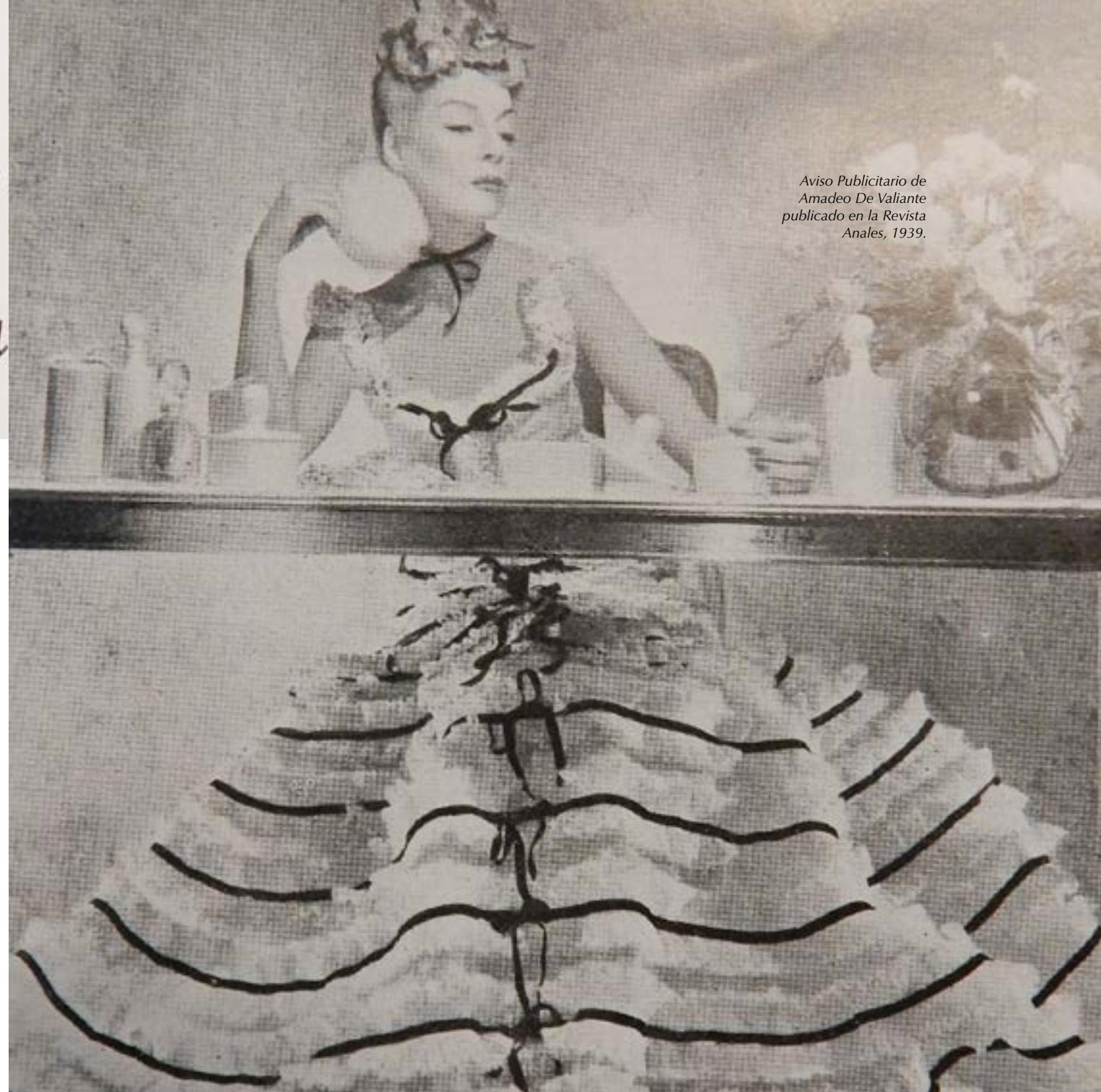
Nacido hacia fines del siglo xix, Valiante fue uno de nuestros primeros diseñadores de moda reconocido por la sociedad montevideana. De formación totalmente autodidacta, tuvo un peso enorme entre las señoras y señoritas durante treinta años en la moda de nuestro país. Trabajó desde muy joven, ya en los años veinte tenía su propia clientela, muy selecta, por cierto.

Fue un pionero de la Alta Costura uruguaya, quien empezó a colocar su firma en cada vestido que diseñaba. Su nombre verdadero era Amadeo Valiante, pero en su grifa se leía De Valiante.

Se instaló con atelier propio en Sarandí y Bacacay, el punto más elegante de la ciudad. Más adelante tuvo su atelier en la calle Juan Carlos Gómez, donde además de recibir a sus clientas, ofrecía desfiles de sus modelos a los cuales solo podían asistir los amigos de la casa.

Si bien su incursión en el mundo de la moda fue bastante amplia, se dedicó sobre todo a los vestidos de fiesta y a la realización de trajes de novia y quinceañeras. En cuanto a modelaje se refiere, Valiante trabajaba con la tela directamente sobre la clienta y la cortaba en el momento. «Sabía perfectamente lo que hacía aunque fuera pura intuición»¹², interpretando a la perfección el espíritu del glamour.

12. MRAK, Enrique. Blog: «Si te dicen que me fui». Nota: Amadeo De Valiante, sábado 14 set. 2013.



*Aviso Publicitario de
Amadeo De Valiante
publicado en la Revista
Anales, 1939.*



Ilustración realizada por Amadeo De Valiante, publicada en Revista Anales, 1943.

«Los avatares de la vida, las variantes económicas y el cambio de costumbres, hicieron que aquellos esplendores de antaño fueran diluyéndose, mermando la economía de Amadeo que alcanzó su cenit a mediados de la década de 1940.»¹³

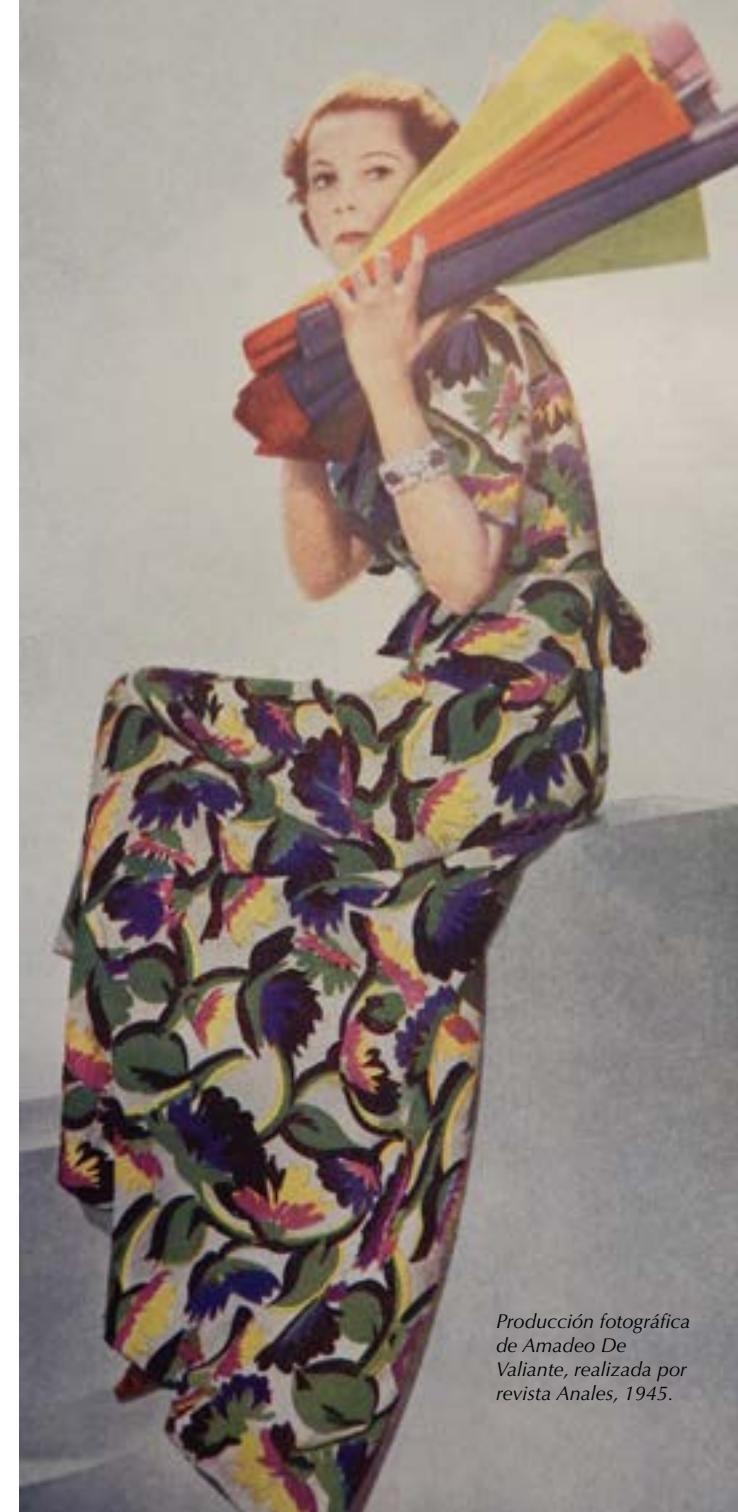
Amadeo De Valiante murió en 1955 cuando regresaba en avión desde París. Al llegar a Carrasco, los otros pasajeros bajaron y él quedó a bordo, como dormido en su asiento, había fallecido.

«Quedaron tras de sí una estela de vestidos asombrosamente bellos, junto con la admiración de sus pares y el recuerdo de un hombre noble y generoso, al punto de prestar sus diseños a mujeres que no podían pagarlos para que los copiaran con su costurera.»¹⁴

De este modo, dejó paso a otras generaciones que al igual que él harían historia en el campo de la Alta Costura en nuestro país.

13. MRAK, Enrique. Op. Cit.

14. SANJUAN, Rosario y STRASSER, María Inés. Folleto de la muestra: «La moda de antes», 2008.



Producción fotográfica de Amadeo De Valiante, realizada por revista Anales, 1945.



*Tailleur confeccionado
por Amadeo De
Valiante, 1935.*



*Izquierda
Producción de moda
de Amadeo De
Valiante, realizada por
revista Anales, 1937.*

*Derecha
Vestido confeccionado
por Amadeo De
Valiante, 1940.*



3.6. Walter Otegui

Personaje clave y fundamental, que aparece de inmediato en el relato de todo aquel que mencione los líderes de la Alta Costura uruguaya. Quienes recuerdan haber vivido esa época afirman que era lo mejor que existía en nuestro país.

«Comenzó su carrera en 1956 estudiando en Buenos Aires, pasó un año en París donde se nutrió de inspiración. Convencido de que la ropa tiene que ayudar a mejorar el cuerpo, Otegui seguía el curso de la moda pensando mucho en la clienta, lo que le valió la elección de las mujeres consideradas como las más elegantes del país y pronto ganó renombre.»¹⁵

En la época que tuvo más éxito este diseñador no existía la televisión. Así mismo, la moda importaba mucho y se le daba un lugar de prestigio, era un momento en donde todos se interesaban por saber cuáles eran las tendencias, y desesperaban por estar invitados a los desfiles.

«Yo tenía mucha vida social por ser cronista, y a cada lugar iba vestida por él. Me buscaban para que asistiera a los eventos de moda y para que publicara en el diario sobre ellos. Yo lo ayudé mucho. Publicaba

15. SANJUAN, R. y STRASSER, M. Op. Cit.

Izquierda
Walter Otegui. Desfile en la casa del diseñador año 1979.



Walter Otegui, detalle de terminaciones internas, vestido expuesto en la muestra La moda de antes, realizada en Punta Carretas Shopping 2008.



Walter Otegui vestido de novia realizado para María Otegui Carrasco. Strapless confeccionado en gazar y tapado de manga larga con cola confeccionado en organza.

una página entera hablando sobre él, porque quería que tuviera mucho trabajo.»¹⁶

Realizaba los desfiles en todas las habitaciones de su apartamento en Colonia y Convención, para invitados especiales, defendiendo su idea de la intimidad. Todos los desfiles de Otegui fueron espectaculares, era muy delicado con cada prenda. Al parecer, no tenía competencia, porque buscó especialmente su clientela. No le cosía a cualquiera, si no eran mujeres con mucho dinero, no iban a su casa.

Fue un diseñador muy talentoso, al que llamaban el Rey de la Elegancia. Sus diseños eran muy sobrios y los tailleurs impecables; le quedaban igual o mejor que los realizados por un sastre. «Walter Otegui fue un mago que te miraba y te decía cómo te tenía que venir la tela, con un gusto genial, tenía un grupo de gente que le cosía muy bien.»¹⁷

Hoy en día tiene más de noventa años y, lamentablemente, se encuentra sin ganas de dialogar sobre los momentos de esplendor.

16. PEREIRA, María Elena: cronista de moda, cliente de Walter Otegui. Entrevista para esta investigación abril 2015.

17. Idem.



Modelo Silvia Holly, posando con diseño de Walter Otegui.



Diseñador Walter Otegui rodeado de sus modelos al finalizar el desfile realizado en su propia casa.



*Walter Suárez,
desfile en su propia
casa, 1971.*

3.7. Walter Suárez

Luego aparece un diseñador más joven, con un estilo más moderno que Otegui, con diseños más arriesgados y apuntando a una clientela diferente.

Generalmente, los diseñadores de aquella época tenían un taller propio y los desfiles de presentación de sus colecciones se hacían en las casas particulares de ellos mismos. Tal es el caso del diseñador Walter Suárez, quien se muda del Prado para instalarse en un apartamento en la calle Santiago de Chile y luego se compra una casa muy amplia de estilo imperial antiguo, en la calle Mercedes, donde se realizaron innumerables pasadas de vestidos espectaculares.

«Walter Suárez marcó su sello de elegancia en su casa de estilo francés en Mercedes y Yí, donde trabajaba con su hermana Rosita. Apoyado por la duquesa D’Arenberg, su principal cliente, desarrolló un estilo que aborrecía lo artificioso y esa — por entonces mala— palabra que define ciertos géneros: sintético.»¹⁸

18. SANJUAN, R. y STRASSER, M. Op. Cit.



*Arriba
Walter Suárez,
Cierre desfile
en su casa,
1978.*

*Abajo
Walter Suárez,
Cierre desfile,
hotel Casino
Carrasco,
1975.*



Viajó con su moda llevando los desfiles y sus modelos a Paraguay, apoyado por la embajada de ese país.

«Tenía mucha destreza para cortar, era un excelente cortador. Si bien tenía un gusto bastante exagerado y recargado, las prendas que realizaba estaban muy bien hechas. Contaba con un taller de muy buen nivel, con muchas personas que trabajaban para él.»¹⁹

19. TRON, Silvia: periodista de moda. Entrevista realizada para esta investigación. Abril 2015.

Abajo
Diseño de Walter Suárez lucido por la modelo Sonia Baldi, hotel Casino Carrasco, 1975.

Derecha
Walter Suárez,
desfile 1981.



04

Los años sesenta



4. Los años sesenta

4.1. Tiempos de cambio y expresión

Al comenzar la década de los sesenta, aquellos años de prosperidad fueron llegando a su fin. Dieron paso a un proceso de gran deterioro económico y por lo tanto social, con un notorio aumento de la conflictividad y de la búsqueda de alternativas —propuesta determinada por uno de los movimientos generados durante el período— que también incluyeron la lucha armada.

En el ámbito internacional, fue un período caracterizado por las protestas de una ciudadanía cada vez más crítica con las acciones de sus gobernantes y con la situación que se dibujaba en el mundo tras

la recuperación económica de la posguerra. Surgieron movimientos sociales contraculturales que se oponían a la guerra de Vietnam, al racismo, a la opresión dentro de la educación, etc. El movimiento que tuvo mayor repercusión fue el movimiento hippie, que se extendió por todo el mundo con su originalidad e ideas progresistas.

Los valores que sobresalen de la ideología hippie son el amor a la libertad, a la naturaleza y al espíritu. Se oponían a la intervención bélica de Estados Unidos y a todas las leyes y normas que se les imponían. Condenaban el materialismo de una sociedad cada vez más consumista, violenta y burócrata. Y no toleraban la segregación racial ni el machismo. Siguiendo el lema:

*Derecha
Manifestación pacifista
contra la guerra de
Vietnam, 1965.*

«Haz el amor y no la guerra» plantearon una revolución ideológica que iba acompañada de un cambio en las costumbres y por supuesto en el vestir. Usaban ropas sueltas y livianas, con colores vibrantes, mezclando diferentes estampados combinados sin ningún criterio aparente, y sobre todo se lanzaron al desafío de la ropa

unisex. Esta estética tan particular se sigue utilizando como fuente de inspiración, ya sea por los diseñadores uruguayos como por los de todo el mundo.







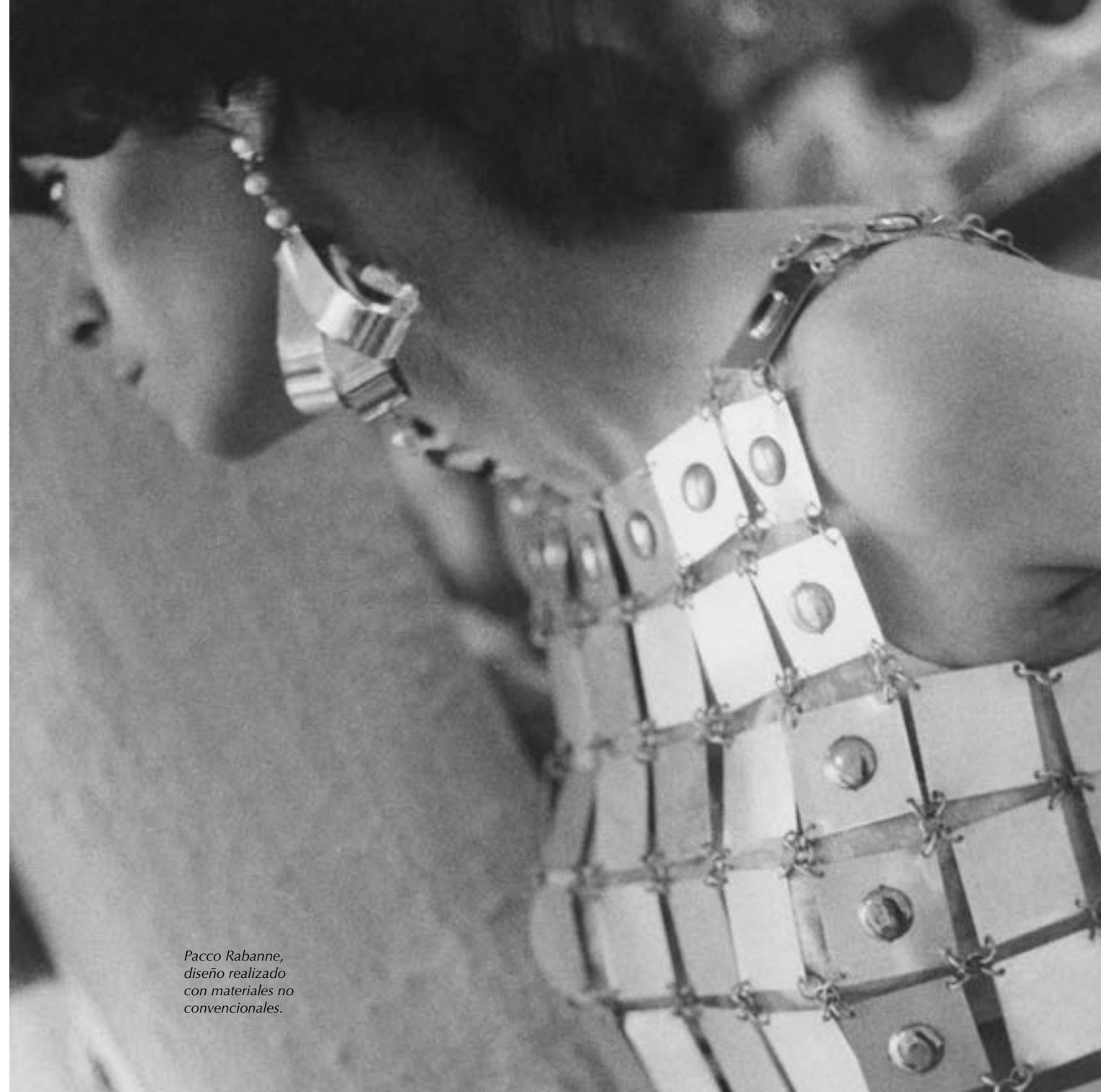
4.2. Revolución de la moda: búsqueda de identidad

Como describimos anteriormente, durante estos años se dieron muchos cambios, la juventud se posicionó en un lugar en el que hasta el momento no había tenido acceso. Fueron años de diversión y de una constante búsqueda de identidad. Esta liberación fue producto de una serie de cambios políticos, sociales y económicos. La música empezó a tener una gran influencia en esos jóvenes y a guiar los caminos que la moda iba a ir tomando.

Otro movimiento que comenzó a tener gran fuerza en ese momento fue el feminismo, lo que se reflejó en una marcada masculinización de la vestimenta. Las mujeres buscaban la comodidad más que la estética y la vestimenta cada vez se asimilaba más a la de los hombres. Generándose así, una moda unisex, en donde hombres y mujeres vestían igual y portaban un look muy similar de largas cabelleras y sin maquillaje.

Este rotundo cambio no quedó ajeno a la Alta Costura. Fue el diseñador Courrèges en 1964 quien presentó un conjunto con pantalón como vestido de noche y a partir de ese momento esa prenda no solo dejó

*Andre Courrèges
diseños imponiendo
diseños de estilo
unisex.*



*Pacco Rabanne,
diseño realizado
con materiales no
convencionales.*



Mary Quant
lanzando la minifalda,
revolucionando la
moda.

de ser de uso exclusivo de los hombres sino que también se comenzó a admitir como vestimenta de gala en algunas ocasiones.

Otro fenómeno que ocurrió en los años sesenta fue la aparición de diversos materiales sintéticos que abrieron el abanico de posibilidades que se manejaban hasta el momento. Paco Rabanne fue quien por primera vez se alejó de forma sistemática de la idea de que solo se podía utilizar tela para confeccionar prendas, y siguió adoptando tanto metales como materiales no tejidos para su ropa. En 1966 tuvo su gran debut en el mundo de la moda presentando un vestido realizado casi por completo en plástico.

En la década de 1960, la Alta Costura todavía controlaba las tendencias del mundo de la moda, pero la era de la sociedad de consumo se estaba acercando con rapidez. El objetivo del prêt-à-porter era satisfacer las necesidades de un amplio mercado con artículos de calidad pero a un menor precio y con mayor rapidez.

4.3. Surgimiento de las boutiques y de la minifalda

Las compras hasta ese momento eran una tarea de necesidad, pero a partir del surgimiento de estos lugares que integran el aspecto comercial con el social, las compras pasaron a ser una instancia de integración, de relacionamiento, de distensión, de entretenimiento —y sobre todo— de disfrute. Hoy en día, vemos la evolución de estas boutiques en los grandes centros comerciales que encontramos en todas partes del mundo, que como ya es sabido actualmente, ir a un shopping o a un centro comercial es visto como un paseo.

En medio de todos estos cambios aparece en la moda un elemento que cambiaría la posición de la mujer para siempre: la minifalda. «Símbolo de juventud, vigor y libertad. La minifalda surgió en plena transformación social del austero conservadurismo de la posguerra a la modernidad sin concesiones de la década de 1960.»²⁰

Al acortarse las faldas, las piernas quedaron al descubierto, las actitudes y posturas cambiaron. La liviandad que suponía el escaso material que formaba la falda daba

20. FOGG, Marnie. Op. Cit. p. 359.



Walter Otegui, desfile
en su propia casa,
1979.



Walter Suárez,
desfile Hotel Casino
Carrasco, 1975.

una libertad de movimientos sin precedentes. Esto se sumaba a la anterior conquista mencionada: los pantalones. «No suponía nada menos que una revolución sexual. La jovencita de la década de 1960 podía andar con amplias zancadas, con sus botas planas o zapatos Mary Jane.»²¹

4.4. El auge de la Alta Costura en Uruguay

Si bien este período no fue muy bueno en el aspecto económico, la Alta Costura pudo mantenerse en el lugar en el que se había posicionado durante los años precedentes.

Los países europeos fueron poco a poco recuperándose de las secuelas de la Segunda Guerra Mundial y cada vez necesitaron menos los productos que Uruguay les ofrecía. Para sobrellevar esta situación, nuestro país tuvo que tomar nuevas disposiciones en cuanto al comercio internacional.

Uno de esos cambios fue la implementación de la libre importación, que permitía un mejor abastecimiento tanto para la industria como para los particulares, pero a precios muy elevados. Esto tuvo gran influencia en la economía: por un lado,

21. FOGG, Marnie. Op. Cit. p. 359.



Walter Otegui,
producción fotográfica
en su casa, 1977.



VOILA... LA MODA YA ESTA EN CHATELET

De Blauner, causó sensación este modelo realizado en brocado rojo de seda natural, con hojas doradas, en relieve. Interesante movimiento a la altura del tallo, y moña que sujeta.

Derecha. — Elegantisima creación de Susy Parrella, que mezcló sutileszas comantarios. Se trata de un vestido de jersey de seda color avellana, con un gran trabajo de pliegues en el corsage, y pechera.



Cuatro de los modelos más aplaudidos. Uno, de Heins, es de mohair natural con grandes rosas pintadas a mano; otro, de Pierre Cardin, para cocktail, es de brocado laminado en distintos tonos de verde, un terrero, de Dior, de jersey de lana avellana, tiene un detalle de gros negro, y el cuarto, de Taylor, está confeccionado en un rico brocado laminado en oro.

Gran éxito obtuvo días pasados el desfile de modas otoño-invierno presentado por Chatelet. En el Salón Imperio del Club Uruguay, digno marco para el acontecimiento, conocidas maniquíes aparecieron luciendo hermosas creaciones inspiradas en la última moda mundial. Llamaron especialmente la atención las bellísimas telas traídas, para esta colección, desde Italia y Francia.

Nina Ricci fue quien creó este lapado muy moderno, en lana verde seco, que muestra el gran cosido "importante" que exige la moda de hoy día. Va abotonado hasta cerca del ruedo.

Derecha. — El punto más alto del desfile fue, sin duda alguna, este magnifico modelo para noche, del modisto italiano Veneziani. Mostró la túnica tan de moda, en encaje negro con transparencia de organza blanca.



las personas comenzaron a tener acceso a productos provenientes de otros países y dejaron de consumir algunos de los nacionales; y por otro, comenzó a elevarse la deuda externa y consigo continuó el proceso inflacionario. «La industria mostraba signos de estancamiento. En 1963 solo funcionaba a la mitad de su capacidad instalada con la consiguiente disminución del empleo y del consumo interno que debía abastecer.»²²

Para el mundo de la Alta Costura el panorama no era tan oscuro. Con el reciente cierre de una de las mayores tiendas de nuestro país, el London París, había un público deseoso de encontrar prendas de calidad que suplantarán a los productos que antes se adquirían allí. Momento en el cual emergen varios de los diseñadores que hoy reconocemos como los referentes que forjaron la moda uruguaya.

Todos estos elementos contribuyeron a que la crisis económica se fuese agudizando cada vez más y consigo se incrementaron las tensiones sociales. Las personas perdían su trabajo y eso generaba un clima de gran inestabilidad emocional.

22. NAHUM, Benjamín. Op. Cit. p. 258.

Izquierda
Artículo que cubre el desfile de la boutique Chatelet, publicado en la Revista Mundo Uruguayo 1959.

Abajo
Oficialas casa Singer, años sesenta.





4.5. Alicia Bernat

Nació en febrero de 1918, en un pueblo llamado Maroc ubicado en Hungría, siendo la hermana mayor de Basilio y Anita. Llegó a Uruguay en el año 1930 con su hermano Basilio de seis años y sus padres judíos, buscando refugio en nuestras tierras, anticipándose a lo que sería la Segunda Guerra Mundial.

Estudió corte y confección en la Escuela Industrial (actualmente llamada UTU) y trabajó en sus inicios para grandes modistos nacionales.

Se casó y tuvo un hijo llamado Peter con el excelente sastre José Wieder, reconocido por sus tapados exquisitos, al parecer dos almas gemelas de vocaciones encontradas. Pero a los ocho años de edad de Peter se produce el divorcio, por lo que José Wieder queda trabajando en la sastería de la calle Julio Herrera y Obes, y Alicia Bernat continuó su vida dedicada a la confección de prendas a medida, de muy alta calidad, en su gran apartamento ubicado en el tercer piso de un edificio frente al Victoria Plaza Hotel.

Izquierda
Retrato de la diseñadora Alicia Bernat

Derecha
Vestido diseñado y confeccionado en el taller de Alicia Bernat

Aquel lugar era lo suficientemente grande como para contener más de nueve habitaciones, cinco baños, su cuarto, la cocina, el comedor, su escritorio personal, el atelier donde realizaba las pruebas, un taller de confección muy grande para tailleurs y otro para prendas de Alta Costura que tenía ventana hacia la calle Colonia. «Toda la casa era de estilo bien francés y el atelier era hermoso, tenía un espejo gigante; aunque su apartamento estaba lleno de espejos, aquel era especial; con un marco dorado biselado, donde la clienta se veía entera y enmarcada en aquella belleza.»²³

Allí la diseñadora «hacía en esos años la pregunta clave: ¿cómo te soñaste?»²⁴, colocaba la tela sobre el cuerpo de clienta, realizaba nudos y pliegues generando originales movimientos, creando la idea de lo que serían fabulosas prendas.

Luego, gracias a sus gran habilidad para dibujar, pasaba la idea al papel, y cuando la clienta aprobaba el modelo, llevaba el dibujo al taller donde dirigía el trabajo de muchos empleados, entre ellos un cortador de total confianza —aunque la mayoría de las prendas las cortaba ella misma— bordadores, costureras y planchadoras, a quienes exigía de manera impresionante para que cada prenda confeccionada al-

23. MODYIEVSKY, Iliana, sobrina de la diseñadora Alicia Bernat. Entrevista realizada para esta investigación 2015.

24. SANJUAN, R. y STRASSER, M. Op. Cit.



Placa de vidrio que se encontraba en la puerta de entrada del edificio.

Galindo

haute couture

man spruch deutsch  english epochem

en parle français

Plaza Independencia 749 3° P°

canzara la máxima perfección. Disponía de largas mesas con más de diez máquinas de coser marca Singer, y muchos carretes de hilo ubicados en sus respectivos soportes en el fondo del taller.

Era una mujer muy bohemia que ganó muchísimo dinero, pero así como lo ganaba, lo gastaba en insumos de moda y en viajar permanentemente a París, Milán y España a empaparse de la moda que mostraban los desfiles de las casas más importantes y a comprar materiales innovadores.

Invertía mucho dinero en revistas de moda como L'Officielle, de donde extraía los figurines. No le importaba cuánta cantidad de tela gastaría para la confección de las prendas. Presentaba colecciones en todas las temporadas del año.

«Yo era su sobrina preferida, un día me dijo: “te voy a hacer un vestido para que luzcas en la reunión con tus compañeros de clase por tus quince años”. Tres meses después se casó Carolina de Mónaco, y para asombro de todos, su vestido de boda era muy parecido a mi vestido de quince. Eso fue algo increíble, y demuestra el nivel de su costura, sumamente creativa, al nivel de Europa. Y más, sabiendo que en aquel momento no había internet.»²⁵

25. MODYEIEVSKY, Iliana. Op. Cit.



Álvaro Rodríguez (modisto amigo de Bernat) junto al vestido de novia confeccionado por él, diseñado por Alicia Bernat.

La diseñadora hablaba con excelencia los idiomas: francés, español, inglés, alemán y húngaro. En las décadas de los sesenta y setenta vistió a gran parte de la comunidad judía de nuestro país.

Confeccionaba vestidos de novia, de madrina y en ocasiones vestía también a las hermanas de la novia. Tenía clientela de todas partes de latinoamérica y vistió a muchas esposas de embajadores. Por

ejemplo, la esposa del presidente de Sudáfrica la contactó para que le hiciera el vestuario para todas las épocas del año, que incluía prendas prêt-à-porter, tailleurs y vestidos de fiesta.

Era muy amiga de su colega español Cristóbal Balenciaga. Para muchos, ella era un ser adorable y al mismo tiempo irritable por tanta exigencia que demandaba; incluso sus oficialas preparaban todo para



Detalle de textura aplicada en la parte inferior de la falda de vestido de novia diseñado por Alicia Bernat.



Detalle del interior de un vestido de novia diseñado por Alicia Bernat.



las pruebas, pero si algo no le gustaba como quedaba les gritaba fuerte delante de la clienta o la modelo. Su carácter tan particular se debía a su incansable búsqueda de la perfección, y ciertamente sus prendas resultaban ser verdaderas obras de ingeniería textil, impecables tanto por fuera como por dentro, y eran piezas únicas, porque nunca reproducía dos ejemplares de un mismo modelo.

La modelo Cristina Ordoqui recuerda la frase célebre que pronunciaba Bernat mientras trabajaba: «yo estoy creando»; y afirma con toda seguridad que sus trajes eran una obra de ingeniería, pues al observarlos por dentro se podía apreciar curiosos trucos que aplicaba para resaltar la figura de la mujer, logrando la perfección en ambos lados de la prenda.

Fue la primera en nuestro país en emplear el relleno con espuma en la copa del busto, aquello que hoy en día conocemos como push-up.

Realizó múltiples desfiles: en su casa, en el Parque Hotel, en el Victoria Plaza Hotel, en Punta del Este y en el mirador de la Intendencia de Montevideo. Tenía muy buena relación con los diseñadores José

Detalle de los botones del vestido de novia diseñado por Alicia Bernat.

Nicolau y Carlos Carreras, se ayudaban mucho en la organización de los desfiles, y en algunas oportunidades compartieron pasarela.

Participó también de los eventos organizados por Gerardo Álvarez, debido a la proximidad física, ya que la peluquería de éste, quedaba justo frente a su apartamento. Trabajaba en conjunto con tocadistas de confianza y personas que se dedicaban a la confección de sombreros, zapatos y accesorios para poder diseñar el look completo y estar pendiente de todos los detalles.

«Era exquisita, lo más generoso y bueno que podía existir. Teníamos mucho respeto, sus desfiles eran el resultado de una preparación de muchos días; todo era excelente, un compromiso solemne.»²⁶

Al igual que sus trajes, los desfiles realizados en su casa eran verdaderos espectáculos para clientas especiales de la alta sociedad uruguaya, al mejor estilo parisino. Sus prendas eran muy costosas con borda-

26. BALDI, Sonia. Op. Cit.

Vestido de novia diseñado por Alicia Bernat





Detalle de textura aplicada en vestido de novia inspirado en las nubes

dos muy cargados, acordes a la época tan glamorosa que se vivía.

Falleció con 68 años, debido a un paro cardíaco en el año 1986, terminando un vestido de novia. «Generalmente las novias se vestían en el atelier o ella iba al hotel a vestirlas, pero esa tarde tuvo que ir otra persona y la novia no se enteró que Alicia había fallecido el día que la estaban vistiendo, hasta después de su casamiento.»²⁷

Su único hijo, junto a sus sobrinas, donaron las tijeras y algunos materiales de la diseñadora a la UTU de San Salvador, donde a modo de homenaje, han nominado uno de los salones con el nombre de Alicia Bernat.

27. MODYEIEVSKY, Dalina. Sobrina de la diseñadora Alicia Bernat. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.



Alicia Bernat acompañando a la novia en los últimos detalles.

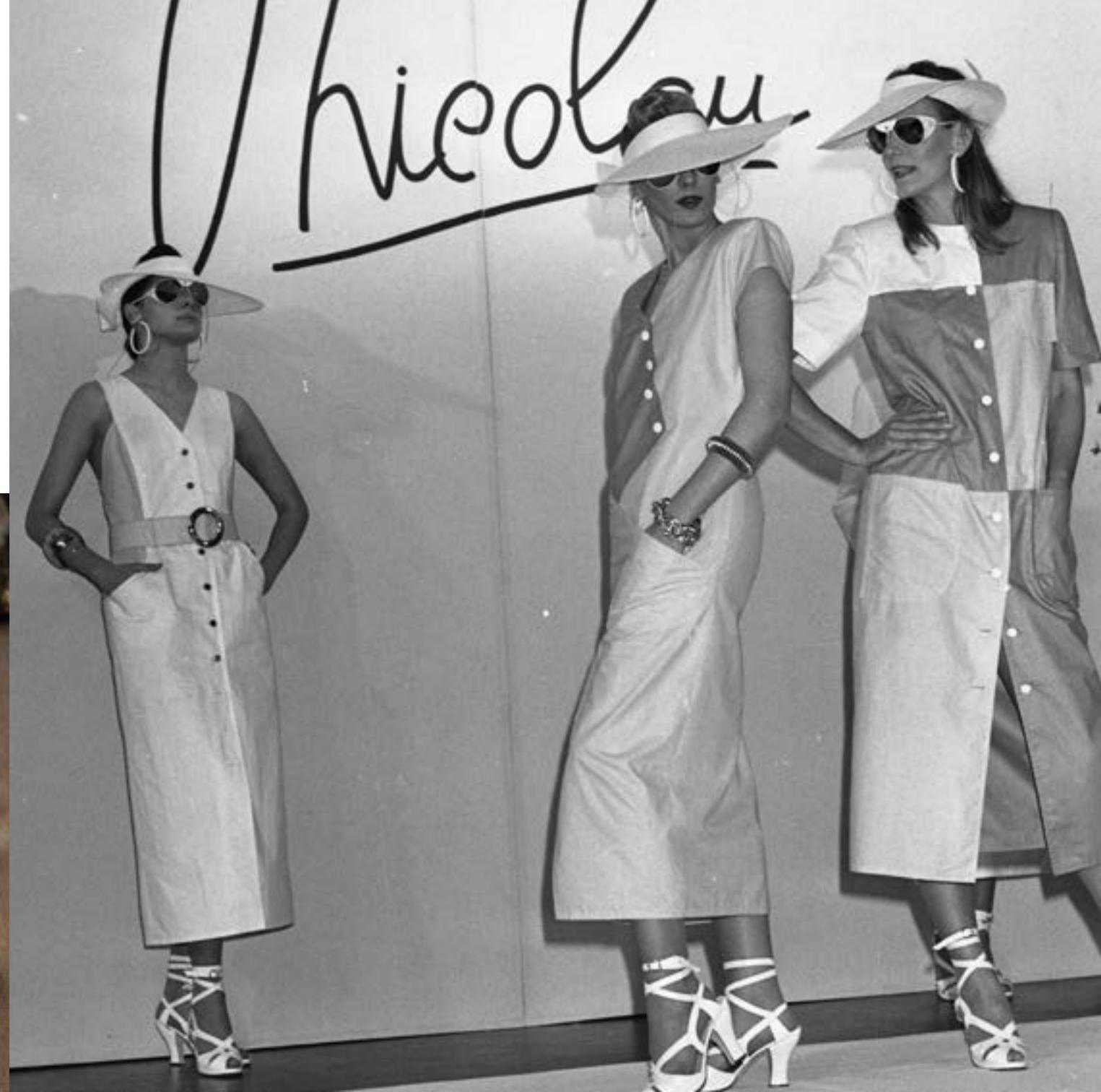
4.6. José Nicolau

Nacido en Cataluña, inicia su carrera en Montevideo a fines de los años cincuenta, llegado desde España junto a su querida madre y maestra. Ella fue quien le heredó todo el conocimiento de las técnicas de sastrería que aplicó a tailleurs, tapados y plisados en la época cúlmine de una carrera dedicada y exitosa que inició como

vidrierista en Caubarrere y Casa Pérez. Su pasión por el diseño era verdaderamente contagiosa, y según nos cuenta una ex empleada, nunca se guardó ningún secreto a la hora de capacitar a su personal, por lo que era muy interesante poder trabajar para él debido a lo mucho que se aprendía. Si bien se utilizaba máquina, la mayoría de las costuras en su taller se realizaban a mano.

*Izquierda
Nicolau, grifa,
tapado realizado
para Cristina
Morán.*

*Derecha
Nicolau, desfile
realizado en el
Parque Hotel,
1988.*





Nicolau, producción fotográfica realizada en 1981.

También participó del evento La Visita que organizaba Gerardo Álvarez, que detallaremos en el próximo capítulo.

Sus creaciones no se limitaban solo a la confección de vestidos de fiesta sino que su amplio espectro de prendas incluía los tailleurs más elogiados por los personajes influyentes en la moda uruguaya hasta el día de hoy. Impuso frente a sus clientas y seguidoras, el largo Nicolau de las faldas,

que caía justo a media pierna por debajo de la rodilla. Aquellas prendas nunca salían del taller, durante su proceso de confección, incluso se realizaban allí los bordados artesanales.

Cristina Morán, actriz y conductora radio-televisiva, recuerda con claridad cuando oficiaba de locutora en los desfiles que realizaba Nicolau en su atelier, de la calle Río Branco casi 18 de julio, donde hacía



Nicolau, botón realizado para un tapado que hoy pertenece a Cristina Morán.

*Izquierda
Jose Nicolau
fuma y atiende a
Marta Banchieri
y Carmen Moran
1982.*

*Derecha
Desfile Parque
Hotel del
diseñador Nicolau,
4.10.88*



pequeñas muestras para clientas. Pero la relación con Cristina era especial, fue una de sus clientas más fieles; hasta el día de hoy conserva en su casa, a modo de reliquia, algunos vestidos que le supo confeccionar a la perfección, por lo que ella —aún hoy— lo continúa llamando su diseñador preferido.

Realizó muchos desfiles en el Parque Hotel, donde en cada colección presentada,

se podía apreciar las reminiscencias hispanas, y fue cubierta por muchos medios de prensa local como el Diario El País, Diario El Día, La Mañana, trabajando hasta el último momento antes de fallecer en el año 1985. Su genialidad ha sido recordada durante décadas, y siempre se ponderan los elegantes y perfectos tailleurs de calce inigualable.



05

Los años sesenta



5. Los años setenta

5.1. Efervescencia social

Se trata de una década en la que encontramos de todo, tanto períodos de paz como enfrentamientos, prosperidad económica y profunda crisis. En casi todos los países de América se produjeron levantamientos, guerrillas, represiones y dictaduras cívico-militares. Todos los movimientos que habían surgido en la década anterior ahora se encuentran más fuertes que nunca, los jóvenes, cada vez más, necesitan expresarse y revelarse ante todo lo que los inconforma.

La vestimenta fue fiel reflejo de eso, se instaló definitivamente el uso de pantalones para mujeres, que aún hasta nuestros días

se mantiene. Se crearon enormes variedades, de todos los colores, formas y largos, tanto las mujeres como los hombres tenían un gran abanico de opciones para elegir a la hora de vestirse. Paralelamente, el uso de la minifalda ya se había posicionado, las mujeres podían ahora salir a la calle de minifalda y hombros descubiertos, toda una novedad para la época. La ropa unisex fue la más popular, pero la mayoría de las modas tenían un toque casual y más desenfadado. A nivel mundial puede considerarse que las protestas de los estudiantes universitarios fueron la primera señal de un estado de efervescencia social, que daba ciertas libertades en cuanto a la vestimenta que hasta el momento eran impensadas.



Walter Otegui,
Producción fotográfica,
año 1977.



Detalle de los botones del vestido de novia diseñado por Alicia Bernat.

5.2. Surgimiento del prêt-à-porter

Todos los acontecimientos que se sucedieron en la primera mitad del siglo desembocaron en numerosos cambios a nivel social e industrial y llevaron a que la moda cambie su foco.

Como ya hemos ido anticipando, la mujer cada vez ganaba más terreno, no solo a nivel de vestimenta, sino que también cada vez se veían más mujeres que estudiaban carreras universitarias o que, en lugar de quedarse en su hogar atendiendo las tareas domésticas, salían a trabajar a la par de los hombres. Esto provocó que no tuvieran tanto tiempo para dedicar a la compra de vestidos, ya que requerían de varias pruebas además de la elección de las telas y del modelo.

Por otra parte, los sistemas de producción evolucionaron con notoria rapidez y la cultura de la producción en masa ya era una realidad. Cada vez se producía más, a mayor velocidad y abaratando notablemente los precios.

En la industria de la moda estos hechos dieron lugar al surgimiento del prêt-à-porter, que significa básicamente 'listo para usar' y hace referencia a la ropa que se



*Walter Suárez,
producción fotográfica,
año 1979.*



Walter Suárez,
producción fotográfica,
año 1979.

vende ya confeccionada. Este nuevo tipo de vestimenta conjuga rapidez con calidad (producto de las costuras realizadas con maquinarias específicas) y con el precio notoriamente inferior a los altos costos de la Alta Costura. Las prendas se empezaron a fabricar a gran escala, y la ropa de diseño, bien confeccionada, alcanzó a otros estratos sociales.

La Alta Costura, sin llegar a desaparecer, fue poco a poco desplazada por el prêt-à-porter. En el momento que se definió toda la reglamentación que regula la Alta Costura no existía el prêt-à-porter, por lo que no había antecedente de regulación alguna con respecto a este fenómeno. Muchos de los grandes nombres de la Alta Costura se sumaron a esta nueva tendencia para poder mantener sus casas, e incluso algunos de ellos optaron por abrir boutiques donde se comercializara esa otra línea paralela. El primer caso fue el de Yves Saint Laurent.

A su vez, surgió también un prêt-à-porter de alta gama, dirigido más que nada a la clase media, del cual el más importante precursor fue el diseñador Calvin Klein. Siguiendo esta tendencia, varias casas de Alta Costura cerraron sus puertas para abrir boutiques que vendieran estos

productos. Se trataba de piezas intercambiables que permitían a la mujer moderna contar con un ropero versátil que se ajustaba a las necesidades del momento: independencia y agilidad. Una vez más la vestimenta es reflejo de la identidad colectiva.

La forma de presentar las colecciones también sufrió una profunda transformación. De los coquetos e íntimos salones, se pasó a convocatorias multitudinarias de gran repercusión social. Los desfiles de moda ya nunca volverían a ser lo que fueron. Las marcas empezaban a invertir millones en realizar eventos de gran impacto social para lograr vender sus productos.

A partir de la aparición del prêt-à-porter y del estilismo, la Alta Costura resigna y cede su reinado de imposición de la moda y, aunque reserva para sí la función de encarnar el máximo lujo y el consumo de ostentación, se debilita como emblema de clase al perder su poder de distinción.

5.3. Dictadura cívico-militar en Uruguay (1973-1985)

La crisis económica que comenzó a gestarse en los años sesenta se intensificó, la sociedad se vio sumergida en problemas de desempleo y por lo tanto en la pérdida de poder adquisitivo, lo que se tradujo en la baja del consumo y el aumento de la inflación. Esta situación de disconformidad y de constante especulación económica provocó un descontento casi constante de la sociedad. Se empezaron a suscitar conflictos y huelgas cada vez con mayor frecuencia, deteriorando poco a poco el sentido de la democracia. Así como sucedió en el ámbito internacional, en nuestro país, tanto los años sesenta como los setenta fueron años en los que se formaron varios movimientos revolucionarios y movilizaciones sociales de diferentes tipos. En el ámbito público el autoritarismo era cada vez mayor y esto provocaba que la sociedad uruguaya viviera constantemente en un clima de miedo, sospecha y represión. Desembocando en la aparición de la guerrilla y finalmente en el establecimiento de un gobierno autoritario.

Durante ese período el Estado atravesó una etapa de militarización. Fueron tiempos muy difíciles en donde la libertad de

expresión no existía y la represión reinaba. Paradójicamente a lo que podría creerse, este escenario fue positivo para la Alta Costura uruguaya. La explicación es sencilla: las autoridades del momento organizaban muy a menudo eventos sociales a los que obviamente acudía una elite muy reducida perteneciente a la clase alta. Estas personas necesitaban vestirse de gala para dichos eventos. Así es como los diseñadores del momento experimentaron una etapa de gran producción. Las esposas de los militares de más alto rango necesitaban diariamente un vestido de fiesta nuevo.

«En la dictadura la economía estaba muy mal, pero fue una época en la que trabajé mucho. En ese período las esposas de los militares se vestían con nosotros.»²⁸

Había una necesidad de aparentar que el país estaba atravesando su mejor momento.

28. ÁLVAREZ, Oscar: diseñador de Alta Costura. Entrevista realizada para esta investigación, 2014.



Señora controlando las máquinas de la fábrica de tejidos.



5.4. La moda uruguaya en los setenta

Como acabamos de describir, en Uruguay existieron dos realidades paralelas en este período. En lo que refiere a la moda fue una década muy rica. Se popularizó la ropa por tallas y pronto se pusieron de moda los pantalones a la cadera y las camisas ajustadas. Cantidad de diseñadores, estilistas modelos y personajes afines al tema tuvieron su aparición o su auge en este tiempo.

Casas de venta de productos como La Ópera, Soler, London París o fábricas como Sudamtex durante muchísimos años organizaron grandes desfiles. Y algunas tiendas y boutiques se convirtieron en grandes galerías, como La Madrileña y Caubarrère. Sonaban con firmeza los nombres de las modelos Sonia Baldi, Fanny, Susy Ferraro, Dincha, entre otros, y diseñadores como Oscar Álvarez y Carlos Carreras comenzaban a incursionar en el mundo de la moda, contemporáneos de Walter Otegui, Alicia Bernat y José Nicolau. Existía un compromiso muy fuerte entre los que participaban de cada sector relacionado con la industria textil y eso se reflejaba en la sociedad que apostaba y valoraba la producción nacional.

Izquierda
Señora enhebrando el hilado en la fábrica de tejidos Sudamtex.

«Si te remontás a los setenta, era el auge de la moda en este país. Habían talleres abiertos por todas partes.»²⁹

Se frecuentaba mucho las galerías que luego, al aparecer los shoppings, se fueron apagando; sin decir muriendo porque todavía hay muchas. Tampoco había escuelas de diseño, eran totalmente autodidactas e iban aprendiendo por el conocimiento que les aportaba la experiencia, eran prácticamente artesanos.

Había un programa en Canal 12 que se llamaba El Show de la Elegancia, donde cada domingo diferentes diseñadores realizaban desfiles y mostraban todas sus creaciones. En él participaban diseñadores nacionales e internacionales, por ejemplo, venía el diseñador Lagarrigue desde Buenos Aires y se exponía ropa de las mejores boutiques de Uruguay y de distintos países. Uno de los diseñadores que más participación tuvo fue Oscar Álvarez.

²⁹.SAN MARTÍN, Martha: diseñadora y docente. Entrevista realizada para esta investigación. 2015.

5.5. La Visita de Gerardo Álvarez, el peluquero

El peluquero Gerardo Álvarez es un personaje que no podemos dejar de nombrar en un trabajo de esta índole, ya que vivió en una euforia constante, con ideas muy innovadoras para la época, como fueron El Show de los Pañuelos, La Visita, y muchos eventos espectaculares e impactantes.

Las personas que lo conocieron, como Cristina Morán, Sonia Baldi o Gianella Peluffo, recuerdan perfectamente cómo disfrutaban de realizar, cada viernes a la noche, una movida de desfiles móviles organizada por Gerardo Álvarez, quien la denominó La Visita. Consistía en que maquilladores, peinadores y estilistas, cada viernes, vistieran a las diez modelos más elegantes del momento, con diseños de los creadores con mayor renombre, se subieran a una limousine y salieran a recorrer los restaurantes de la noche montevideana, mostrando toda la creatividad en flashes de pocos minutos, luciendo con todo esplendor desde los zapatos, el vestido, los guantes, el maquillaje y por supuesto lo que le interesaba a Gerardo: el peinado.

Izq. Las modelos promocionan el productode uno de los auspiciantes de La Visita.

Der. Aviso publicitario que anuncia la próxima fecha de La Visita, encontrado en el Diario Últimas Noticias, diciembre 1982.



hotel
Victoria Plaza

Cenas bailables

Todos los viernes desde las 21 horas

Cene en el ambiente más distinguido
de la ciudad bailando con

**TRIO DE
MIGUEL VILLASBOAS**

y
**ORQUESTA DE
JULIO FRADE**

“La Visita” y “La Espera”
en exclusivo desfile dirigido por Gerardo Alvarez

Sorteo semanal de
2 pasajes a Buenos Aires

IPLAZA INDEPENDENCIA 759

TEL. 91 42 01/07

LA VISITA DE LOS VIERNES

Esta será otra noche de gala para la moda local. Una nueva tournée del equipo de modelos de "La Visita de Moda Uruguay", conducido por Gerardo, habrá de visitar los principales restaurantes de nuestra ciudad, llevando el último mensaje de la moda actual. Anuncios de una primavera romántica y vivaz en coloridos, llegarán a través de las creaciones de Mary Antonich, la línea Valentino de El Mago S.A., Casacuero y muchos más que con su aporte de accesorios darán una imagen cabal de la mujer elegante para la próxima estación. "La Visita" comienza su recorrido por el Grill del Hotel Victoria Plaza a las 21 y 30 horas, para regresar



En la nueva noche de gala, se reúnen las modelos de "La Visita" y "La Fama".

Y como novedad importante, incorporada ya la semana anterior, todo habrá de sorprender dos pasajes de día y vuelta a Buenos Aires, y Asunción, entre los asistentes. Todo ello, unido al menú que ofrece el Victoria Plaza hacen de "Viernes Bailables" una velada parangón en la ciudad.

Tampoco lo será el muy responsable precio por el que se puede disfrutar (capacidad) Camarófono, reservando su mesa desde ya por el \$1.105.



Destacar la gracia y elegancia, que imparte el entusiasmo apasionado del público.

Izquierda
Recorte del diario Últimas Noticias, noviembre 1982.

Derecha
Únicas imágenes sobre el evento, en el diario Últimas Noticias, octubre 1982.



Inventó también El Show de los Pañuelos, que le permitió recorrer el mundo. Le fue muy bien en Miami y en Puerto Rico, pero se volvió específicamente por el amor que le tenía a Uruguay. Hubo una época en la que Gerardo Álvarez había capitalizado todo, como un gran productor, generaba toda una puesta en escena con peinados alucinantes, guantes, sombreros, carteras, etc.

«Hacíamos desfiles con Gerardo, me acuerdo de que fuimos también a Punta del Este, era muy creativo, un visionario. Lo que hacía él, yo no lo volví a ver. En El Show de los Pañuelos, nosotras entrábamos al escenario con traje de baño, donde habían colocado como una carpa de pañuelos y él, con estos nos hacía ropa, en el momento inventaba tocados, pasábamos una atrás de la otra.»³⁰

30. BALDI, Sonia. Op. Cit.

«Era fantástico oír hablar a estos personajes que amaban lo que hacían y se apasionaban por ello.»³¹ Cuenta Gianella Peluffo que siente a este peluquero inspirador como un ídolo, comparándolo con una estrella de rock, porque la gente lo seguía a todos lados, todos los diseñadores más importantes de aquel momento pasaron en alguna ocasión por La Visita, cada viernes un diseñador distinto, en un intento de respetar los egos de cada uno.

Gerardo tuvo dos salones, uno en el Radisson y otra cruzando la Plaza Independencia en el Edificio Ciudadela. Quien supo ser su mano derecha es Carlos Silva, quien actualmente está a cargo de la peluquería del Radisson. Su forma de trabajar era muy especial, incluso hacían los diseños de los peinados a realizar. Hay quienes recuerdan una lata mágica, un fijador propio de él, un invento de Gerardo que se llevó a la tumba, con el que realizaba los peinados más espectaculares que alguien en aquella época pudiera imaginar.

En aquel momento no había revistas, pero existía un gran interés en los diarios y en la televisión por difundir tanto La Visita como todos los eventos de moda. Cuando los diseñadores planificaban la colección ya sabían qué vestido iba para

31. PELUFFO, Gianella: modelo. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.

Izq. Modelos desfilando en La Visita, en el Hotel Victoria Plaza, 1982.
Der. Diseños de Carlos Carreras presentados en La Visita.





qué modelo, y lo hacían con sus medidas. Se formaba un vínculo fuerte entre las modelos y el diseñador, todos tenían sus modelos vedettes.

Gianella Peluffo, una de las modelos de mayor importancia que ha tenido nuestro país, quien trabajó tanto en el exterior como aquí, conserva en sus manos algún programa de La Visita con los nombres de toda la gente que trabajaba, desde aquellos que se dedicaban a relaciones públicas hasta las personas que se encargaban del calzado y del maquillaje y recuerda,

con mucha nostalgia y placer, haber vivido aquellas épocas, y haber trabajado para estos personajes tan importantes.

Arriba
Modelos desfilando en La Visita, Hotel Victoria Plaza

5.6. Carlos Carreras

Recordado como el más loco, revolucionario y temperamental entre los diseñadores de nuestro país, Carlos Carreras fue descubierto por el peluquero Gerardo Álvarez, quien lo trajo desde Rocha a Montevideo a mediados de los años setenta para participarlo en sus eventos. Empezó entonces haciendo trajes para La Visita, luego se instaló con su propia casa en un departamento antiguo de ambientación ecléctica, lleno de flores, ubicado en Uruguay y Convención. Siempre se dedicó a la Alta Costura y supo vestir a gente muy importante de nuestro país e incluso venían de otros países a vestirse con él. Realizó muchos desfiles en el Parque Hotel y en el Hotel Carrasco.

«Era un personaje divino, una persona encantadora, pero tenía un carácter súper fuerte, no podía permitir que algo saliera mal en pasarela, la modelo tenía que salir cuándo y cómo él quería. Le encantaba ponernos muchas flores, si no había sombreros, guantes y buena joyería no había Alta Costura. Antes había mucha producción.»³²

32. SHEPPARD, Andrea: modelo. Entrevista realizada para esta investigación, 2014.



Carlos Carreras, desfile en mayo de 1990.



Carlos Carreras, desfile realizado en el Radisson Victoria Plaza, en mayo de 1988.

Ha dejado un recuerdo muy fuerte grabado en la memoria de todos aquellos que lo conocieron, que trabajaron para él, que vistieron sus diseños, que fueron sus clientas, y de aquellas personas que simplemente les interesaba la moda y la Alta Costura, dejó su huella gracias a la excelencia y perfección que lo caracterizaban.

«Carlitos Carreras, ¡un genio! Un día me hizo un vestido que, cuando me lo puso, casi me muero porque pesaba muchísimo, realizado con la técnica patchwork, todo armado con pedacitos bordados. ¡No sabía cómo sostenerlo! Era una cosa maravillosa, eran unos bordados fabulosos. Había compromiso y respeto del modisto hacia la modelo y desde la modelo hacia el modisto.»³³

«Él no era para el Uruguay, podría haber estado perfectamente en Europa, codeándose con los grandes porque era un tipo de un gusto increíble.»³⁴

«Carlos Carreras para mí sí era un diseñador. Porque en su época inventó muchas cosas, para mí era el Galliano o el Versace uruguayo. Vistió a las mejores damas del país. Si tenía que gastar cincuenta metros de tela en una pollera, no le importaba, los gastaba sin problema. La gente

33. BALDI, Sonia. Op. Cit.

34. CABALLERO, Quique: diseñador. Entrevista realizada para esta investigación en 2015.



Carlos Carreras, desfile realizado en el Radisson Victoria Plaza, en mayo de 1988.





consumía y pagaba. El país tenía industrias de telas: Paylana, Sudamtex, etc. Hoy en día predominan las telas importadas. Fue un placer trabajar con él y con Nicolau que fue el número uno en tailleur.»³⁵

«La mayoría de las personas que estaban al lado de Carlos lo hacían para sacarle partida pero yo no, te lo afirmo. Estuve con él pocos días antes de que falleciera.»³⁶

«Carlos Carreras, muy amigo nuestro. Tenía un problema muy grande: le pasaba lo mismo que le ha pasado a la mayoría de los diseñadores: solo piensan en el diseño y no en la economía de la empresa, porque el diseño no tiene límites, daba y daba sin pensar en cuánto tenía.»³⁷

«Vos mirabas un Carreras y mirabas un Galeano, y Carreras no tenía nada que envidiarle.»³⁸

35. MILLÁN, Luis: productor de moda. Entrevista realizada para esta investigación en 2015.

36. CABALLERO, Quique. Op. Cit.

37. MAINARDI, Carlos: esposo de la diseñadora Mirtha Mainardi. Entrevista realizada para esta investigación. 2015.

38. CADENAS, María Fernanda: diseñadora de Alta Costura. Entrevista realizada para esta investigación. 2015.

Izquierda
Carlos Carreras, desfile organizado por la Asociación de mujeres periodistas del Uruguay.



Carlos Carreras, ultimando detalles para la pasarela.



*Diseñador Oscar
Álvarez junto a sus
prestigiosas modelos
en el cierre del desfile.*



5.7. Oscar Álvarez

Antes de empezar en esta área, estudiaba en la Facultad de Ciencias Económicas, nunca había imaginado que el diseño formaría parte de su vida. Ingresaba entonces al mundo de la moda en 1975 abriendo una boutique de prêt-à-porter unisex, al mismo tiempo que realiza su primer desfile.

Era la irrupción de Los Beatles y de los hippies, donde todo venía de una forma muy descontraída, y eso fue lo que prendió la mecha. Amante del arte en general: ópera, ballet, cine, teatro. Desde su rincón en Benito Blanco y Avenida Brasil, en la Galería Drugstore, Oscar Álvarez convencía a hombres y mujeres de usar prácti-

camente los mismos pantalones a rayas. Era contemporáneo de boutiques muy famosas que realizaban colecciones muy importantes como Châtelet, Rachel y Teatro, La ópera, además de fábricas como Fabiola, Romina, Country Club.

Poco a poco, el novel modisto, que había heredado de su madre (dueña de la casa Jamiquá) el talento para cortar telas, fue transformándose en un clásico, que paulatinamente iría volcándose a una Alta Costura de estilo muy neto. Su impronta siempre fue llevar la elegancia y el buen gusto como primera meta. Los diseñadores que más le gustaban eran Yves Saint Laurent, Valentino, Armani, una conjunción que influyó a que tuviera la preponderan-

Izquierda. Grifa de Oscar Álvarez aplicada en el interior de un vestido.

Derecha. Encuentro de los diseñadores Oscar Álvarez y Walter Otegui para revista Galería.

cia del buen gusto. En un comienzo desfilaba él mismo, a la par de los modelos del momento, como Dincha, Fanny y Susy Ferraro, luego su musa inspiradora pasó a ser Sofía Herrán. Comenzó a organizar desfiles en Punta del Este, sin detenerse por un período de treinta años.

Contemporáneo del diseñador prestigioso Walter Otegui, a quien tenía mucho respeto a pesar de haberse cruzado solo dos veces en su vida, la primera fue en un programa de televisión y la segunda fue para tomar esta fotografía.

«Los diseñadores de aquella época nunca fuimos de tratarnos. Yo hacía treinta años que estaba y por primera vez crucé palabra con Otegui. Yo no iba a los desfiles de los demás diseñadores y ellos tampoco venían a los míos.»³⁹

El nivel de exigencia iba en aumento y la moda cobraba otro estatus. Los desfiles se fueron transformando en verdaderos espectáculos, que junto a un gran equipo de coreógrafos muy importantes y escenógrafos, como Carlos Pirelli, llevaban a cabo Las Noches de Oscar Álvarez en



39. ÁLVAREZ, Oscar. Op. Cit.



Punta del Este y marcaron un hito en la historia. Año a año, la excelencia se superaba y la temática variaba desde la ópera, el ballet, el tango, etc., donde el público podía deleitarse con exquisitos brindis, y disfrutar de un show completo de moda, arte, arquitectura, danza y canto.

La logística de estos eventos funcionaba muy bien, pues la televisación estaba vendida de antemano al director del Canal 12, Horacio Scheck, gracias a Yolly Rojo que hacía posible la coordinación, desde la realización de la escenografía a cargo de Pirelli, en los talleres del canal, el transporte de la misma desde Montevideo a Punta del este, el armado y desarmado y la publicidad. Cronistas como Silvia Tron, María Elena Pereira Bustamante y Gaby Martín le daban desde la prensa la difusión necesaria.

Cada modelo que se presentaba en el desfile era único, nunca hizo la repetición en talles, nunca hubo dos iguales y cada desfile que se realizaba hacía del nombre Oscar Álvarez una explosión. Tal ha sido el reconocimiento que ha merecido este diseñador, que ha vestido a las primeras damas Mercedes Menafra y Julita Pou, al mismo tiempo que ha vestido a la princesa Laetitia D'Arenberg.

Izquierda
Desfile de Oscar Álvarez en Parque Hotel

Derecha
Desfile de Oscar Álvarez inspiración tango.





«No me he retirado, pero creo que la última colección fue la del año 2013.»⁴⁰

Añora los momentos en que hacían aquellos desfiles organizados para mil doscientas personas, donde sus colecciones se televisaban completas por Canal 12, y se realizaban críticas sobre cada desfile por periodistas especialmente dedicados a eso. «Ahora ningún canal hace desfiles de moda, y mucho menos gente con autoridad para criticar.»⁴¹

Defensor de la industria textil, considera muy importante el apoyo de los medios hacia la moda. Luchando contra la idea que la asocia a la frivolidad, ha comentado en muchas notas la cantidad de personas que trabajan detrás de cada desfile, cada vestido.

«La Alta Costura es más como una especie de sueño, si vamos a definirla con un concepto universal, es una obra de arte realizada exclusivamente a mano, cosa que en esta época es bastante irregular que eso pase. Nunca es igual algo hecho a máquina que algo hecho a mano.»⁴²

40. ÁLVAREZ, Oscar. Op. Cit.

41. Idem.

42. Idem.

Vestido bordado artesanalmente, pasarela de la Noche de Oscar Álvarez inspirada en la ópera.



Una de Las noches de Oscar Álvarez, que en esta ocasión tuvo como inspiración el candombe.



*Izquierda
Diseño de vestido y
tapado Oscar Álvarez*



*Derecha
Vestido seda natural
con aplicaciones de
encaje, diseño de
Oscar Álvarez*



*Izquierda
La noche de Oscar
Álvarez con la
orquesta de fondo.*

*Derecha
Vestido con volados
en tul aplicados en la
falda, diseño de Oscar
Álvarez*



Por falta de paciencia, nunca le enseñó sus conocimientos ni sus técnicas a nadie.

Se puede reconocer entonces a Oscar Álvarez como uno de los diseñadores que más evolucionaron y tuvieron un aporte hacia la moda uruguaya, y que hoy en día continúa manteniendo su prestigio y calidad en las confecciones que realiza en su propia casa para clientas especiales.

Izquierda
Según Oscar Álvarez, él ha impuesto ésta técnica de combinar microtul con terciopelo.

Derecha
La modelo Victoria Zangaro desfila para Oscar Álvarez.



5.8. Susana Bernik

Desde muy joven se interesaba por las noticias que veía en las revistas sobre moda europea y recortaba fotos de los diseños para coleccionar. Durante muchos años

estudió arte, tiene formación en dibujo, pintura y escultura, lo que le permitió tener un muy buen manejo de los colores y desarrollar su estética visual. Es una persona muy detallista, siempre ha prestado especial atención a las cosas pequeñas.

Susana Bernik, desfile realizado en Parque Hotel, octubre de 1988.



Comenzó trabajando para diferentes boutiques durante tres años, pero le resultó muy pesado ya que los costos que tenían fijados para ese tipo de prendas no le permitían desarrollar lo que ella quería. Nunca se interesó por el prêt-à-porter, quería hacer determinadas cosas que elevaban mucho el precio del producto final, lo que no era bueno para la venta de ropa de boutiques. Eso la llevó a decidirse por crear su propia línea de ropa y hacer lo que quería, vendiéndolo ella directamente.

Nunca tuvo un socio o alguien que la apoyara económicamente, por lo que le fue muy difícil instalarse. «Uruguay es un país muy duro para esto, pero nada es imposible». ⁴³ En 1976 se contactó con Gerardo, el peluquero que hacía La Visita, le ofreció sus diseños para esos eventos y para trabajar con él.

Empezó poco a poco a hacer colecciones desde su casa, pero no le funcionó porque las clientas iban todo el tiempo y para su familia era molesto. Entonces se trasladó a una casa ubicada en la calle 21 de Setiembre, esta era una propiedad suya que justo había quedado vacía. En un principio resultaba muy grande, por lo que se instaló en la pieza de adelante, que era la más

43. BERNIK, Susana: diseñadora. Entrevista realizada para esta investigación, 2014.

Susana Bernik, desfile realizado en Parque Hotel, setiembre de 1987.



Susana Bernik, desfile realizado en Parque Hotel, setiembre de 1987.



grande e iluminada, pero debido al éxito que tuvo terminó utilizando toda la casa.

Comenzó dirigiéndose a un público joven, ya que en aquel momento la veían como demasiado adelantada para la época, atrevida y osada, tenía detalles a los que las señoras más clásicas no se animaban. Luchó varios años contra ese prejuicio hasta que logró ampliar su público, vestía desde chicas de quince años hasta señoras gran-

des. Fue una época de mucho trabajo. Hacía dos o tres desfiles por año y vestía a la Miss Uruguay y a la Miss Punta del Este que eran concursos muy vistos.

«Los desfiles de Susana Bernik, eran muy buenos, todas querían estar sentadas en primera fila.»⁴⁴

En esa época sus colegas eran: Oscar Álvarez, Nicolau, Walter Suárez, Walter



Desfile de Susana Bernik en el Radisson Victoria Plaza Hotel.

Otegui y Carlos Carreras, ella era la única mujer. «Nunca pudimos lograr una unión entre los diseñadores por culpa del maldito ego, la plaza es muy chica, entonces todos tenían miedo de que uno le robe la clientela al otro. Yo siempre fui la más abierta.»⁴⁵

El gran problema al que se enfrentó durante toda su carrera fue al de la escasez de textiles exclusivos en nuestro país. Via-

jaba mucho, traía telas de otros lugares y las mezclaba con telas lisas que conseguía acá.

Hoy en día ya no se dedica más al diseño y es algo que extraña mucho porque realmente estuvo mucho tiempo involucrada en eso. Lamenta no haberle podido dejar el legado de su marca a nadie, su hija en un momento la ayudó haciendo jeans y ropa casual pero después decidió estudiar

44. MILLÁN, Luis. Op. Cit.

45. BERNIK, Susana. Op. Cit.



nutrición, y su nieta aún es muy pequeña como para poder saber qué camino seguirá.

Hace cinco años realizó un desfile muy lindo con motivo de su despedida del mundo de la moda, donde aparecieron vestidos aportados por clientas, hubo una cena y una pequeña entrega de reconocimientos a esas personas del medio que la acompañaron durante toda su carrera.

Su definición de Alta Costura: «Hacer algo diferente, donde ponés toda tu alma en cada prenda como si fueran obras de arte. En algunos casos la costura a mano es muy necesaria y en otros casos no, depende.»⁴⁶

«Estaría muy bueno que empezaran a apoyar a los diseñadores para que puedan participar en las semanas de la moda de otros países, para mostrar lo que se puede hacer en Uruguay.»⁴⁷

46. BERNIK, Susana. Op. Cit.
47. Idem.

Izquierda
Modelo Katherine Miklaszewicz desfila en el atelier de Susana Bernik.

Derecha
Producción fotográfica Susana Bernik.





5.9. Martha San Martín

Su padre falleció cuando era muy pequeña. En el año 1964 comienza a trabajar en la tienda de su tía, en la Galería Caubarrére. Estudió en el Centro de la moda francesa, donde enseñaban Alta Costura de verdad, esa que según ella, solo Vera sigue haciendo.

Realizó un curso de modelaje industrial con un diseñador italiano que estudiaba el cuerpo de la mujer uruguaya y creaba los moldes especiales para nosotras. Gracias a ese curso entra a trabajar en la fábrica de telas Sudamtex. Con cada diseño de tela diseñaban un vestido, y con esos doscientos cincuenta o trescientos vestidos se hacían grandes desfiles, que empezaban de mañana y terminaban de noche. A estos asistía toda la gente que compraba las telas desde Casa Soler, La Ópera, hasta gente que venía desde el interior del país especialmente.

Luego consigue abrir un taller-atelier con veintidós personas trabajando en una casa muy bonita y amplia, de dos pisos en Gestido y Simón Bolívar.

Realizaba la mayoría de los desfiles en el Parque Hotel, pero también recuerda

Izquierda
Martha San Martín en su antiguo taller-atelier ubicado en la calle Ciudadela 1985.

Derecha
Vestido de novia realizado por Martha San Martín.





Martha San Martín cerrando el desfile en el Parque Hotel en el año 1993.

el Barco Luciano Federico, un restaurante donde la gente iba a cenar y veían los desfiles. Así como los que organizaba Sergio Puglia en el restaurante que tenía en el último piso de la Intendencia Municipal de Montevideo.

No era habitual juntarse con otros diseñadores para hacer desfiles en conjunto, con el único que se asociaban todos para hacerlos era con Carlos Bouloza porque trabajaba sastrería de hombre.

«Fui diseñadora dentro de los cinco modistos de Alta Costura que había en aquel momento, éramos, Mirtha, Oscar, Susana, Carlos y yo. Una época increíble, a veces pienso y no puedo creer las cosas que me hizo vivir esta carrera en el tiempo que me tocó vivirlo.»⁴⁸

En su mejor momento llegó a tener mil clientas agendadas en su fichero y confeccionaba más de cuatro vestidos por fin de semana. Tenía dos grifas, una de Alta Costura y otra de prêt-à-porter. Hacía desfiles de cien conjuntos y a los tres días ya los tenía todos vendidos.

48. SAN MARTÍN, Martha. Op. Cit.

Es una persona que ha dejado la vida en esto, porque considera que lo es todo, y se ha entregado en cuerpo y alma a su profesión, descuidando así ciertas cosas del ámbito personal. Sus tres hijos la vieron trasnochar desde siempre, aprovechando para coser en los momentos en los que ellos se dormían. «Ellos saben que con este trabajo les pude dar lo que tuvieron. Cuando mi hijo se recibió de médico, le dije: “¿cuánto te costó este título?”, y él me respondió: “¿a mí?, ¿cuánto te costó a vos?, ¿o te creés que yo no te ví?” Eso fue el mayor premio de mi vida».⁴⁹

Ya la crisis se asomaba y el caos se generalizaba en 1998. En el año 2000 tuvo que soportar la bancarrota de sus clientas. Momento muy duro del que pudo salir adelante gracias a sus conocimientos técnicos, entonces cierra su gran taller pero abre uno más pequeño frente al shopping.

«La Martha San Martín que creé hasta el año 2000, quedó en Gestido y Simón Bolívar, la Martha glamorosa se terminó ahí, venía otra realidad totalmente distinta, otro tipo de país, etapas más personales. Entonces inventé esta otra Martha, para enseñar lo que sé, devolver lo que me dieron a mí. ¿Cómo me voy a ir a la tumba sin proyectar todo esto que supe hacer?»⁵⁰

49. SAN MARTÍN, Martha. Op. Cit.

50. SAN MARTÍN, Martha. Op. Cit.

Vestido de novia confeccionado por Marta San Martín en encaje y seda color azul.



En el 2010, cuando se volvió honesta consigo misma y entendió que ya no podía competir con la gente nueva, se instala con taller en un apartamento antiguo de la Plaza Independencia, donde comienza a transmitir sus conocimientos a las nuevas generaciones. Actualmente trabaja en su casa en El Pinar, dando clases de Alta Costura los días lunes, martes, jueves y sábados. Cobra por mes para que las chicas vayan a la clase y se queden hasta que sientan que el tiempo les rinde.

«Enseño con una satisfacción tremenda y lo hago como todo lo que hice en mi vida, con una entrega total, sino nada de esto sirve.»⁵¹

Muchos colegas le preguntan asombrados si va a formar su propia competencia, a lo que contesta que, para aprender lo que sabe, sus alumnas tendrán cuarenta años y ella ya no estará en este mundo. Tiene chicas que hace cuatro años empezaron a estudiar y ya están haciendo vestidos de Alta Costura de muy buena calidad, aunque agrega que les falta mucho para igualarla.

Afirma que la modista es diseñadora pero el diseñador no es modisto.

51. Idem.

52. CADENAS, María Fernanda. Op. Cit.

Entiende que la Alta Costura en Uruguay ya murió porque no hay gente que la enseñe. Recordando la época en que iban al Solís de traje largo, observa cómo en pocos años cambió todo y siente que a eso no se va a poder volver porque el mundo ya es distinto. De todas maneras, no quiere quedarse en el pasado. Se siente una enamorada de la gente joven, rodeada permanentemente de ellos, que la mantienen cada día con ganas de seguir y de transmitir su pasión.

Siente que la gente que no cose se priva de lo hermoso de tocar las telas, de disfrutar de lo que ella disfruta, buscar la manera de resolver un diseño, sentir la satisfacción de encontrarla, porque no lo hacen con pasión.

«Cuando Martha San Martín realiza un vestido, lo termina de Alta Costura, porque no sabe terminarlo de otra manera.»⁵²

Derecha

Martha San Martín cerrando el desfile en el Parque Hotel en el año 1993.





06

Los años ochenta

6. Los años ochenta

6.1. Consumismo y globalización

En el campo de la política, varias dictaduras cayeron, entre ellas la de nuestro país. Se trata de un período en que la sociedad comenzó a tomar conciencia de que los cambios y las transformaciones se venían sucediendo cada vez más rápido y sintieron la necesidad de poner un freno a esa vorágine de información que los aturdió. Los años ochenta constituyen la vuelta de un lenguaje religioso y fundamentalista que culpan a la tecnología y a la modernidad en general, de los extravíos contemporáneos.

La era capitalista ya está totalmente instalada y el consumismo es parte de la co-

tidianeidad, pero con la revolución de la electrónica se ingresa a una nueva etapa: la globalización. Este fenómeno a priori se concibe como un proceso del que solo se puede esperar beneficios y recompensas.

El mundo de las marcas cada vez ganó más importancia, si bien la asignación de marcas comerciales a los productos existe desde la época de la fabricación en serie en el siglo XIX, en este período de la historia fue cuando los productos anónimos dieron paso a los artículos universalmente reconocidos por su logotipo. Las marcas comenzaron a verse como una tarea crucial para el éxito de una empresa, obligadas a ofrecer un estilo total con una identidad visible y establecida.



Versace reúne en pasarela a las top models Christy Turlington, Linda Evangelista, Naomi Campbell y Cindy Crawford.

En el mundo de la moda, esta década trajo de regreso a la Alta Costura y al sentido estilista de la moda. «Cuando Versace reunió en la pasarela a las top models Christy Turlington, Linda Evangelista, Naomi Campbell y Cindy Crawford, resumió una era de consumo ostentoso aliado con el glamour más puro, y convirtió a dichas modelos en celebridades internacionales.»⁵³ Con el resurgimiento del glamour aparecen las supermodelos, que llegan para

promocionar rostros perfectos y cuerpos estilizados. Los salones de belleza se llenan de mujeres que reclaman su cabellera rubia. En consecuencia, la moda obliga a mantenerse delgada y a trabajar duro para conseguir un buen físico: es el auge de las dietas y de los ejercicios.

El uso del elastano en telas de punto, la influencia de la revolución fitness y la incursión de la ropa deportiva en el ámbito de

53. FOGG, Marnie. Op. Cit. p. 466.



Equipo de supermodelos Nadia Auermann, Carl Cox, Amber Rose, Naomi Campbell, Shalom Harlow, Claudia Shiffer, Kate Moss, Christy Turlington, Linda Evangelista, festejan el compartir pasarela.

la moda comercial se aunaron para crear un nuevo estilo de ropa ajustada. «Abanderada por la actriz Jane Fonda en sus videos de entrenamiento y por películas como Fama (1980) y Flashdance (1983), alimentó el deseo masculino y femenino de lucir un cuerpo tonificado hasta la perfección mediante el ejercicio intenso, lo que a su vez popularizó la ropa segunda piel.»⁵⁴

El cuerpo bien tonificado permitió que diseñadores crearan colecciones de vestidos ceñidos que marcaban todas las curvas, en la mejor tradición de la Alta Costura hecha a mano, las elaboraban con tejidos elásticos para que resultaran cómodas y no apretaran.

Christian Lacroix se convierte en uno de los referentes de la Alta Costura. Jean Paul Gaultier también se gana un lugar de im-

Izquierda

La actriz Jane Fonda, luce su cuerpo increíblemente tonificado y delgado en 1980.

54. FOGG, Marnie. Op. Cit. p. 424.



Irma Álvarez imprime su marca en toda la tela que emplea para la confección de este vestido.

portancia en el terreno de la moda, con sus originales diseños que expresan la sensualidad y la apertura sexual de las últimas décadas. Sin embargo quienes se dedicaron a atender las necesidades de hombres y mujeres ligados al mundo del trabajo fueron: Calvin Klein, Giorgio Armani y Ralph Lauren, que definieron un estilo que expandió su fama hasta nuestros días.

6.2. La vuelta de los diseñadores

Desde el surgimiento de algunos de los movimientos que hicieron su aparición en la década de los sesenta, como por ejemplo el feminista o el hippie, se consideraba a la moda como un elemento inherentemente frívolo. En los ochenta se dio un cambio radical con respecto a este preconcepto, se cambiaron notoriamente las actitudes hacia la moda y la sociedad se mostró dispuesta a aceptar el consumo ostentoso nuevamente.

La élite interesada en moda volvió a invertir en Alta Costura. De este modo, el lujo consistía en vestir la marca adecuada. A medida que fue avanzando la década, la gestión de marcas se fue instaurando en el mercado de artículos y en los productos que contaban con logotipos visibles. Los consumidores invirtieron con entusiasmo

en el concepto de comercialización de un estilo de vida, una expresión que se usó para describir el carácter ambicioso del comercio, y el diseño comenzó a percibirse como una industria de servicios y no como un proceso creativo.

Los diseñadores redoblaron su apuesta y ahora sus vestidos no solo llevaban su etiqueta por dentro sino que también se empezó a incursionar en integrar la marca a los diseños en el exterior de la prenda. Se generaron texturas, estampados, apliques, etc., la marca misma pasó a ser un elemento de diseño. En muchas ocasiones los consumidores adquirirían esos productos solamente por el hecho de que la marca era visible. Se estaba gestando una necesidad de demostrar que determinado producto era de determinada marca.

6.3. Fin de la dictadura y reposicionamiento de Uruguay en el marco internacional

En cuanto a nuestro país, esta década se puede dividir en dos partes: la primera mitad transcurrió en la dictadura, y la segunda mitad, luego de terminada esta. Con respecto a la primera, solo cabe aclarar que el panorama general seguía siendo el que describimos en el capítulo anterior al

referirnos a los años setenta, tiempos muy difíciles, de represión y miedo constante.

A partir de 1985 se despliega una nueva era para la historia de nuestro país, la restauración de la democracia. «La experiencia neoliberal de la política económica de la dictadura fue francamente negativa para la población en general, especialmente para los sectores productivos asalariados y pasivos, dejando una enorme deuda externa como pesada hipoteca para el futuro nacional y un endeudamiento interno que dificultó durante años el crecimiento de la economía.»⁵⁵

Para intentar contrarrestar esta situación, Uruguay tiene que tomar medidas para poder reinsertarse en el mercado internacional y empezar a reconstruir sus lazos con los demás países. Por estos años en Sudamérica se estaba gestando lo que ahora conocemos como Mercosur, y Uruguay comenzó las tareas diplomáticas para asociarse con sus países vecinos con el fin de fortalecerse en un mundo que ya se manejaba con grandes bloques económicos hegemónicos. Proceso que finalmente terminó en un tratado que se firmó a principio de los años noventa.

55. NAHUM, Benjamín. p. 359.

Cabe destacar que en este momento empiezan a cerrar muchas de las fábricas de producción de textiles nacionales. Comienzan a masificarse las exportaciones de la materia prima, y las importaciones de los productos ya confeccionados de menor calidad y por ende de mucho menor costo que la nacional. Esta situación significó además la pérdida del interés por el sector de la industria textil nacional, que movía mucha mano de obra especializada, y generaba grandes posibilidades para todos los agentes que la componen, desde tejedoras, modelistas, costureras, oficinistas, que trabajaban en las fábricas, hasta las modelos, fotógrafos, editores y todos aquellos que trabajaban publicitando las prendas en desfiles, revistas, folletos y catálogos. A pesar de estas dificultades, podemos apreciar algunos nuevos diseñadores que logran imponerse con el título de originalidad y elegancia.

6.4. José Pedro Giordano Mazzulli

Su nombre completo es José Pedro Giordano Mazzulli, pero todos lo conocen como Giordano Mazzulli. Es recordado por muchos como un hombre muy generoso y multifacético, era modisto, diseñador, cocinero, maquillador, peluquero, entre otros. En cada lugar donde estaba dejaba su toque personal, solía mudarse mucho y todas sus casas fueron únicas.

«Fui muy amiga de Giordano Mazzulli. Era muy creativo, su ropa podía pecar a veces de muy vanguardista, porque mezclaba mucho los materiales.»⁵⁶

Tuvo un restaurante en la Laguna del Sauce de Punta del Este, se llamó Las Marías, en él trabajaban como mozas dos modelos muy prestigiosas: Eunice Castro y Analia Arigón. Todo era delicioso.

De personalidad errante, viajaba mucho, se fue a Buenos Aires a instalarse en un apartamento muy bonito, donde estuvo cuatro o cinco años y luego se volvió a Uruguay.

56. BALDI, Sonia. Op. Cit.



José Pedro Giordano Mazzulli acompañado de las modelos Margaret Geymonat, Elyana Dide, Myriam Paniagua, en producción fotográfica realizada para Revista Paula.



«Yo lo denomine ave fénix, porque nadie sabe cómo hacía, pero desde el pozo más profundo siempre volvía a renacer. No le importaba si se fundía porque tenía una fuerza impresionante. Era muy especial, con un humor fantástico, siempre estaba arriba. Yo los quiero mucho a todos, he tenido buena onda con todos.»⁵⁷

Falleció en el 2013 quedando grabado para siempre en la memoria de aquellas personas que tuvieron el placer de conocer su bohemia fresca, simpatía, excelencia y generosidad.



57. BALDI, Sonia. Op. Cit.

Izquierda
Giordano Mazzulli, desfile en Parque Hotel.

Derecha
Eunice Castro desfilando para Giordano Mazzulli, en Parque Hotel.



*Vestido de novia,
José Pedro Giordano
Mazzulli.*

6.5. Studio Arobba

El diseñador uruguayo Carlos Arobba, instalado hoy, con cincuenta y ocho años, en la ciudad de Barcelona, tuvo gran relevancia en el mundo de la moda de nuestro país.

Si bien en su familia nadie se había dedicado a la Alta Costura, desde que tiene uso de razón ha escuchado este término. Se formó en una escuela de diseño en Buenos Aires, pero no terminó la carrera debido a que los programas de estudio eran muy rígidos y él buscaba resultados rápidos. Esto lo llevó a incursionar en el mundo de la Alta Costura de manera prácticamente autodidacta.

Recuerda con mucha nostalgia el momento en el que realizó su primer desfile: fue en 1986, en una hermosa casa en la calle Echeverría, que implicó todo un cambio en su carrera, ya que era la primera vez que podía plasmar sus diseños sobre modelos reales y no en papel. «Lo mejor de todo, quizás, es la creatividad y las ganas que le ponemos a las cosas cuando somos jóvenes y estamos limitados de dinero.»⁵⁸

Cuando trabajaba en Uruguay, las piezas las cortaba él mismo y delegaba a sus mo-

58. AROBBA, Carlos: diseñador. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.

Modelo Eunice Castro junto al diseñador Carlos Arobba en producción fotográfica de revista Galería



distas especializadas la parte de las costuras, pero siempre supervisadas por él. «Los talleres en Uruguay padecen de un problema que ya es global, se extingue la modista de Alta Costura, la que trabaja en detalle, que abarca desde el corte hasta los bordados a mano. El mundo va cambiando y la gente quiere resultados rápidos y más económicos.»⁵⁹ Le resultaba muy complicado conseguir telas en Uruguay por lo pequeño que es el mercado y la escasa variedad, por lo tanto, las obtenía de importadores locales o las importaba él mismo, pero de todas maneras intervenía algunas, para lograr un carácter más exclusivo.

En ese momento, ya había varios diseñadores muy instalados en el mercado nacional, de gran renombre y con una clientela fiel que los seguía. Carlos Arobba comienza entonces con la nueva generación de diseñadores emergentes, junto a Pablo Suárez y María Fernanda Cadenas.

Lo que más disfruta de la tarea como diseñador es el momento del desfile, porque refleja la culminación del arte de crear y permite compartirlo con la gente. Lo que le genera menos placer son los nervios previos, cuando no sabe si llega a tiempo o si todo saldrá como pretende.

59. AROBBA, Carlos. Op. Cit.

En tres oportunidades se fue a vivir al exterior, pero la última lo hizo en pleno auge de su atelier Carlos Arobba, lo que fue muy sorprendente para sus colegas, mientras que para él fue algo muy natural, por su personalidad inquieta y permanente necesidad de un nuevo proyecto.

Considera que la antigua Alta Costura ha caducado, y que hasta los diseñadores más clásicos han tenido que adaptarse al prêt-à-porter. Pero hace hincapié en que algunas partes del vestido requieren de la costura a mano exclusivamente ya que solo se lucen de ese modo, sin que se vea huella de la máquina de coser.

Sorprendido y contento por los diseñadores jóvenes de nuestro país, que poseen una visión muy global, valora el esfuerzo que ponen sabiendo lo complejo que es abrirse paso en un mercado tan pequeño y conservador. Tal es el caso de su única hija, Lucía Arobba, a quien enseñó y transmitió desde pequeña su pasión por la moda y en particular por los vestidos de fiesta. Actualmente y desde hace un tiempo, gracias a los avances de la tecnología y el desarrollo de las telecomunicaciones, trabajan en conjunto vía Skype para su emprendimiento en común: Studio Arob-



*Diseño Studio Arobba,
producción fotográfica
revista Defiesta*

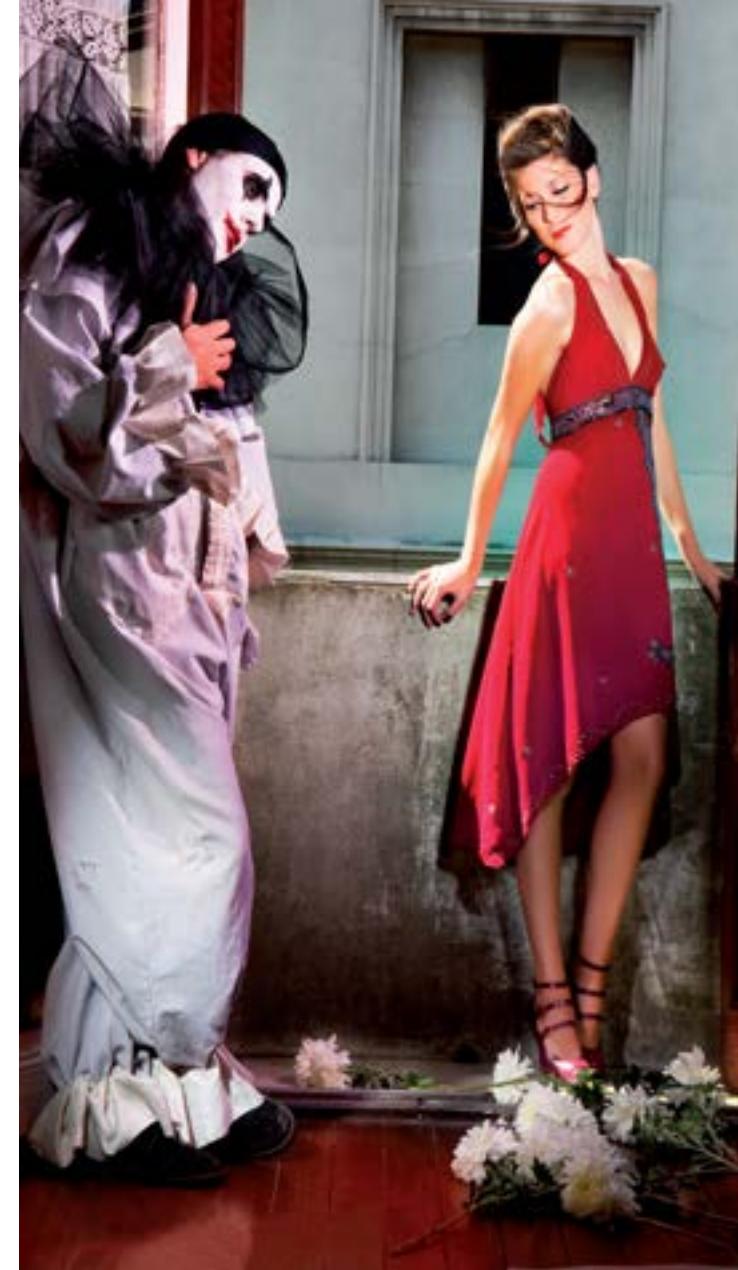


Carlos Aroba junto a su hija Lucía Arobba para revista Pasarela 2009

ba. De esta manera, clientas de la época de Carlos en Uruguay asisten en busca de un diseño, que Lucía realiza con la colaboración de su padre a través de video-llamadas, donde comparten inquietudes, consejos e ideas para la creación de las prendas.

Lucía Arobba es diseñadora de Alta Costura y docente de Técnicas de Moda en la EUCD, siempre tuvo presente la Alta Costura en su vida gracias a su padre y gran referente. Hoy a sus treinta y tres años está muy a gusto con todos sus logros y con el camino que ha transitado desde el comienzo.

Se formó en la UTU realizando la Tecnicatura en Vestimenta y luego realizó cursos, seminarios y congresos que le permitieron llegar a ser la profesional que conocemos. En el año 2001 comenzó a trabajar en el Atelier Carlos Arobba como asistente, mientras terminaba sus estudios. Luego, en 2004 ingresó a un atelier llamado QI, donde comenzó como diseñadora de Alta Costura. Su experiencia en QI fue una gran oportunidad para Lucía, pues aun sin estar recibida, confiaron en ella, aportando gran experiencia en el área, marcando indudablemente su carrera.



La modelo Florencia González en producción fotográfica de Studio Arobba.



*Izquierda
Diseño de Studio
Arobba Producción de
revista Pasarela 2008*



*Vestido Studio Arobba
producción revista
Pasarela 2009*



*Diseño Studio Arobba,
producción revista Pasarela
2009*

Actualmente trabaja sola —con la ayuda ocasional de su padre— y disfruta de todo el proceso, desde la entrevista con la futura clienta hasta la parte de diseñar, crear y probar. Le resulta muy difícil trabajar solo con los textiles que hay en el mercado, la alternativa que encuentra es intervenirlos, mediante bordados, estampados o alguna otra técnica.

Plantea que la definición de Alta Costura es una discusión que se presenta constantemente en el aula y entre colegas. Lucía cree que algunos trabajos requieren de la mano más que de la máquina, y si bien muchas veces el cliente no percibe que esa pieza está realizada a mano, le aporta un valor muy importante. «Alta costura es lo artesanal, lo único e irreplicable, es lo que otorga el gran valor agregado, como solo una pieza única puede tener. Creo que, como todo, el diseño se va transformando, pero con la naturalidad de la vida misma.»⁶⁰

60. AROBBA, Lucía: diseñadora y docente. Entrevista realizada para esta investigación. 2015.



*Vestido de Studio
Arobba, producción de
revista Pasarela 2009*

6.6. Mirtha Mainardi

Su historia no es igual a la de la mayoría de los diseñadores que estudiamos, sus inicios en el mundo de la moda se producen cuando esta tenía treinta años de edad, siendo madre y estando casada con su marido, quien la apoya hasta hoy como desde el primer día, armando los eventos y encargándose de toda la administración.

Estudió en Facultad de Arquitectura porque no había escuela de diseño, y todo lo que aprendió sobre este rubro, lo conoce gracias a la práctica. Les hacía ropa a sus hijos, tapados a su hermana y encargos para su familia, que realizaba con audacia. Comenzó a diseñar lana, vendiendo tejidos, y cumpliendo con algunos pedidos de sus clientas que solicitaban algún pantalón, o una pollera para acompañar esos tejidos, hasta que un día le pidieron que hiciera un vestido de novia. Se animó, lo hizo, y a partir de ahí comenzó una apasionante carrera con clientas que la acompañan desde aquel momento.

Un tiempo después vendía sus colecciones a una tienda de la ciudad de Minas. Su primer desfile de Alta Costura fue en el Banco Comercial. Cuando el Banco Co-

*Mirtha Mainardi,
desfile realizado en el
Radisson Victoria Plaza
Hotel, 2001.*



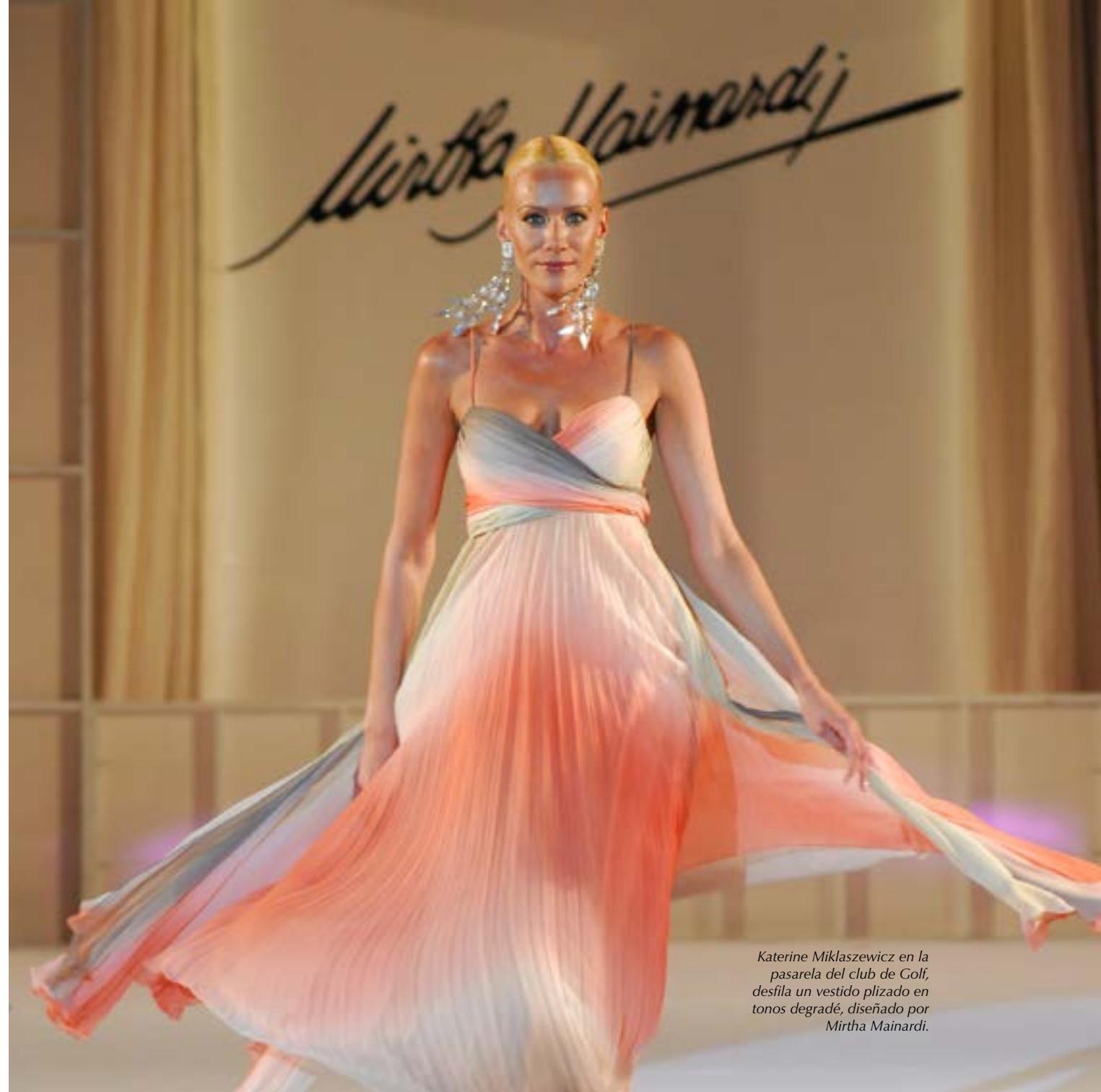


mercial les quedó chico, pasaron a hacer los desfiles en el Parque Hotel, luego en el Ballroom del Radisson, durante muchos años haciendo dos colecciones anuales de invierno y verano. Hasta que dejaron de hacer desfiles para seiscientas u ochocientas personas, y comenzaron a hacer tardes de té para cien personas en el Club de Golf, invitando a sus clientas más especiales a mostrarles las colecciones.

En un principio ella compraba las banderas que las fábricas textiles uruguayas mandaban a Europa. Era media tela que se enviaba como muestra para que elijan cuál reproducir en cantidades. Algunas no se reproducían nunca, entonces Mirtha tenía aquello que no tenía nadie. Hoy en día, al no existir fábricas textiles nacionales, decide viajar a Estados Unidos para acceder a diseños de telas diferentes.

Actualmente continúa con su taller-atelier ubicado en Pocitos, en las calles Presidente Berro y Gabriel Pereira, diseñando vestidos de quinceañeras a las nietas de las primeras generaciones. Sus clientas la eligen por la confianza de saber que se compromete con cada vestido de manera incondicional.

Izquierda
Vestido drapeado, diseño de Mirtha Mainardi,
producción fotográfica: suplemento Modas de Últimas
Noticias, noviembre 2000.



Katerine Miklaszewicz en la pasarela del club de Golf, desfila un vestido plizado en tonos degradé, diseñado por Mirtha Mainardi.



Mirtha se encarga de la entrevista y de cortar la prenda, realiza la cantidad de pruebas que sean necesarias hasta estar conforme con el resultado obtenido. Delega la tarea del armado de la prenda, para eso tiene un taller sobre su atelier, donde se realiza todo el proceso de confección.

Cuando prepara un desfile no confecciona vestidos especialmente para las modelos, sino que genera sistemas de ajustes internos para asegurar el vestido a la cintura y apela a que las modelos sepan desfilarse vestidos grandes sin que se note, por ese motivo elige para los desfiles a las modelos de mayor experiencia, trabajó muchos años con Victoria Zangaro hasta su retirada en el mundo del modelaje.

Cuando cumplió veinte años de carrera realizó un desfile en el que desfilaron cuarenta modelos, los vestidos de fiesta los pasaron las más experimentadas y los de prêt-à-porter, las más nuevas.

Tiene la teoría de que la Alta Costura está muriendo, puede ver que la gente es más práctica y no mira las terminaciones porque utilizará la prenda un solo día. Pero también entiende que hay un grupo muy selecto que no tolera el tipo de prenda mal confeccionada, seriada, de produc-

Izquierda
La modelo Micaela González desfila para Mirtha Mainardi, Club de Golf.

ción masiva. «Nuestra clientela busca las cosas bien terminadas. Es lo mismo que pasa cuando una persona se compra un Mercedes y otro se compra un Volkswagen, tienen prioridades diferentes.»⁶¹



61. MAINARDI, Carlos. Esposo y socio de la diseñadora Mirtha Mainardi. Entrevista realizada para esta investigación. 2015.

Derecha
Desfile Mirtha Mainardi, Club de Golf

Mirtha Mainadri



*Mirtha Mainadri
acompañada de sus
modelos en el cierre del
desfile realizado en Club
de Golf.*

6.7. Quique Caballero

Sus inicios se remontan al año 1962 cuando empieza su época liceal, trabajando en las vacaciones, repartiendo paquetes en Iriarte S. A. Recuerda salir por la calle Sarandí, el boulevard de la moda, un lujo donde se encontraba con La Ópera, Sedería París, Acle, La Silencieusse, Iriarte y Caubarrère. La época de oro de nuestro país, cuando la gente se vestía para salir a la calle con sus guantes, cartera, sombrero, todo immaculado. Donde todas nuestras tías y abuelas salían a tomar el té rigurosamente, arregladas especialmente y observadas de pie a cabeza al entrar a la confitería. Las funciones del teatro Solís eran funciones de gala a las que la gente iba de largo.

En el año 1966, con dieciséis años de edad, entra a trabajar como vendedor en El Mago, la casa de sastrería de hombre ubicada en 18 de julio.

Se dedica definitivamente a la Alta Costura en 1981 gracias a la incondicional ayuda que le brindó su amigo personal Carlos Carreras, a quien considera un gran genio de la moda, feliz de saber que el Uruguay tuvo la fortuna de tenerlo. Carlos le con-

siguió un local en la Galería del Virrey y le abrió las puertas de su placard para que Quique tome lo que quiera y lo exponga en su nuevo local. «Yo hago lo que aprendí de él. Indudablemente soy el discípulo de Carlos, a mí también me gustan los sombreros.»⁶²

De a poco fue creciendo, con la posibilidad de abrir un nuevo negocio en la galería Yaguarón y otro en Punta del Este, donde tenía la parte de sastrería y trabajaba con mucha clientela argentina. No se explica cómo hacía, pero Quique estaba en todos lados, incluso ha tenido que ir a probar clientas a Argentina.

A fines de los noventa empezó a observar la caída de Punta del Este, teniendo que cerrar su local de allí. Tiempo después, el divorcio le costó el negocio de la Galería del Virrey, quedando solo con el de Yaguarón. Hace diecisiete años se instala con su hermana en el local que conservan hasta hoy en la calle Colonia 1262.

Su primer desfile lo realiza al cumplir los veinticinco años de Quique Caballero, en el Club Uruguay, en honor a Carlos Carreras. Todo lo recaudado entonces fue destinado a la Fundación Porsaleu para pacientes con leucemia o linfomas. «In-

62. CABALLERO, Quique. Op. Cit.

Derecha
1971 avenida 18 de julio y julio herrera, tienda el mago.



Quique Caballero acompañado de su sobrina, y la modelo Analía Arigón, en el cierre del desfile realizado en el Ballroom del hotel Sheraton, 2013.



creíblemente pude conseguir dos obras de Carlos y para las pasadas elegí dos modelos: Victoria Zangaro y Analía Arigón. Quiso la pura coincidencia que las mismas modelos en los veinticinco años de Carlos Carreras, pasaran esos mismos vestidos.»⁶³ Luego festejaron los treinta años

en el Hotel Sheraton con un memorable desfile, pero no es algo que pueda hacer con frecuencia.

Su trabajo de confección va acompañado con la atención que le brindan con su hermana a cada cliente, haciéndose respon-

63. CABALLERO, Quique. Op. Cit.

64. CABALLERO, Quique. Op. Cit.

sables del evento como si fuera de ellos. Quique siente que en este tipo de trabajo existe 75 % de psicología. Desde el momento en que entran a su atelier, observa a las personas sabiendo en ese instante lo que mejor les va a quedar aunque ellas quieran todo lo opuesto. Las deja que hagan el desarrollo de lo que están pensando y las aconseja guiándolas hacia el camino que él cree más conveniente.

Durante los gobiernos de Sanguinetti y Lacalle, vistió mucho a las mujeres del círculo diplomático para sus reuniones, dos o tres veces al mes, porque no podían ir a una reunión con el mismo vestuario que la vez anterior. Ha sido muy criticado por vestir a María Julia Muñoz en la asunción de mando de Tabaré Vázquez en marzo de 2015. Dijeron que el azul francia era mucho color para el protocolo. Pero no le preocupan las críticas y siempre recuerda lo que decía su abuela, inteligentemente: «si hablan es porque lo vieron, si no hablan es porque no lo vieron, preocúpate cuando no hablen.»⁶⁴

Muchas veces le sucedió que la gente tomara entrevistas con él para sacarle información y después se iban con la modista de su barrio. La manera de corregirlo ha sido cobrando la cita cien dólares, que

Der. Diseño de Quique Caballero ubicado en la vidriera de su atelier, 2015.





luego si se definen, se debitan del traje. Si alguien le solicita que le haga un vestido igual al de una foto, no dirá que no, pero le modificará ciertos detalles propios, resultando un producto final distinto.

«Tengo un estilo propio y personal y no me siento identificado con nadie ni siento que mi estilo le haga la competencia a nadie.»⁶⁵

«Por suerte hago lo que a mí me gusta. Para mí todos los años fueron buenos. Creo que estoy en uno de los grandes momentos. Me he dado cuenta de que tengo mi lugar en la plaza. A veces me cuesta creer que tanta gente me apoye, me felicite y me aplauda por lo que hago. Hay gente que se para en la vidriera del lado de afuera y te hace con el pulgar para arriba, y te dicen: yo no le compro nunca nada porque no puedo acceder a lo que vende pero paso nada más que a deleitarme. Eso a mí me llena el alma.»⁶⁶

65. CABALLERO, Quique. Op. Cit.

66. Idem.

Izquierda
Detalle de vestido de novia, Quique Caballero



*Quique Caballero,
vestido de fiesta en
gasa bordada, con
chaqueta, 2015.*



6.8. María Fernanda Cadenas

A finales de la década de los ochenta, aparece una joven diseñadora dispuesta a traer al país un nuevo estilo, siendo una pequeña entre todos los grandes maestros ya consagrados, irrumpió en el mercado con una propuesta muy personal para un público determinado inspirada en la moda punk y en Madonna.

Toda su vida creció rodeada de textiles puesto que su mamá tenía varios locales en las galerías montevideanas donde fabricaba y comercializaba ropa casual.

Aprendió a coser, tejer y bordar, pero siempre tuvo claro que le gustaba mucho más diseñar que cualquier otra tarea. De todos modos, sentía que para poder delegar las tareas primero debía conocer cómo se hacía. Alumna muy aplicada desde pequeña, comenzaría a estudiar medicina al terminar el liceo, pero acabó cursando joyería en la Escuela de Artes y Artesanías Pedro Figari UTU. Luego se inscribió en el Instituto Strasser para realizar un curso de modelaje, pero no concurrió mucho tiempo. Tiempo después encontró una profesora que, en su propia casa, le enseñaba a hacer los moldes y la ropa específica que ella quería aprender.

Izquierda
María Fernanda Cadenas, producción fotográfica
Revista Paula 2013.

Se inició laboralmente vendiendo ropa que confeccionaba con una amiga en la feria de Villa Biarritz. Luego comenzó a viajar a India e Indonesia para traer prendas y textiles con las que abrió una boutique en Punta del Este y les vendía a modelos y artistas argentinas.

Finalmente a los veinticinco años de edad, decide independizarse e invertir todos sus ahorros en realizar una colección y alquilar un local, de amplios salones, ubicado en la calle Presidente Berro, que tanto había soñado.

«Las modistas me tuvieron que regalar todas las hechuras, porque yo no las podía pagar. El día que inauguré el local no tenía para convidar a la gente ni con un vaso de bebida, había logrado colgar toda mi colección en el perchero, pero me había quedado sin dinero.»⁶⁷

Recuerda que en aquel momento los diseñadores que más sonaban eran: Oscar Álvarez, Susana Bernik, Carlos Carreras, Walter Suárez y Walter Otegui. Considera que fue la niña mimada de Carlos Carreras, Giordano Mazzulli y del peluquero Julio César Camacho.

67. CADENAS, María Fernanda. Op. Cit.



Los primeros años se dedicó a un público joven, ya que consideraba que debía madurar para poder dedicarse a novias y madrinas, los grandes diseñadores del país se dedicaban a eso y ella no quería competir con ellos. Momento en el que todas las chicas, tanto la que cumplía quince como sus amigas, se mandaban a hacer especialmente los vestidos. Cuando esas chicas comenzaron a crecer, acudieron nuevamente a Fernanda Cadenas, dándole el empujón necesario para animarse a incluir los vestidos de novia en su repertorio.

En un principio realizaba desfiles en boliches, donde mostraba vestidos de fiesta para ese público joven. Su primer desfile independiente fue en el Salón de los Pasos Perdidos del Palacio Legislativo, con cien vestidos en pasarela, a beneficio de la fundación AUPI (Asociación Uruguaya de Protección a la Infancia).

Disfruta mucho el momento de vestir a la persona, se involucra emocionalmente con las clientas y no descansa hasta lograr que se sientan espléndidas. Su hermana Margarita Cadenas, que es maquilladora, crea tocados y ramos, siempre la acompañó y ayudó a completar el look de las clientas.

Izq. Andrea Sheppard luciendo un modelo de María Fernanda Cadenas en Hotel Sheraton, 2005.

Der. Vestido de novia de Fernanda Cadenas, desfile en el Hotel Sheraton, 2005.



Llegó a tener un taller con once operarias, quienes cortaban, armaban y daban terminación a los vestidos. Pero este año decidió cerrar su local para reencontrarse con sus afectos. Continúa realizando vestidos si alguien le pide, pero ya no se publicita ni está en busca de trabajo. «Fueron veintitrés años de estar fuera de mi casa y este año decidí que todos mis sueños se habían cumplido. Llegué a hacer todo lo que había soñado, empezando de la nada.»⁶⁸

No cree que la Alta Costura haya muerto, afirma que hay varias personas que hoy en día hacen Alta Costura, que sobrehílan y hacen los ruedos a mano así como también hay gente que busca calidad y excelencia.

«Es una tarea comprometida la de la Alta Costura, la gente no sabe el placer, el beneficio, el orgullo y la recompensa que significa coser Alta Costura, cuando entregas en el altar a una novia perfecta, te vas pleno... Pero claro, es un laburo chino.»⁶⁹

68. CADENAS, María Fernanda. Op. Cit.

69. Idem.

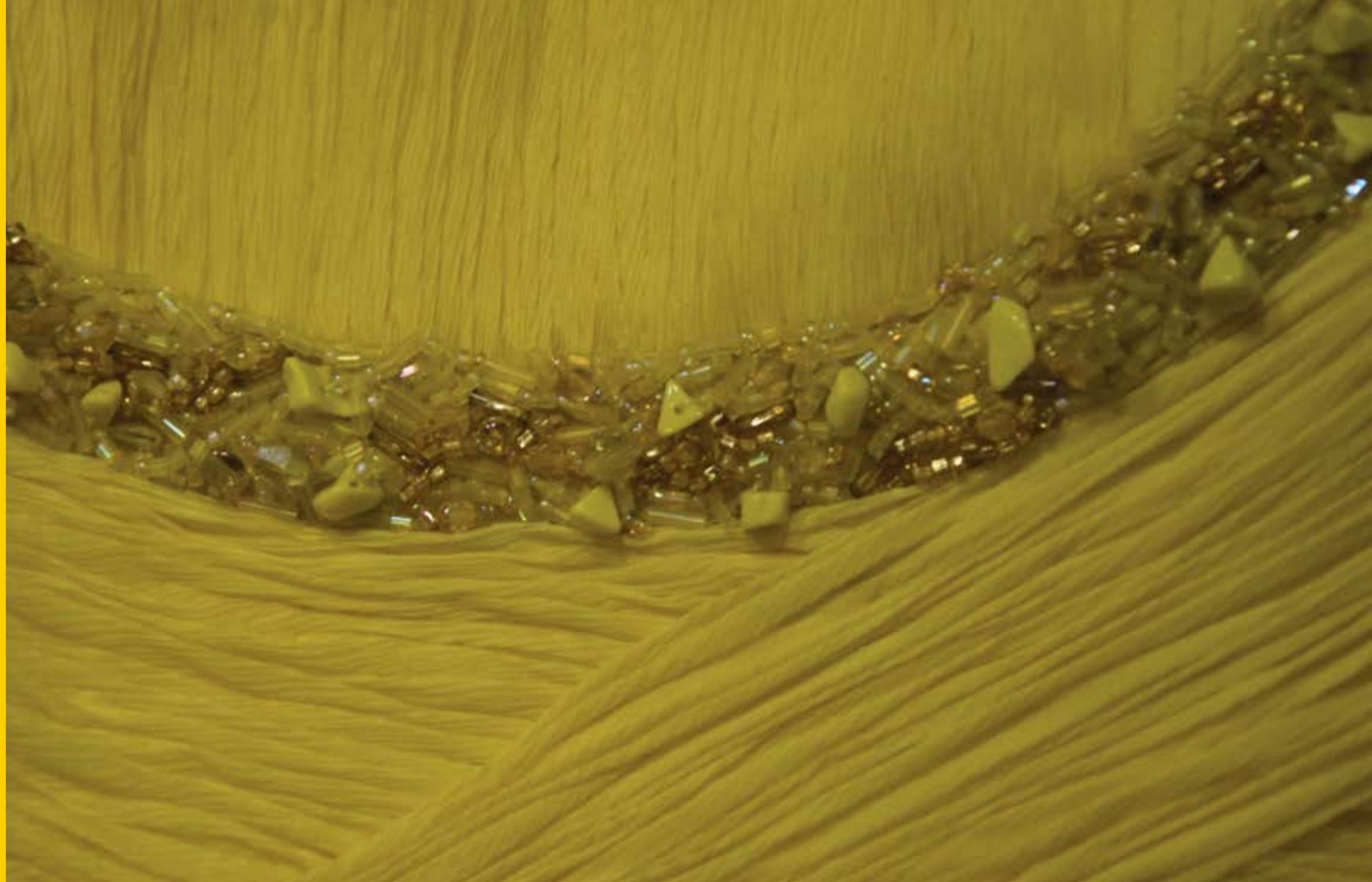




Vestido de seda natural, bordado salpicado en diagonal, María Fernanda Cadenas.

07

Los años noventa



7. Los años noventa

7.1. La era de la información

Para principios de la década de los noventa, nos encontramos con una creciente recuperación de América Latina, que había tenido una fuerte caída en la década de los setenta y que no había logrado recuperarse del todo en los años ochenta. A partir de mediados de la década de los noventa, el acceso a internet comenzó a masificarse. La posesión de la información, que hasta el momento era sinónimo de poder, se puso al alcance de casi todo el mundo.

La gente comenzó a preocuparse mucho por expresar su individualidad y se olvidó de la ropa casual. Una vez más, nuevos

diseñadores excéntricos comenzaron a aparecer. Los piercings, tatuajes y la tinte de pelo fueron las nuevas tendencias. La moda de esta década se caracteriza en realidad por su diversidad de tendencias.

Gracias a los últimos avances informáticos la globalización alcanzó niveles nunca antes imaginados. La modernización tecnológica e informática afectó la dinámica de producción de las empresas y por ende el comportamiento de los mercados a nivel mundial, dando origen a un nuevo orden económico internacional. En este nuevo contexto, los países quedan más interconectados entre sí, siendo el mercado mundial el que comenzó a regular todo tipo de relaciones comerciales entre naciones.

7.2. ¿La globalización al servicio de la moda?

Hasta el momento, los creativos nacionales creaban con total libertad, sin restricciones en cuanto a tendencias, estilos o modas extranjeras. Aproximándonos al final del siglo, las condiciones habían cambiado mucho. Se trata de una época de avances tecnológicos rápidos, de un mundo totalmente comunicado en donde lo que pasa en otro continente es también noticia aquí, al mismo momento. «El auge de las nuevas tecnologías y las industrias de la cultura y la comunicación ha hecho posible un consumo saturado de imágenes, al mismo tiempo que la multiplicación hasta el infinito de los canales, las informaciones y los intercambios.»⁷⁰

Este hecho que hoy parece tan cotidiano tuvo gran repercusión en la sociedad de la época y la moda no quedó exenta. Cada vez más, la moda se fue globalizando y Europa pasó a estar en el centro de las miradas de todas partes del mundo, marcando el compás de la vestimenta mundial. «La época ve triunfar una cultura globalizada o globalista, una cultura sin fronteras cuyo objetivo no es otro que una sociedad universal de consumidores.»⁷¹

Este fenómeno se continúa hasta nuestros días, donde las capitales de la moda están claramente definidas: New York, París, Londres, Milán, Tokio. Y donde todos podemos ver un desfile en vivo desde cualquier parte del mundo.

«Entonces se desarrolló la nueva estrategia de mercadotecnia en plena cultura de masas. Las personas pasaron a comprar vestidos que no necesitaban y mucho menos querían, pero que era necesario usar para poder parecer. Parecer joven, sensual, delgado, consumista, poderoso económicamente, exitoso, actual, integrado homogéneamente, estandarizado, en suma, simplificado para ser comprendido de manera fugaz e instantánea.»⁷²

En la actualidad y desde ya hace un tiempo, hay varios elementos que juegan en contra de la Alta Costura y que cada vez más van terminando con ella. «El consumidor no ha gozado jamás de tanta libertad para elegir productos, modas, películas, lecturas; nunca ha podido viajar tanto, descubrir tantos lugares culturales, degustar tantos platos exóticos, oír tanta variedad de músicas, decorar la casa con objetos tan diferentes y de tan variada procedencia.»⁷³

70. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. «La cultura-mundo. Respuestas a una sociedad desorientada» 2010 p. 10.

71. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p. 34.

72. SAULQUIN, Susana. «La muerte de la moda, el día después» 2010. p. 78.

73. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p. 16.

7.3. Nuevo enfoque nacional

La situación del país no había mejorado muy notoriamente a pesar de que ya habían transcurrido quince años desde la restauración de la democracia. La disconformidad con la gestión política del Partido Colorado se vio reflejada en la rotación que hubo en los partidos tradicionales, algo que años atrás hubiera parecido insólito. Buscando mejorar la situación del país, el pueblo depositó su fe en el Partido Nacional. «Los resultados de esta administración fueron ambiguos: redujo el déficit fiscal y disminuyó la inflación, pero no convenció su intento de privatizar empresas públicas ni la falta de transparencia con la que se manejaron algunas concesiones.»⁷⁴

Desde la restauración de la democracia hasta nuestros días, se ha buscado desarrollar un costado social en la gestión política, prestando especial atención a la educación, la salud, la vivienda y los derechos humanos en general.

Sin embargo, esto no ha colmado las expectativas de los ciudadanos ya que otras problemáticas sociales propias de la actualidad han surgido, como por ejemplo la desocupación, la inseguridad laboral, la

propagación de la delincuencia y el aumento notorio de la violencia.

Durante mucho tiempo la Alta Costura nacional fue la única salida que tuvieron las personas que querían vestirse bien en nuestro país. Y las prendas realizadas a mano tenían gran valor. Pero ahora son cada vez menos las personas que eligen vestirse con Alta Costura y la producción de la industria nacional había disminuido. Ya con el surgimiento del prêt-à-porter, esta perdió gran cantidad de adeptos y el plus de estar hecho a mano ya no vale tanto teniendo en cuenta los costos, pues se comparan con prendas de alta calidad realizadas industrialmente. La Alta Costura ya no pudo competir en precios.

El público que tiene mayor poder adquisitivo decide salir a comprar al exterior, prefieren eso antes que mandarlo a hacer acá. Ese es uno de los cambios de mentalidad que hubo en nuestro país. Y a su vez cambió la situación: antes solo las personas de gran poder adquisitivo podían viajar, hoy en día existen muchas facilidades para viajar al exterior, ya sea por la situación económica del país, o porque resulta más sencillo obtener un préstamo o tener una tarjeta de crédito, cosa que años atrás era impensable. Ahora es posible financiar un

74. NAHUM, Benjamín. Op. Cit. p. 386.

viaje en cuotas y comprar con tarjetas de crédito.

A nivel mundial, las compras son consideradas un atractivo turístico y todas las personas que viajan incluyen en su itinerario un espacio para ellas. Cada vez es más común encontrar personas que viajan al exterior un par de veces al año en busca de «llenar su ropero» motivadas por los bajos costos que encuentran en otros lugares. Esto es altamente perjudicial para la industria de la moda uruguaya.

Las compras por internet tienen cada vez más seguidores, ahora podemos comprar artículos a otros países desde nuestros hogares. «Las interconexiones han creado una red cuyas ramificaciones llegan a los puntos más lejanos del planeta, conectando a los individuos entre sí; permitiéndoles hablar más allá de los continentes; mostrarse y verse en blogs; y gracias a las webcams, crear, vender, intercambiar, incluso inventar una second life.»⁷⁵ «Hemos pasado de los medios emisores a los medios dialogantes (blogs, foros colectivos, redes sociales) que permiten a los individuos del mundo entero compartir, discutir y entretenerse sin verse en ningún momento.»⁷⁶

75. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p. 84.

76. Idem. p. 86.

Claro está que existe un público muy selecto que aún se interesa por las prendas de Alta Costura, y algunos eventos como lo son los casamientos y los cumpleaños de quince en los que se requiere asistir con este tipo de prendas. Pero incluso en esta área existe la misma problemática: hay novias que eligen comprarse el vestido en el exterior para abaratar costos. Tiempo atrás, como no existían tales alternativas, los vestidos de Alta Costura se llegaron a cobrar entre dos mil y tres mil dólares y hasta incluso cinco mil. Las personas ahorran específicamente para tener el vestido de José Nicolau o de Oscar Álvarez, por ejemplo.

Alguien que quiera algo bueno siempre ha sido un público muy selecto. En el mundo quedan aproximadamente tres mil compradores de Alta Costura. La Alta Costura se está diluyendo, pero siempre quedan clientes para esta.



7.4. Pablo Suárez

Su madre era la dueña de la Casa Pérez, donde trabajó Edelma antes de asociarse con Vera. De chico viajaba mucho a New York y a Europa, donde pudo conocer las casas de muchos de los diseñadores más importantes del mundo. Era muy observador, por ejemplo si estaba en París y veía un traje de Jean Paul Gaultier que costaba

mil doscientos euros, como no se lo podía comprar, lo miraba detenidamente y cuando llegaba a su casa se lo hacía igual.

En esos viajes compraba los materiales y se hacía mucha ropa para él, hasta que empezó a hacer camisas originales para sus amigos, llegando a realizar camperas de plumas, a tal punto que su madre — quien le enseñó a hacerlas— lo quería matar porque su casa era un gallinero.

Arriba
El diseñador cerrando el desfile de verano 2012 Hotel Radisson



Bordadora trabajando en el taller de Pablo Suárez



Dibujo de Pablo Suárez, colección 2004.



En un momento llegó a hacer veinte por semana y las vendía todas. No tuvo referentes uruguayos, no los veía creativos, los veía como muy buenos copistas.

«Siempre me gustó el diseño. De todas maneras, estudié arquitectura. No me gustaba estudiar, me echaron de varios colegios por conducta, era el peor alumno, no me aguantaba cuatro horas en el colegio.»⁷⁷

En aquel momento su máximo referente era el modisto Claude Montana, quien lo cautivó por la excelencia de las colecciones, la elegancia de las modelos y la perfección de los desfiles. Siempre le encantó Thierry Mugler. Recuerda cuando fue a un desfile en París y salió erizado, sin poder explicar qué fue lo que sintió, en un teatro, con ascensores que bajaban modelos, una de ellas salía con un traje que dejaba la mitad del cuerpo desnudo; el maquillaje, el pelo, un espectáculo, una obra de teatro en una colección.

Comenzó en la década de los noventa con una boutique llamada Freaks que en ese momento era una propuesta avanzada a nivel moda, Uruguay no tenía esa línea en el mercado. Hoy en día tiene un taller propio con dieciocho personas trabajando en

77. SUÁREZ, Pablo: diseñador de Alta Costura. Entrevista realizada por Montevideo Magazine, 2010.
78. SUÁREZ, Pablo. Op. Cit.
79. Idem.

él, donde le es muy difícil delegar tareas, por lo tanto participa de todo el proceso de creación de la prenda. «Todo es un proceso que viví y creo que tienes que hacer lo otro para poder hacer lo que estoy haciendo hoy en día. Porque si empiezas en esto lo otro te va a quedar pendiente para algún momento.»⁷⁸

«La moda es cíclica pero va cambiando hacia atrás, no hacia adelante y creo que un buen diseñador tiene que mirar en algún momento su trabajo y decidir qué es lo que quiere hacer. A mí me pasó un día eso, no tenía más ganas de lo seriado, tenía ganas de algo más personal y único y me dediqué a la alta moda y le puse toda las ganas a esto. Mi línea me ha dado grandes satisfacciones, he estado en la Fashion Week de Sudamérica y en la de Europa y no me han faltado propuestas. Estoy en Uruguay por elección propia porque es un mercado que me encanta, me gusta la mujer uruguaya, la estética que maneja me parece muy cómoda.»⁷⁹

Para él la Alta Costura refiere a la técnica de realización a mano, considera que no importa la tipología del producto, le es indiferente si se trata de una bombacha o de un traje de noche con cola. Le parece que en Uruguay no hay Alta Costura

Izquierda
Vestido de novia, diseño Pablo Suárez 2012

Derecha
Victoria Zangaro desfila para Pablo Suárez





y que muchas personas se hacen llamar así por el solo hecho de hacer vestidos de noche. En su taller se cierran tres costuras del armado con máquina para dar firmeza, y el resto de las costuras se realizan a mano. Se le notan en la punta de los dedos los callos formados por el manejo de las agujas y alfileres al realizar el trabajo artesanal y único que emplea desde sus comienzos.

La vez que vino a Uruguay la Cámara de Alta Costura buscando diseñadores que cumplan con los requisitos, dieron vuelta los trajes, y el único que salió elegido fue él, según nos cuenta. Pero siente que la Alta Costura no es una industria para este país, aunque existió en un momento, hoy la gente no puede pagarla.

Es muy crítico respecto de las escuelas de diseño, nota que quienes dictan clases allí no conocen las técnicas, y está convencido de que si alguien no sabe coser, no sabe diseñar, y mucho menos puede dedicarse a enseñar. Le preocupa que enseñen tan buenas técnicas de dibujo y que permitan que tercericen la realización de los productos.

Luego en la corrección, cuando el profesor cuestiona algún detalle, ese alumno

Izquierda
Vestido diseñado por Pablo Suárez, producción revista
Galería 2011

Derecha
Desfile Pablo Suárez, colección 2008





no puede defenderlo y cuando se reciba no sabrá ni siquiera mandar a hacer. Otra cosa que entiendo aburrida y lejos de la realidad es la metodología que se esmeran en inculcar a los alumnos, donde es necesario buscar inspiración en algún tema escogido puntualmente. Siente imposible el levantarse todas las mañanas inspirado, tiene muchos amigos diseñadores famosos y ninguno trabaja de esa forma, no es la realidad de nadie. Su inspiración surge de impulsos, cuando empieza a experimentar en el trabajo de laboratorio, no es una constante.

No participa de la Montevideo Fashion Week ni de la Moweeek porque no cree que sean de buena calidad. Le encanta mirar todos los desfiles sentado en el sillón de su living frente a su gran televisor, se acuerda de todos los detalles y remarca que nunca vio una escuela de diseño en un Fashion Week, solo en nuestro país.

Izquierda 1
Katherine Miklaszewicz desfila para Pablo Suárez
verno 2012 Hotel Radisson.

Izquierda 2
Producción fotográfica revista Galería, diseño Pablo
Suárez 2011.

Derecha
Vestido diseñado por Pablo Suárez



Pablo Suárez fue el único diseñador del momento que logró captar la atención de personalidades realmente importantes, llegando a sentar a las cuatro primeras damas en primera fila, con los tres canales de televisión grabando, tres mil personas sentadas. Siente que nunca compitió con nadie, siempre miró para adelante, no está pendiente de lo que hacen los demás, y afirma que ellos estaban más pendientes de si él hacía un desfile o no.

Cree que las clientas acuden a él para hacerse un vestido en busca de tranquilidad. A la hora de tener un buen traje, quieren saber de alguien que lo va a hacer y lo va a dejar bien hecho.

Es una persona que realmente ama su trabajo, que no le gusta exponerse, mantiene un perfil bajo y cuanto más le insisten en que hable al público, menos le gusta.

Derecha

Pablo Suárez junto a sus modelos de cabecera: Claudia Galván y Andrea Sheppard en el cierre de su desfile, 2008.





Ramiro De León junto a su modelo predilecta Micaela González, en el cierre de la presentación de su colección 2010.

7.5. Ramiro de León

Abrió su primer negocio en los noventa, Apolonia, una marca de ropa muy alocada, como para salir a bailar. Existía una euforia social que se reflejaba en la manera en que los jóvenes salían a divertirse. Pasaban toda la semana planeando la fiesta del fin de semana, porque existían fiestas todos los fines de semana.

Aparecieron las primeras megadiscos a las que se podía asistir solos o con amigos. Anteriormente, existían discotecas para ir en pareja donde uno entraba en pareja y salía en pareja. Tanto acá como en Buenos Aires era el momento en donde recién aparecía Madonna. La música generaba una movida muy interesante. Ir a bailar era como estar en un desfile.



Producción fotográfica Ramiro De León, 2005.



Ramiro de León

Diseños que forman parte de la colección 2013 de Ramiro De León.





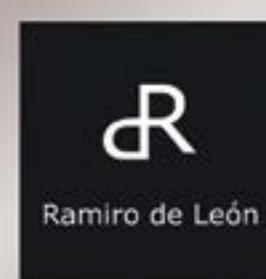
*Vestido plizado de
Ramiro De León.*

Polleras, pantalones oxford en blanco y negro, capelinas blancas, carteras a lunares, tapados blancos daban ganas de salir y de prepararse de la mejor manera posible para el próximo fin de semana. Era imposible repetir una remera, porque parecía desmerecida. Para entrar a las vips, había que ser realmente invitados especiales.

Realizó durante cuatro meses una movida a la que llamó Fashion TV, donde salían en dos limousines con modelos que él vestía, recorriendo distintas discotecas, y desplegando la alfombra roja. Adentro había un lugar generalmente alto donde las modelos se paseaban un rato para que la gente apreciara los vestidos.

Trabajaba con diez modelos, entre ellas: Eunice y Janice Castro, Patricia Wolf, Silvia Holly, Andrea Sheppard, Margaret Geymonat, Analía Arigón, Patricia Murialdo.

La Alta Costura lo atrapa en el año 1998, sucedía que mucha gente le empezó a demandar que le hiciera vestidos de fiesta, entonces lo que hizo fue separar las dos opciones, manteniendo el local que tenía en Pocitos, crea su atelier donde se dedicaba especialmente a las confecciones a medida. Creaba vestidos para las chicas y también para sus madres.



*Ramiro De León,
vestido realizado
íntegramente en cuero
que forma parte de la
colección 2009.*



Ramiro fue quien diseñó el vestido del primer casamiento de Claudia Fernández, que en ese momento era modelo.

Realizó una pasantía con el diseñador brasileño Rui Spohr, quien estudió en la Chambre de Haute Couture de París, en un atelier de tres pisos, donde quedó realmente impactado con la forma de trabajar, la exigencia y la excelencia.

«A mí antes de Galliano me gustaba mucho Versace y Miyake. Pero para mí Galliano es el mejor diseñador de la historia.»⁸⁰

Hoy en día trabaja en la UDE como docente, y mantiene su atelier frente a la Plaza de los Bomberos, dedicado al diseño de vestidos de fiesta, donde aplica todos sus conocimientos de moltería, innovando en los estampados, sublimados, bordados y detalles personalizados. Presenta sus colecciones en el evento Pasarela Punta del Este cada verano.

80. DE LEÓN, Ramiro: diseñador de Alta Costura. Entrevista realizada para esta investigación, 2014.

Izquierda
Desfile Ramiro De León en Pasarela Punta del Este.



*Diseño plizado y
sublimado de Ramiro
De León, Micaela
González.*

7.6. Irma Álvarez

Define su trabajo como algo muy creativo y atractivo para ella, afirma que el diseño es arte y que por lo tanto le permite expresarse y comunicarse. Se autodenomina diseñadora de alma y sostiene que es una tarea que desde siempre realiza con amor.

A los siete años ya cosía a máquina, había aprendido de su madre que, si bien no era modista, sabía coser. En el colegio al que fue de niña le enseñaron telar y a partir de ahí comenzó a interesarle la moda. Siempre ha trabajado para sí misma en diversas

ramas del arte y en la moda. Dio clases de manualidad en la escuela, trabajos en metal, papel, bordados, títeres, pintura en tela, etc. Comenzó a incursionar en el mundo de la moda haciendo tocados de novia, cuando tenía diecinueve años y luego decidió empezar a realizar vestidos.

El hecho de estudiar muchos años con artistas le ha ayudado a conocer diferentes técnicas, desde la teoría del color, hasta cómo teñir una tela. Puede entonces, definirse como artista plástica. Tiene gran ha-

bilidad para el dibujo, lo que le ha permitido plasmar sus ideas frente a una clienta.

Luego de un tiempo notó que lo que más le interesaba no era coser sino diseñar. De manera totalmente autodidacta se fue desarrollando hasta formar la empresa que hoy en día mantienen con su esposo, quien colabora en la logística. Crearon métodos propios de moltería y patronaje, y a su vez contrataron personas que se encargan de la parte de corte y confección.

Actualmente es la directora de su propio taller que apunta a un público femenino de clase social alta, con mucho poder adquisitivo, realizando ropa de fiesta, sea novia, quinceañera o madrina e incluyen accesorios como tocados y zapatos. Elige las telas junto a la clienta valorando calidad sobre todas las cosas, que en general adquiere en Sedería Chanel. De todos modos considera que «un diseñador puede trabajar con cualquier tipo de tela y lograr un vestido hermoso con la más económica que haya o hacer un desastre con la tela más cara.»⁸¹

«Irma tiene esa mezcla de pintora, de artista y de su pasión por la poesía, mezclada con el diseño. La encuentro como un genio muy romántico, con ese detalle de

81. ÁLVAREZ, Irma: creativa en moda. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.

Derecha
Irma Álvarez, 2012.

Ilustración del vestido de novia realizado por Irma Álvarez.





la florcita, la carterita, un estilo que no es el mío.»⁸²

No le agrada que le traigan revistas para copiar modelos, ni que le lleven una idea preparada porque considera que allí es donde se encuentra la diferencia entre modista, copista y diseñador. Sus diseños son personalizados, a medida, de gran calidad a nivel general y de terminaciones. Se caracteriza además por intervenir los textiles que utiliza: tiñe, pinta, borda o realiza apliques, de flores, por ejemplo, realizando varias pruebas a cada clienta, hasta que el resultado sea el buscado.

En este momento tiene mucho trabajo. Realiza entre ocho y diez vestidos por semana, todos por encargo. No acostumbra hacer colecciones por el costo que su realización implica.

A lo largo de sus veintiséis años de trayectoria ha recibido varios reconocimientos y premios que la han incentivado a continuar. Lo que más le ha funcionado hasta el momento es el boca a boca, pero también mantiene al día su página en Facebook y publica en revistas como *De Fiesta y Bodas*. Ha realizado desfiles en la ciudad de San José: en el Teatro Macció y en el Club San José. «Empecé muy de abajo, por eso

82. CABALLERO, Quique. Op. Cit.

Izq. Irma Álvarez, detalle de la flor característica de la diseñadora.

Der. Detalle de bordado con cordón de seda característico de Irma Álvarez.





Izquierda
Vestido de madrina,
con detalle de bordado
en cintura y escote.



Derecha
Detalle de corsé en
vestido de quince,
con bordado
en canutillos y
transparencia en
escote.



Izquierda
Vestido de novia con
espalda escotada
y falda con cola
realizada con textura
de volados.

Derecha
Detalle de filigrana
aplicado en la espalda
del vestido de novia.



Luis Millán acompañado de las modelos Claudia Galván, Eunice Castro y Katherine Miklaszewicz en backstage del desfile.

cada etapa que avanzaba era mi mejor momento, con cada logro que alcanzaba sentía que tocaba el cielo, y siempre venían más logros, pero ahora hay que mantenerse.»⁸³

7.7. Luis Millán

Se define a sí mismo como productor de moda. A los dieciocho años estudió Tecnimoda en la UTU y luego continuó haciendo varios cursos cortos. Considera que el diseño es una carrera que nunca se termina, donde siempre se está aprendiendo algo. Trabajó con José Nicolau y Nelson Mancebo. Luego se independizó, realizando su primer desfile en el Radisson en el año 2002. Comenzó en el garaje de su casa actual, después se fue ampliando cada vez más hasta que en 2005 absorbió gran parte de esa casa. En ese mismo año comenzó a producir desfiles para otras empresas.

Hasta hace un año y medio tenía su propio taller, pero hoy en día se encarga de entrevistar a la cliente, hacer las faldas y solicita a modistas particulares que le realicen los corsés. Confecciona una toile para cada persona con el color elegido, para poder visualizar la forma sobre el cuerpo y comenzar a trabajar la idea. Le

83. ÁLVAREZ, Irma. Op. Cit.



Producción fotográfica de Luis Millán en Museo Oceanográfico.



Vestido realizado por
Luis Millán.



gustan mucho los vestidos muy elaborados con importantes bordados y texturas llamativas.

Cada vez que viaja a Argentina o Brasil invierte en telas y cristalería, en un intento de conseguir diseños exclusivos. En nuestro país compra las gasas o las telas lisas en Chanel o Ralph.

Tiene un promedio de cuatro fiestas por mes, lo que implica a veces no solo tener que vestir a la novia o la quinceañera sino también a la madre, abuela, hermanas o madrinas, que en general se visten todas en un mismo lugar. Intenta tener solo una novia por día para poder acompañarla mientras la peinan y maquillan, asesorándola en lo que necesite. Eso les aporta gran tranquilidad a sus clientas y se sienten muy contenidas. En general no asiste a las fiestas a no ser que la clienta tenga un cambio de vestido en medio de esta.

Izquierda
Margaret Geymonat luciendo el detalle del bordado artesanal en la parte superior del vestido realizado por Luis Millán.

7.8. Sofía Carluccio

Creció en una familia donde la costura siempre estuvo presente, pues tanto su madre como sus abuelas siempre cosieron para toda la familia. Estudió primero en Peter Hammers y luego en el CDI (actual EUCD), de donde es egresada.

Empezó elaborando accesorios, luego trabajó aproximadamente diez años para

fábricas, armando colecciones y encargada de la parte de promociones. Antes de casarse trabajaba diez horas diarias en esas fábricas, luego se fue a vivir a Paraguay con su marido, por lo que tuvo que dejar aquel trabajo. Enseguida quedó embarazada y abrió un local de ropa en Paraguay, donde le fue muy bien, pero al regresar a Uruguay los costos eran muchos más elevados y no pudo continuar su emprendimiento.

Vestido de novia realizado por Sofía Carluccio.



Sofía Carluccio ha diseñado este vestido de novia con detalle de flecos en el escote.



En ese momento decidió volcarse a la Alta Costura, donde podía ofrecer un servicio mucho más integral sin tanta inversión y mejor remunerado, sumado a la posibilidad de criar a sus tres hijos pequeños. Desde ese momento es una diseñadora que además de diseñar el vestido le muestra una atmósfera a la clienta, lo que ella define como un plus.

Cuenta con un atelier en su casa y un taller en la casa de una de las modistas que trabajan para ella. Sofía se encarga de la entrevista con la clienta, la definición del modelo, la búsqueda de la tela y los detalles a mano (bordados, texturas, apliques). Sus vestidos requieren de varias pruebas hasta la última semana, para asegurarse de que está impecable. Tanto los textiles que utiliza como los hilos, las agujas y demás avíos son de buena calidad.

Acostumbra preguntarle a sus clientas por qué la eligieron, y casi siempre es porque la han recomendado. Lo que más destacan de sus diseños es la elegancia. Busca que sean únicos y que la novia se sienta divina.

Izquierda
Detalle de vestido de novia realizado por Sofía Carluccio.

Derecha
Sofía Carluccio, vestido de novia.

Vestido de novia.
Diseño Cuca
Arocena.



7.9. Cuca Arocena

Su nombre es Mariana Arocena, pero desde que nació le dicen Cuca. Está asociada con Socorro Silva desde hace veintidós años, ambas diseñadoras de Alta Costura para la marca Cuca Arocena. Si bien se reparten las tareas con respecto a las facilidades que tiene cada una, las dos pueden hacer todo.

Cuca estudió dibujo durante varios años, al aprender a dibujar le surgió la necesidad de aprender a coser para poder llevar a cabo las cosas que dibujaba. En 1996 realizó el curso de Corte y Confección en la UTU.

Su madre era ama de casa y llevaba a su casa una modista para que les hiciera la ropa, porque en ese momento comprar ropa hecha no era nada barato. «Compra-

84. AROCENA, Cuca: diseñadora. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.

85. Idem.

86. AROCENA, Cuca. Op. Cit.

bas los cortes de tela y te hacían la blusa y la pollera, y me parecía fascinante que de aquel recorte de tela salía lo que tú querías.»⁸⁴ Desde pequeña reformaba sus prendas de ropa, cortaba los pantalones, bordaba las remeras, transformaba todo lo que tenía porque le divertía. Nunca dudó de que lo que quería era coser. También desde siempre se sintió atraída por el tema de las novias: «a mí me encantaba ese romanticismo de las novias, de chica la miraba como si fuera una princesa y hoy veo que es un momento espectacular.»⁸⁵

Si bien no fue a ningún desfile de ellos, recuerda que cuando ella empezó los diseñadores que estaban instalados eran: Carlos Carreras, Walter Otegui, José Nicolau y Oscar Álvarez. Y destaca la influencia que tenían los desfiles de diseñadores nacionales e internacionales que televisaba Canal 12, encantada de ver aquello tan novedoso e innovador, teniendo en cuenta que no existía el acceso a internet.

Sus diseños unen lo clásico con lo moderno, lo sexy con lo romántico. «Me encanta unificarlas y mezclarlas, no soy ni moderna ni muy clásica. Me encanta que sea sexy pero que a la vez tenga aquella cosa del romanticismo que estás viendo.»⁸⁶ Maneja un público muy heterogéneo y si bien

Izquierda

Socorro Silva ajustando los últimos detalles del vestido de novia diseñado con Cuca Arocena.





tiene un precio fijo para sus vestidos, si ve que alguna clienta se enamora de uno de sus diseños pero no puede acceder a él por el precio, lo baja para que pueda tenerlo. «Hay gente que viene haciendo un sacrificio muy grande juntando desde hace mucho el dinero para el vestido de bodas, que vienen con una confianza tan grande y un agradecimiento tan sincero, que te admira que te confíe tanto.»⁸⁷

Tiene un taller en donde se confeccionan las prendas y un lugar en donde atienden a las clientas, realizan las entrevistas y las pruebas. Las modistas trabajan en su taller, solo en algunas ocasiones sale alguna parte de un vestido para ser bordado, por ejemplo. Compra las telas en casas nacionales como Maison C, Eurasia, Chanel, Ronditex y Ralph.

Divide su trabajo por temporadas; como en invierno hay poca bodas, dedica este tiempo a realizar las entrevistas, las ve como el momento decisivo en que las novias la eligen a ella o se van con otro diseñador. Y a partir de la primavera comienza la temporada donde hay más cantidad de bodas, que se extiende hasta entrado el otoño, donde se dedica más que nada a las pruebas de vestidos y a las terminaciones.

87. AROCENA, Cuca. Op. Cit.

Izq. Diseño del vestido: Cuca Arocena.

Der. Cuca Arocena y Socorro Silva detrás de la novia en producción fotográfica de revista Galería 2002





*Guillermina Gallinal
trabajando sobre
maniquí.*

No realiza desfiles; para promocionarse publica anuncios en revistas y en su página de Facebook. Ha logrado gran popularidad gracias al boca a boca. «No hace falta pagar propaganda porque el boca a boca es el mejor método, es el que te puede mantener o te puede enterrar así que más te vale que hagas las cosas bien en cada persona.»⁸⁸ Se encuentra en un muy buen momento de su carrera, feliz con su trabajo. Se agrupa según su estilo con las diseñadoras Levy Lens y Laura Sorhuet.

7.10. Guillermina Gallinal

Nació en Paysandú, pero siempre soñó con tener una boutique en Montevideo, es la octava de nueve hermanos y aprendió a coser desde muy pequeña ya que iba una persona a su casa a enseñarle tanto a ella como a sus hermanas. Le encantaba ir a los desfiles que se hacían en el Parque Hotel o en alguna embajada de los diseñadores de ese momento, como por ejemplo Walter Otegui, Oscar Álvarez, Carlos Carreras y Giordano Mazzulli.

Estudió secretariado; si bien le iba muy bien como secretaria no era lo que le gustaba realmente, cuando llegaba a su casa se quedaba hasta la madrugada hacién-

88. AROCENA, Cuca. Op. Cit.

*Derecha
Vestido diseñado por Guillermina Gallinal
en los noventa.*



Vestidos
diseñados por
Guillermina
Gallinal.



dose ropa. Finalmente se asoció con una amiga e invirtieron sus ahorros para lanzarse al mundo de la moda, pusieron un local que se llamaba La Chandelle.

En 1990 realizó su primer desfile, fue en una casa que estaba adaptada para realizar eventos, las modelos pasaban por distintos salones y un barman servía cócteles de colores a los invitados. El último fue hace tres o cuatro años, en la vereda de

su local. «Llamé a las clientas, cerré la vereda, tenía solo una entrada con alfombra roja, maniqués con vestidos, fue divino, decoré los locales de al lado con motivos navideños como el mío, una tardecita divina, una iluminación especial. Convoqué a una de las marcas que sirviera vino blanco y ofrecí frutas cortaditas con salsa de chocolate. Fue lo mejor que pude haber hecho.»⁸⁹

89. GALLINAL, Guillermina: diseñadora. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.

90. Idem.

Por lo general sus clientas la conocen por el boca a boca. Tiene una página, pero no la actualiza con frecuencia, según ella no es de la época de internet y es algo que tiene pendiente. Le ha servido mucho publicar en la revista Galería. Trabaja para todo tipo de público siempre y cuando estén dispuestos a pagar una confección a medida, sus precios varían según el modelo, por lo que ella prefiere tener una entrevista con el cliente antes de pasar precios. «Está bueno saber que hay trabajo para todos. Es imposible que una persona pueda abarcar a todos, por más que sea un país chico y que somos pocos, siempre encontrarás tu nicho.»⁹⁰

Luego de la entrevista, definen juntas el diseño, salen a comprar telas si es necesario y finalmente el vestido pasa al taller. Consigue las telas en sederías de Montevideo como Chanel, Maison C, Eurasia, Ronditex.

«En todo momento sos una psicóloga, estás trabajando con madrinas, novias, quinceañeras, gente que tiene una fiesta de por medio, saben que van a ser protagonistas de esa noche, que van a ser miradas, y vos estás apaciguando las aguas, tenés que tranquilizarlas, a veces ni les pregunto sobre los preparativos, y trato de sacarles

Derecha

Vestido de novia en tul bordado Guillermina Gallinal.



cualquier otro tema para descontracturarlas.»⁹¹

En el año 2002, producto de la crisis económica, era muy difícil subsistir. Estuvo a punto de cerrar pero, impulsada por su marido, decidió cambiarse de local y empezar a trabajar con su propio nombre de marca y le fue muy bien. Tiempo después comenzó a importar vestidos para abastecer al público que no tiene tiempo para una confección a medida, pero sigue dedicándose también a quienes sí están buscando eso.

«Esto es puro amor al arte.»⁹²

91. GALLINAL, Guillermina. Op. Cit.
92. Idem.

Derecha
Vestido diseñado por Guillermina Gallinal.





08

El nuevo milenio

8. El nuevo milenio

8.1. Tecnología aplicada a la Alta Costura

«Desde el siglo xix, la modernidad entró en su era industrial, comenzó a escribirse una nueva página de la historia cultural, ligada a técnicas que progresivamente han aportado nuevos medios de aprender, comunicarse y entretenerse.»⁹³ Durante mucho tiempo, las nuevas tecnologías llegaron mucho después a nuestro país que al resto del mundo. Centrándonos en el área de la Alta Costura, mientras en muchos países europeos ya realizaban los dobladillos invisibles a máquina, aquí se seguían realizando a mano y era impensado cambiar de forma, porque seguíamos utilizando las mismas herramientas de toda la vida.

En Europa siempre tuvieron más y mejores tecnologías al servicio de la Alta Costura, desde las fábricas textiles que realizaban las telas exclusivas para cada diseñador hasta las maquinarias para realizar las confecciones. En Uruguay, desde que cerraron las fábricas de tejidos hemos tenido que manejarnos con la calidad, variedad y cantidad de las importaciones que realizan las casas vendedoras de telas. Sucede una cuestión similar con los escasos avíos y accesorios de mercería con los que contamos. Todo aquel que haya intentado crear un pantalón del color que aparentemente está de moda, quizás consigue la tela, luego de muchas dificultades, pero se le complica aún más cuando se dispone a buscar el cierre del mismo color y debe

93. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p. 81.

recorrer más de una mercería para finalmente intentar aproximarse. Esto se debe al sistema de importaciones, de pequeñas cantidades de lo que supuestamente es lo más utilizado, así evitan quedarse con excedentes.

De todas maneras, los creadores ponen toda su buena voluntad y pueden lograr confeccionar un vestido de calidad con terminaciones perfectamente realizadas, afirmando que existe otra forma de hacer Alta Costura.

Las máquinas que se importan hoy en día pueden hacer el dobladillo para cualquier tela y no se aprecia un defecto ni del derecho, ni del revés. Hace veinte años no contábamos con esa herramienta, todo era hecho a mano porque no había otra opción, aún no existía en Uruguay la maquinaria específica que permitiera suplantar lo hecho a mano.

Los recursos que tenemos disponibles son para utilizarlos, las maquinarias se crearon para simplificar y facilitar el trabajo del ser humano. Hay cosas que siempre se deberán realizar a mano, pero hay otras que pueden perfectamente suplementarse con máquinas y el resultado es igual o en algunos casos mejor.

94. STRASSER, María Inés: docente y conductora. Entrevista realizada para esta investigación, 2014.

95. ÁLVAREZ, Oscar. Op. Cit.

96. Idem.

«Las modistas siempre defienden lo que saben. Yo creía lo mismo: que todo había que hacerlo a mano para que fuera mejor. Hoy creo que para poder hablar hay que conocer, no se puede hablar en abstracto. Los italianos hacen a máquina cosas maravillosas, tienen la última tecnología y la utilizan.»⁹⁴

«La Alta Costura es como una especie de sueño, si vamos a definirlo sería como un concepto universal, como una obra de arte realizada exclusivamente a mano, cosa que en esta época es bastante irregular que pase. Nunca es igual algo hecho a mano que algo hecho a máquina.»⁹⁵

Hay detalles que son propios de la Alta Costura, por ejemplo, a un vestido de novia no se le puede poner un cierre a la vista. Es importante saber realizar una mezcla entre las cosas que se pueden adaptar y cosas que no han cambiado: coser a máquina aquellas costuras que pueden suplantar correctamente lo que antes se hacía a mano y seguir haciendo artesanalmente aquello que no tiene tecnología alguna que lo suplante mejor. «Los vestidos de Alta Costura siempre fueron vestidos forrados, ahora solo se coloca forro si se trata de vestidos de novia. Yo sin embargo, los sigo poniendo.»⁹⁶

«Yo en general no soy de utilizar terminaciones a mano porque mi clienta no está dispuesta a pagar el tiempo que lleva hacerlo. Pego los sesgos con máquina recta, de uso familiar. Creo que hoy por hoy nadie hace un vestido íntegro a mano.»⁹⁷

«Ya no es la política lo que debe cambiar la vida, es la alta tecnología y su infinita demiurgia. La técnica, que antes estaba englobada en civilizaciones de las que formaba parte, se ha vuelto elemento estructurador que se infiltra en todas las dimensiones de la vida social, cultural e individual: ya nada escapa a la técnica a la que hay que adaptarse continuamente y que se impone como un estilo de vida, modo de pensar, conjunto de símbolos. La técnica trae consigo formas de ser, de pensar y de vivir para todo el mundo. Es cultura global, es síntesis.»⁹⁸

En este momento tenemos que actualizarlos y concebir a una Alta Costura que ya no necesita estar completamente confeccionada a mano. El tener la capacidad de identificar cuál es el límite entre lo que se puede y lo que no se puede realizar a máquina, es lo que nos aportará la diferencia. Por ejemplo: no existe, al menos en este país, una máquina que pueda generar un drapeado, excepto que la tela ya venga

drapeada de fábrica. Pero probablemente en algún momento aparezca una que sí sea capaz de hacerlo, y hay que abrirse a los avances de la tecnología para aplicarla a la técnica de la Alta Costura. Otro ejemplo bastante claro es que prácticamente todas las nuevas maquinarias de costura vienen con sistema computarizado, por ende, si se aplica este tipo de tecnología va a variar el precio de la prenda, dado que se disminuyen notoriamente las horas de trabajo.

«La irrupción de las nuevas familias de fibras, microfibras y supermicrofibras con elevada resistencia mecánica y térmica, las fibras convencionales con terminaciones antisépticas, antimanchas, anti-deslizantes, entre otros revolucionarios procesos, permitirán la superación de los anuales recambios de vestimenta según las temporadas de primavera-verano, otoño-invierno. Uno de los ejemplos más palpables de la desarticulación del sistema regulado de la moda.»⁹⁹

99. SAULQUIN, Susana. Op. Cit. p. 15.

97. RAMÍREZ, Javier: diseñador. Entrevista realizada para esta investigación, 2014.
98. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p. 47.

8.2. Uniformización de los consumidores

En las épocas precedentes, la cultura estaba guiada por las clases altas o de poder. En este nuevo milenio, guiado por la espontaneidad de las personas en general, caracterizado sobre todo por la disposición de una enorme cantidad de información a la orden de cualquiera que quisiera acceder a ella, la cultura es llevada adelante, modificada y formada en sí por todo el mundo, sin fronteras de países ni clases. Se trata de un mundo totalmente globalizado, no solo mundialmente, sino interpersonalmente.

Esto provoca que el sistema capitalista del consumismo se adapte a estos cambios y empiece a dirigir sus productos a todos los consumidores en general. De este modo, las clases altas dejan de ver como algo negativo el comprar productos a un bajo costo y las clases bajas se permiten consumir ciertos productos de lujo. La sociedad comienza a segregarse por sus gustos y preferencias y ya no tanto por el poder adquisitivo. «Las revistas, la publicidad y la oferta comercial se hacen eco de ellas y lanzan artículos a la vez dirigidos a todo el cuerpo social y segmentados en función del universo consumista al que pertenecen.»¹⁰⁰

100. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p. 63 y 64.

La oferta comercial es cada vez mayor y nos encontramos con una infinidad de productos de características similares, pero de muy variada procedencia y de costos muy distintos. Parece existir el producto perfecto para cada persona, que conjugando gustos, necesidades y poder adquisitivo es capaz de hallar eso que tanto desea. Esta desmesurada oferta hace que el consumidor se sienta inseguro, y pierda las certezas; ya no es capaz de decidir lo que necesita por sí solo. Esta realidad da paso a una enorme cantidad de nuevos oficios, como por ejemplo el personal trainer o el personal shopper.

«La incertidumbre es ya la norma para un hiperconsumidor desorientado que busca respuestas en las revistas y en internet [...] y si está muy angustiado y tiene poca seguridad, acaba por no poder comer, ni correr, ni hablar, ni vestirse sin un instructor que lo lleve de la mano para indicarle lo que hay que hacer.»¹⁰¹

101. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p. 67.

8.3. Cambio del rol de la mujer

El nuevo milenio también aparece con un cambio muy notorio en el rol de la mujer en la sociedad. Desde siempre, esta nacía sabiendo exactamente cuáles eran sus metas, cómo iba a lograrlas e incluso qué tareas iba a desempeñar a lo largo de toda su vida. Si bien esta realidad fue cambiando paulatinamente a lo largo del último siglo, es este el momento en que la mujer realmente se independiza definitivamente. La mujer del nuevo milenio es aquella que toma sus propias decisiones, trabaja y mantiene su hogar. El nuevo milenio, entonces, se caracterizó en este aspecto por un incremento de los divorcios y del número de madres solteras.

Las mujeres ya no tienen tiempo para pasar horas siendo medidas por su modista y realizando las pruebas correspondientes que requiere un vestido de Alta Costura ni tampoco el dinero suficiente para pagarlo.

8.4. La era posmoderna y el hiperconsumo

La característica general de este momento histórico es el crecimiento desmesurado de la oferta comercial, acompañado de una enorme cantidad de información y

una infinita variedad de productos a disposición de todos, desde cualquier parte del mundo. La imagen pasó a ser el medio de comunicación más utilizado y eficaz para transmitir lo que las palabras ya no pueden comunicar. Las marcas cobran tal protagonismo, que un producto sin ella prácticamente deja de concebirse como producto. Los consumidores son cada vez más exigentes y se encuentran en un estado de insatisfacción constante, cuanto más tienen, más quieren y en caso de tenerlo todo, se preguntan si realmente tienen lo mejor, o lo último, o si obtuvieron la mejor relación calidad precio en el producto adquirido.

Vivimos en un mundo en el cual nuestras relaciones se basan en el consumo. Adquirimos productos continuamente, en todo lugar, en todo momento, y cada vez nacen más maneras de hacerlo posible, siendo atendidos por personal capacitado o sirviéndonos nosotros mismos en máquinas expendedoras, por catálogo o por internet, bombardeados con propagandas y publicidades que nos incentivan a consumir. «Nuestros intercambios son hoy mayoritariamente relaciones comerciales y casi toda nuestra vida está colonizada por las marcas y el mercado.»¹⁰²

102. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p. 64

103. Idem. p. 23.

Así mismo, debemos reconocer que el hiperconsumo también tiene su lado positivo, bienestar material, mejoras en la salud, en la información y en la comunicación, y posibilita una mayor independencia de los individuos en su vida diaria.

8.5. Inconformismo y búsqueda de la felicidad a través de productos

«Pasada la era moderna del compromiso, hemos ahora en la época hipermoderna de la gran desorientación. Esta no se detiene ahí, hoy se ven afectadas todas las esferas de la vida social y personal. La familia, la identidad sexual, las relaciones entre los géneros, la educación de los hijos, la moda, la alimentación, las nuevas tecnologías: la incertidumbre es el sentimiento más común que existe hoy en el mundo.»¹⁰³

En un mundo en el que ya no tenemos seguridades, porque la incertidumbre lo invade todo, las personas deben encontrar algo que reemplace ese vacío. «Cuanto más frágiles o frustrantes se vuelven los vínculos sociales e individuales, más triunfa el consumismo como refugio, evasión, pequeña aventura que mitiga la soledad y las dudas sobre uno mismo.»¹⁰⁴

103. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p. 23.

104. Idem. p. 62.

Se trata de la necesidad de satisfacer frustraciones en otros ámbitos. Ya nada es para siempre. Hemos desdibujado el concepto de eternidad. Las personas cambian de trabajo reiteradas veces en su vida, cuando hace no mucho tiempo, el primer empleo duraba hasta el momento de la jubilación. Actualmente los matrimonios son cada vez más cortos, la tasa de divorcios es cada vez mayor, y a su vez, disminuye el número de parejas que deciden casarse. Si bien la sociedad ya ha asimilado estos cambios y poco a poco pasan a formar parte del identitario cultural, muchas veces estas situaciones constituyen las frustraciones personales más profundas. «El mundo hipermoderno está desorientado, inseguro, desestabilizado, no de manera ocasional, sino cotidianamente, de forma estructural y crónica. Y esto es nuevo.»¹⁰⁵

La solución más rápida parece ser proporcionarse satisfacción puntual porque no se tienen seguridades permanentes, se percibe el consumo como el consuelo por los fracasos en otros ámbitos.

«La sociedad del hiperconsumo es la sociedad del cada vez más, pero no hay cada vez más felicidad. Los individuos aspiran a ganar cada vez más dinero porque la oferta comercial no deja de ampliarse, pero

105. Idem p. 19.

una vez que se alcanza cierto nivel de ingresos, los ingresos complementarios no intensifican la sensación de felicidad.»¹⁰⁶

8.6. China, el taller del mundo.

En un mundo totalmente globalizado no es raro encontrarnos con que la mayoría de los países han centralizado su producción en el mismo lugar: «China se ha convertido en el taller del mundo».¹⁰⁷

La mano de obra barata, con la destreza manual y la gran flexibilidad que ofrece este país en cuanto a comercio internacional se refiere, genera que sea el elegido predilecto por todos para la producción de productos en masa.

Hace apenas veinticinco años, Uruguay no tenía relaciones diplomáticas con China, comercializamos solo con Taiwán. En ese marco, un grupo de empresarios y dirigentes políticos comenzó a mirar al gigante asiático como un socio a considerar.

A nivel de industria, los uruguayos mandan a producir en China y compran allí al igual que muchos otros países, pero con la gran diferencia de que compran el excedente de producción, lo que es descartado por los controles de calidad y le ganan un 100

%. Los europeos, que también mandan a producir en China, lo hacen con las normas que regulan la calidad que tiene que tener el producto para poder ser vendido en Europa. Seguramente cuesta más la producción y le ganan menos porcentaje, pero se aseguran una mejor calidad.

«En la cultura del derroche era natural que los criterios de competencia privilegiaran el precio a la calidad.»¹⁰⁸

8.7. Superproducción y contaminación

El afán del ser humano por sobrevivir y desarrollarse para lograr una vida cada vez más confortable descuidó los efectos que su intervención provocaría al entorno medioambiental.

Por medio de los adelantos tecnológicos e intelectuales el ser humano busca prolongar la vida y lograr que esta tenga mayor calidad. Contrariamente, con su accionar causa un efecto que atenta contra su propia existencia en la tierra: la contaminación. Durante mucho tiempo no se prestó atención a los efectos degradantes de la acción humana sobre el medio ambiente, pero en los últimos años comenzó a haber una preocupación explícita. El hecho de que algunos recursos naturales utilizados

para la producción empezaran a agotarse y que se observaran indicios de contaminación en el agua y en el aire provocó que se comenzara a tomar conciencia sobre lo que significaba tal explotación.

«La técnica junto con el liberalismo económico producen un productivismo desenfrenado, un derroche frenético y una comercialización ilimitada: así, a merced del mercado, la técnica ha puesto la tierra en peligro de muerte.»¹⁰⁹

Visualizando este fenómeno en la vestimenta, se observa que en el mundo actual debido al consumismo, usamos cada vez más ropa y nos deshacemos de ella de inmediato. Impera la moda rápida, el valor de la cantidad y el usar casi descartable de las prendas.

Tirar la ropa que compramos y volver a comprar parece lo más fácil gracias a los bajos costos y la facilidad de acceder a las prendas. Se trata de prendas que están realizadas justamente con esa predisposición, realizadas con materiales económicos, varias colecciones por año, precios de liquidación y ofertas alocadas, son objetos descartables. El problema surge cuando estas se descartan sin haber finalizado su vida útil, convirtiéndose en un

residuo de alto impacto ambiental. Inclusive los supermercados venden ropa y nada es confeccionado para que dure décadas, ni siquiera una temporada entera. Muchas prendas de uso diario son pensadas desde su creación, para durar un par de usos y luego deteriorarse por su mala calidad. Este factor parece no importar a los usuarios, ya que lo interesante de la moda en el nuevo milenio es la variedad, la diferenciación y sobre todo la cantidad.

«Montañas de plástico y de ropa de poliéster sintético en los basureros [...] donde se descomponen [...] han alterado el nivel de las aguas y provocado la aparición de nuevas variedades de malaria mortal.»¹¹⁰ Así como lo ilustra con sus palabras la autora, el uso desmedido y sin tener en cuenta el fin de la moda provoca daños irreparables. Dichos daños nos involucran a todos, a una sociedad que no se preocupa por las próximas generaciones, sino por lucir bien y diferente en este momento, reafirmando la pérdida del sentido de lo eterno.

Los consumidores se han adaptado a los hábitos de compra sugeridos por lo conocido como *pace fashion* o moda rápida ofrecida por tiendas de distribución, las cuales no cambian las temporadas solo

106. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p.68.
107. Idem. p. 36.

108. SAULQUIN, Susana. Op. Cit. p. 128.

109. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p.50.

110. BROWN, SASS; «Eco fashion: moda con conciencia ecológica y social» 2010:4.

dos veces al año, ni cuatro, sino que algunas cambian quince veces al año o incluso más.

Los alcances tecnológicos al servicio de los medios de producción han contribuido en gran medida con este fenómeno. Las marcas pueden ahora convertir un diseño en un producto en solo doce días. Esta ropa económica no dura ni siquiera un año en los armarios.

Si mencionamos la cadena de la moda tal como la considera Entwistle en *El cuerpo y la moda: una visión sociológica*, entendemos el valor fundamental que tienen cada uno de los agentes que participan y el compromiso responsable que deberían tomar, si se comprende que «la moda y la indumentaria encarnan al cuerpo en la cultura, producen discursos sobre él y sobre cómo adornarlo.»¹¹¹

La cadena de la moda se constituye entonces por: los fabricantes, donde no podemos dejar de mencionar a las costureras, quienes fundamentalmente crean la moda con su trabajo y en muchos casos la explotación de estas; los intermediarios culturales, como los periodistas, bloggers, revistas y demás medios de comunicación, que fomentan notoriamente el

fenómeno de la moda rápida dado que constantemente nos presentan nuevos modelos de distintas marcas que son usados por personajes famosos y estimulan el consumo de los individuos; y por último el esencial rol de los consumidores, que no pueden pasar inadvertidos dentro de la cadena, ya que «las modas solo se vuelven populares cuando son consumidas y llevadas, es decir, mediante la expresión e interpretación activa de la moda en la ropa cotidiana fabricada en el plano del cuerpo individual.»¹¹²

«Anualmente se compran dos millones de toneladas de ropa, alrededor de tres cuartas partes acaba en los vertederos, también anualmente. Nos enfrentamos a un enorme problema de residuos si la gente usa la ropa solo un par de veces antes de desecharla.»¹¹³

Este comportamiento de compra, este consumo continuado de ropa, seguido por el desecho de la misma, se ha convertido en un fenómeno internacional, que puede verse como un síntoma de un problema mayor relacionado con la felicidad, la identidad y el modo de comunicarnos.

La moda comunica mensajes que la sociedad recibe y tiende a seguir. Por lo tanto,

una moda sustentable generaría seguidores y podríamos pensar que es una buena forma de comenzar un cambio en la mentalidad colectiva. Hay que cambiar esa conciencia de consumo y desecho inmediato. Deberíamos conocer la repercusión de comprar una prenda a un precio ínfimo, cuya fabricación gasta una infinidad de recursos, tanto naturales como humanos y estos últimos muchas veces en condiciones extremas.

8.8. Fetichismo de la moda

Marx en *El Capital* habla del fetichismo de la mercancía. Se refiere a que las mercancías en el capitalismo aparecen como si tuviesen vida propia y olvidamos que son resultado del trabajo humano, es lo que hace que el valor de eso que compramos sea determinado de manera independiente de sus productos individuales, es decir que los precios que pagamos poco tienen que ver con lo que realmente cuesta producir esta mercancía.

No solo depende de lo que conocemos como la oferta y la demanda sino que en el mundo de la moda hay un valor intangible que no se puede medir en términos económicos: el diseño. Este valor intangible es lo que permite que un bolso de una

gran marca cueste miles de dólares. «El fetiche tiene un lado positivo. Es una especie de concentración u obsesión inexplicable con algo; creo que eso significa compromiso y disciplina.»¹¹⁴

Además, el objeto se presenta como algo ajeno en un sentido más básico: en estos sistemas productivos, el productor se subordina al producto, ya que es un mero medio para producir el objeto, en dicha situación lo importante no es el bien del productor (su salud, el perfeccionamiento de sus facultades físicas o psíquicas) sino la mercancía producida.

«Marx distingue en toda mercancía su valor de uso de su valor de cambio. El valor de uso es el valor que un objeto tiene para satisfacer una necesidad. El valor de cambio es el valor que un objeto tiene en el mercado, y se expresa en términos cuantitativos, medidos por el dinero.»¹¹⁵

Para mantener el atractivo, las firmas de moda se han de distanciar de algunas prácticas laborales muy opresivas y oscuras. Esto se ha conseguido con un éxito relativo: en los últimos años, algunas multinacionales han sido denunciadas por su explotación de mujeres y niños en el extranjero. Las condiciones de producción

111. ENTWISTLE, Johanne. «El cuerpo y la moda: una visión sociológica» 2002. p. 271.

112. ENTWISTLE, Johanne. Op. Cit. 268.

113. LEE, Matilda: editora del blogg «The ecologist». <http://www.theecologist.org/>

114. JACOBS, Marc: diseñador de la marca Louis Vuitton. http://www.net-a-porter.com/marc_jacobs/

115. MARX, Karl. «El Capital. Crítica de la economía política.» México: Siglo XXI editores, 2000.

en el sector de la confección dependen de una amplia gama de factores sociales, políticos, económicos y culturales. Además, cuando hablamos de la producción textil, es importante destacar que no hay solo una, sino una serie de industrias que fabrican ropa, cada una de ellas organizada de modo distinto según el contexto y si dicha industria está orientada al mercado de masas o no.

8.9. El plusvalor en la moda: las marcas

La prenda por sí misma no tiene prácticamente valor. Lo que le aporta valor es el significado de la esta, la implicancia que tiene socialmente. «Estamos en una época en que crear productos no basta ya: hay que crear una identidad o cultura de marca, a través del marketing, la superinversión publicitaria y la hipertrofia comunicativa.»¹¹⁶ La Alta Costura tampoco escapa a este fenómeno. Podría pensarse que en un vestido de Alta Costura el precio sería acorde al hecho de que sea realizado artesanalmente, e implique una elevada cantidad de horas de trabajo. En parte es así, pero no se trata solo de eso. Lo que verdaderamente define el valor de un vestido de Alta Costura, es la marca del mismo. «Lo que parecía que debía escapar a la lógica mercantil y que para muchos

constituía un último refugio —el mundo puro, desinteresado, incluso trascendente, de la Belleza— se encarrila cada vez más por las leyes generales del mundo comercial, mediático y consumista.»¹¹⁷

La marca es el elemento primordial, lleva consigo un concepto; es lo que realmente vende el producto. En un mundo plagado de productos similares entre sí, la diferenciación se da a través del status social de la marca. Cada una se posiciona en el mercado apuntando a un determinado público que elige la marca por lo que ella transmite, por el lugar en el que lo coloca, por el prestigio o por el sentido de pertenencia a un grupo y no tanto por las cualidades tangibles del producto.

116. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p.104.

117. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. p.102.

Derecha

Vista interior de vestido drapeado, antes de colocar el forro, donde se aprecian las puntadas, las ballenas, y los sistemas de ajustes. Oscar Álvarez 2015.





09

Formación académica
en moda en nuestro
país

9. Formación académica en moda en nuestro país.

9.1. Estudiar diseño de moda está de moda

Realizamos un relevamiento de los centros de estudio que se dedican a esta área y pudimos constatar que, si bien el nivel en cuanto a la formación en diseño es bastante bueno, en casi ninguno de ellos se le dedica un lugar privilegiado a la Alta Costura, sino que todo lo contrario.

A pesar de que las escuelas de diseño instaladas aquí año a año aumentan la cantidad de inscriptos, cada vez son más pequeñas las generaciones que se interesan por aprender y llevar a cabo las técnicas de costura a mano y terminaciones minuciosas que implica el crear un producto

de esta categoría, que resulte de buena calidad.

La formación académica está enfocada más que nada a la parte comercial, que valora más el saber mandar a hacer que el saber hacer. De hecho es bastante común que los alumnos de diseño deleguen sus entregas casi completas a manos de modistas. Lejos de ser un tabú, los profesores están al tanto y es una práctica que con el tiempo se ha legalizado.

Cada vez más personas interesadas en la moda y el diseño saben mandar a hacer prendas, pero cada vez son menos las que saben realizarlas. Si esta situación sigue evolucionando en esta dirección, llegará

el momento en que todos sabrán mandar a hacer pero no tendrán quién lo realice.

Son muy pocos los diseñadores de Alta Costura que se dedican a la docencia, por falta de tiempo, paciencia y ganas de compartir sus conocimientos con temor de revelar sus secretos.

9.2. UTU, Universidad del Trabajo del Uruguay

Desde hace más de treinta años se dictan en nuestro país cursos de corte y confección. En sus comienzos contenían una importante carga horaria del área de diseño, pero desde los años ochenta se ha empezado a darle más valor a la técnica. En los primeros años se podía apreciar el interés de las alumnas por aprender técnicas de costura a mano, relativas a terminaciones de Alta Costura, pero a medida que avanza la tecnología ese interés se va perdiendo y hoy en día solo queda un área llamada Lencería Soirée, donde las alumnas aprenden diversas técnicas de terminaciones delicadas, y se les enseña a confeccionar un vestido de boda.

9.3. EUCD, ex CDI

Desde el año 1998 contamos con el Centro de Diseño Industrial, institución pública inaugurada por una firma italiana, ubicada en sus comienzos en la calle Miguelete 1825, perteneciente al Ministerio de Educación y Cultura. En el año 2010 pasó a formar parte de la Universidad de la República y en 2013 ha instalado su nueva sede en la calle Jackson, donde día a día estudiantes y funcionarios trabajan para mantener el prestigio que ha obtenido a lo largo de estos años, tanto a nivel nacional como internacional.

La formación académica consta de una exigente programación, donde el estudiante debe dedicar muchas horas dentro y fuera de la actual Escuela Universitaria Centro de Diseño, con dos opciones de especialización: Diseño Industrial y Diseño Textil y Moda.

La opción textil es muy completa, pasando por técnicas de moda, estampado, tejido plano, tejido de punto, diseño gráfico, entre otras. Además de una cantidad de asignaturas teóricas, como por ejemplo: sociología, marketing, administración, historia del arte y de la moda, tecnología, ergonomía, etc.

Los estudiantes de esta opción textil realizan, al terminar sus cursos, un desfile de graduación, la culminación de un proceso de trabajo que obliga a desarrollar colecciones completas así como toda la logística del evento. Estos se han convertido en un referente de la moda a nivel local y año a año actúan como vidriera de los valores emergentes en el área. De todas maneras, la carrera no cuenta, hasta el momento, con una especialización en Alta Costura.

9.4. Instituto Strasser

El Instituto Strasser, fundado en la década de 1960 por Amneris Larroba, hoy es dirigido por su hija María Inés Strasser, docente y actual coconductora del programa televisivo Tres a la moda, del canal VTV. Cabe mencionar que es el único programa que se dedica exclusivamente a difundir el diseño en general en nuestro país.

La forma de trabajo propuesta por el Instituto adopta modalidades de escuelas internacionales prestigiosas, trabajan con tecnología avanzada y prestan importancia a las técnicas de Alta Costura con las innovaciones que la industria permite. Tienen convenio con los importadores de Brother, una marca de máquinas de coser que se encuentra en constante inno-

vación, actualizando las máquinas con la tecnología más avanzada posible.

Un aspecto interesante del instituto es la posibilidad de personalizar los cursos según las necesidades individuales del estudiante, quien puede optar por una inmensa gama de talleres atendidos por profesionales, y coordinar los horarios según su conveniencia.

Se ubica en la calle Brandzen en Montevideo y tiene sucursal en Solymar dirigida por Anahí Strasser, hermana de María Inés.

9.5. Universidad ORT

La Facultad de Comunicación y Diseño de la ORT dicta carreras especializadas en las principales áreas de la comunicación social y el diseño, por ejemplo diseño industrial y de modas. La carrera de Diseño de Modas propone una licenciatura con un enfoque que genera un potente acercamiento a la industria y al mercado.

No existe ningún curso que se relacione directamente con la Alta Costura, sino que todos apuntan hacia un aspecto más comercial.

9.6. Instituto Uruguayo de la Alta Costura

Ubicado en la calle San José en la ciudad de Montevideo, fue dirigido durante más de treinta años por sus dos fundadoras, Encarnación Montes y Julieta de los Santos. Su enseñanza involucró muchas disciplinas relativas a la vestimenta: modelaje industrial, Alta Costura, corte y confección, lencería, mallas y diseño de modas. Estudiando todo el proceso de las prendas —moldes, corte, armado y terminaciones— en cursos teóricos y prácticos que buscan desarrollar de manera gradual y ordenada los mecanismos mentales y manuales para la realización de las mismas. Lamentablemente, nos enteramos este año de que ha cerrado sus puertas, aquel sitio que manejaba un método de enseñanza clásico donde consideraban que una prenda de Alta Costura es aquella realizada casi totalmente a mano, y que si bien trabajaban con la tecnología de las máquinas Brother, tenían un apego muy fuerte por la metodología antigua.

9.7. Escuela de Diseño y Comunicación Pablo Giménez.

Consta de dos carreras técnicas que se dictan en el edificio de la calle Canelones.

Una carrera es Diseño e Indumentaria, donde se desarrollan proyectos grupales e individuales, basados en la construcción de vestimentas complejas con un elevado nivel técnico. La otra carrera es Producción y Comunicación de Moda, que vincula asignaturas como el periodismo, la gestión de eventos y la comunicación de marcas en relación directa y específica a la moda como disciplina técnica, comercial y creativa. Esta escuela hace mucho hincapié en el desarrollo creativo y responsable de una gran variedad de metodologías y procesos.

9.8. Peter Hamers Design School.

Su director es holandés y llegó a nuestro país en el año 1990. Trabajó como asistente y diseñador en Doménico Dolce, de Dolce & Gabanna. Ya en Uruguay, decide fundar una escuela de diseño de moda que inicia en Montevideo y que luego abre sus puertas en la ciudad de Paysandú.

La propuesta de enseñanza busca desarrollar y darles a sus alumnos un cúmulo de conocimientos para su mayor integración en el mundo de la moda, donde conocen obras y técnicas de autores universales. Es una escuela que tiene una conocida y respetable trayectoria en nuestro país, con

un amplio currículum en eventos y presentaciones.

9.9. UDE, Universidad de la Empresa

Propone una formación basada en la creatividad con amplios conocimientos socioculturales, artísticos, tecnológicos, así como un espíritu y capacidad de investigación.

Su preparación apunta, además, a permitirle al estudiante crear su propia empresa, ya sea con el fin de dedicarse a la producción de sus colecciones o a brindar asesoramiento a empresas textiles y de la vestimenta.

La carrera tiene una duración de cuatro años y el título que se obtiene es el de Licenciado en Diseño de Indumentaria, donde se pretende que el egresado adquiera una formación basada en la creatividad con amplios conocimientos socioantropológicos, culturales, artísticos, tecnológicos y un espíritu y capacidad de investigación. Así mismo no incluyen en su currícula una especialización en Alta Costura.



1. Instituto Strasser: Brandzen 1961, of 207.

2. EUCD: Jackson 1325.

3. UDE: Soriano 959.

4. Pablo Glménez: Canelones 2047.

5. Peter Hamers: Baltasar Vargas 1129.

6. ORT: Cuareim 1451.

7. Instituto Uruguayo de la Alta Costura: San José 982.

8. UTU: San Salvador 1674.



10

Siglo XXI en Uruguay

10. Siglo XXI en Uruguay

10.1. Gritos de cambio

La economía a fines del siglo anterior venía empeorando cada vez más. Muchos bancos cerraron de un día para el otro imposibilitando a muchas personas acceder a sus ahorros, perdiéndolos por completo. Se estaba presenciando la crisis del año 2002. El dólar americano aumentó su valor de manera disparatada en cuestión de horas, debido a la devaluación del peso nacional.

La mayoría de las pequeñas empresas dirigidas por familias tuvieron que cerrar, algunas para siempre. La gente desesperada, por la pérdida de trabajos, comienza

a pensar en alternativas inmediatas: unos deciden exiliarse, otros no tienen esa posibilidad y quedan literalmente en la calle.

Fueron momentos difíciles en todos los sectores de la sociedad uruguaya. A esta situación no quedó ajeno el fenómeno que venimos estudiando, ya que las personas tuvieron que recortar los gastos que a priori consideraron innecesarios, donde aparece como uno de los primeros la vestimenta de fiesta.

Comienza a tomar cada vez más fuerzas el partido de izquierda Frente Amplio, este se presentaba en las campañas con el slogan del cambio. Aquello en lo que los uruguayos estaban necesitando crear:

cambiar para pensar en la sociedad como un todo.

Existe mundialmente y se refleja en el país la necesidad de tomar conciencia y la valorización de los recursos naturales y nacionales.

Saliendo finalmente de la crisis, ocurre entonces un cambio de pensamiento en la sociedad. Nuevo gobierno con nuevas ideas y muchos proyectos por llevar a cabo. Estos involucran un cambio de mirada ya que conciben a la sociedad como un todo; intentan nivelar las clases sociales, en un afán inmediato de desaparecer la pobreza al mismo tiempo de emparejar las clases más altas.

«Muchos de mis clientes se vieron afectados por la crisis, todo el país se vio perjudicado, en mi negocio bajaron considerablemente las ventas.»¹¹⁸

«En aquel momento, fui realista y dije: bueno, Martha, adiós taller grande. Puse un taller más chico, me arremangué y me senté en la máquina sin que se me cayeran los anillos. Todos quedamos en la lona en el año 2000, Oscar, Susana, yo, todos.»¹¹⁹

10.2. Surgen nuevos diseñadores

Como ya hemos enumerado en el capítulo anterior, surgieron en el país varias instituciones dedicadas a la formación de diseño de moda. Si bien no todas, o mejor dicho, casi ninguna se dedicó de lleno a la Alta Costura, empezaron a egresar diseñadores, y alguno de ellos optó por seguir este camino.

El estudiar diseño se fue volviendo, cada vez más, una carrera de moda. Este fenómeno ocurre aún en la actualidad, donde cientos de alumnos recién egresados de secundaria invaden estos institutos educativos en busca de hacer realidad su sueño. Ciertamente es que, muy al contrario de lo que el común de la gente piensa, cursar una carrera de diseño es una tarea ardua, sobre todo las licenciaturas. Se trata de carreras con gran exigencia académica, tanto en la parte teórica como en la creativa, donde se necesita mucha constancia, puntualidad y perseverancia, entre otras cualidades que los alumnos van desarrollando a lo largo de ella. A pesar de que cada vez son más los estudiantes que eligen esta especialización, no todos logran el objetivo de graduarse.

118. CABALLERO, Quique. Op. Cit.

119. SAN MARTÍN, Martha. Op. Cit.



*Laura Sorhuet
acompañada de dos
modelos que lucen sus
creaciones.*

10.3. Laura Sorhuet

Desde muy pequeña aprendió a coser observando cómo su madre les confeccionaba ropa a todas sus hermanas, y recuerda vestir a sus propios muñecos con el uniforme del colegio en miniatura. Al finalizar el preparatorio estudió cuatro años de Corte y Confección en la UTU, con particular interés por las técnicas de Alta Costura.

En 1984 finalizó sus estudios y se asoció con su amiga María Etcheverregaray, con quien realizó un desfile de ropa casual, que incluía vestidos de fiesta y dos de novia. Su socia se muda al interior en 1988, y a partir de este momento comienza Laura Sorhuet con su propio nombre, a confeccionar vestimenta de fiesta y cada vez más vestidos de novia, llegando a ser actualmente la persona que realiza más vestidos de novia por año y su clientela, formada por mujeres de clase social media-alta, la acompaña desde hace mucho tiempo.

Ha participado en varios desfiles, pero prepararlos le resulta muy estresante. A pesar de que nunca le quedó un vestido sin vender, le parece que no es redituable realizar una colección de al menos doce vestidos de novia para presentar en un desfile, ya que entiende que las urugua-

yas no acostumbran comprar el vestido hecho. Entonces presentaba los modelos que había realizado para distintas clientas durante el año, resultando una falta de coherencia en las pasadas porque no había un tema común de inspiración, y el público lo notaba. Al tiempo comenzaron a llamarla de revistas como Bodas, Galería o Paula para hacer divertidas producciones donde podía mostrar sin limitaciones lo que realmente tenía ganas de realizar.

Su referente internacional siempre ha sido el diseñador Pacco Rabanne. Incluso le realizó un homenaje en una producción de la revista Galería, con una malla metálica que consiguió en New York, y luego pudo vender los vestidos a chicas que se estaban por casar. Se puede apreciar aquí una mezcla con aquello que siempre quedó en el tintero de Laura Sorhuet: diseño de vestuario. Afirma que el vestido de novia, lejos de ser un traje disfraz, siempre tiene algo de vestuario.

Le interesa que las chicas la elijan por haber visto un vestido suyo en un casamiento, puesto sobre un cuerpo real y funcionando. Es por esta razón que, al igual que Vera, no coloca grifa a sus prendas ni promociona su trabajo en internet.

*Derecha
Laura Sorhuet homenaje a su diseñador referente
Pacco Rabanne, con este vestido de novia que forma
parte de una colección que incluye el metal como
elemento vinculator.*





Muchas veces sus clientas acuden a ella con una imagen de un vestido que buscaron en la web y, gracias a su cualidad de modista, también le resulta atractiva la idea de tener que hacer algo inventado por otra persona, con cortes y complicaciones diferentes.

Logra que la chica se vea única con el vestido. Encuentra la forma que más le favorezca, gracias a que es modista y puede trabajar los moldes, aplicando algunos trucos que ha aprendido para eliminar ciertos defectos y destacar virtudes. Con el correr del tiempo ha implementado su propia técnica donde se siente más segura y conforme: coloca la tela encima de la persona y realiza las pinzas sobre el propio cuerpo.

Considera muy acertada la metodología para buscar inspiración que enseñan en las escuelas de diseño, entendiendo que aporta muchas armas para no quedar nunca sin ideas. De todas maneras, aprecia una problemática en todas las carreras en cuanto a la poca importancia que le otorgan a las técnicas de confección, desde la construcción de los moldes a la realización de la prenda y las terminaciones.

Derecha
Detalle de espalda, vestido de novia diseñado por Laura Sorhuet.

«Es como que un pintor no tuviera la técnica. Vos cuando vas a diseñar, si tenés las armas en la mano, se te amplía mucho más el espectro.»¹²⁰

A la hora de comprar telas, acompaña a sus clientas y le gusta revisar todos los lugares, porque sabe que siempre puede haber algo interesante, y le divierte encontrar lo que nadie ve. Incluso le atraen las telas simples porque sabe que puede jugar con las texturas y crear algo diferente.

Se dedica casi en su totalidad a la confección de vestidos de novia, por tres motivos: el primero es que le atrae el sentido romántico de hacer vestidos únicos, para un solo día, en ese momento tan especial que significa el matrimonio. El segundo motivo es que siente mucho menos competencia que al confeccionar vestimenta casual, algo que no le reditúa y le provoca mucho trabajo. Por último, le resulta muy atractivo el desafío de diseñar con tan pocos colores y lograr un buen resultado. De todas maneras, realiza algunos vestidos de madrina en la temporada baja de casamientos, donde regula la cantidad de producción para poder cubrir los gastos del taller y los sueldos de las personas que trabajan en él todo el año.

120. SORHUET, Laura: diseñadora. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.



Derecha
Vestido de novia diseñado por Laura Sorhuet.



Trabaja con un taller en su propia casa, lo que le permitió criar a sus hijos de una manera especial. Esto también la ayuda a tener un buen seguimiento de cada prenda y a poder resolver las dudas y errores que surjan sobre el momento, sin necesidad de llegar a un desastre. El 90 % son telas de la clienta y la mayoría traídas de afuera, por este motivo tiene que tener especial cuidado en el momento de cortar.

«Es muy gracioso esto que sucede: el hombre cuando hace algo siempre es más glamoroso que la mujer; si es cocinero es cheff, la mujer en cambio es cocinera. Si hace ropa, es diseñador y la mujer, modista. Por eso estoy orgullosa de ser modista y tener este callo en el tercer dedo, de pincharme con la aguja, es un arma que nadie tiene, una herramienta que me ha dado todo.»¹²¹

«Para mí, Alta Costura es ese vestido único cortado sobre el cuerpo, como tallado, en el que las terminaciones importan mucho. Por dentro y por fuera tiene que estar impecable. Aunque ahora en ninguna parte del mundo existe el todo a mano, se deben realizar de este modo todo lo que son roulettes.»¹²²

121. SORHUET, Laura. Op. Cit.

122. Idem.

Derecha
Diseño de vestido de novia de Laura Sorhuet inspirado en los años veinte.



Vestido de novia diseñado para producción fotográfica de Revista Paula por Laura Sorhuet.



Izquierda
Vestido de novia
diseñado por Laura
Sorhuet.

Derecha
Vestido de novia
realizado por
Laura Sorhuet para
producción fotográfica
de Revista Galería.





Vestido de Pronovias
Fashion group,
importado por Martha
Moizo para su local
Rosa Bella cuadrada.

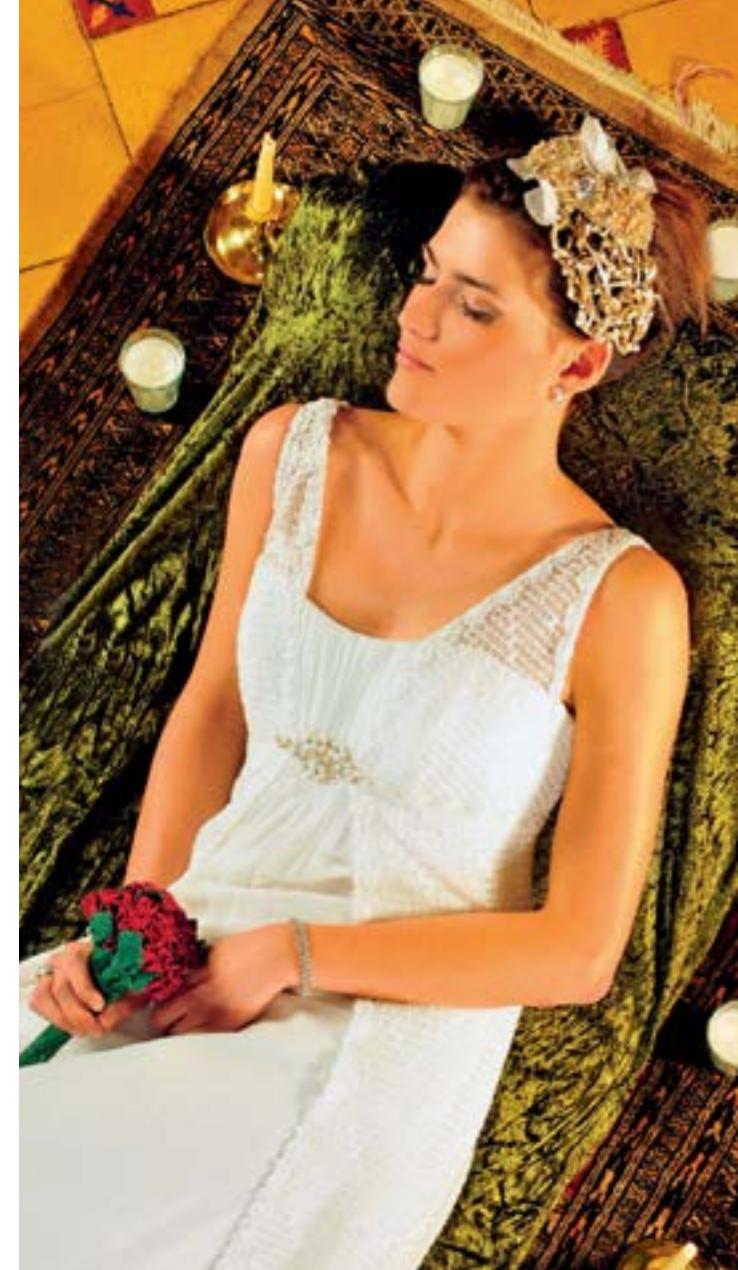
10.4. Viarosa

Marta Moizo comenzó a sentir una gran simpatía por la moda cuando cumplió quince años y se realizó su propio vestido. Se interesó por estudiar corte y confección luego de atravesar una enfermedad de obstáculos. En los comienzos del siglo xxi consigue instalarse, como siempre imaginó, con el nombre de Viarosa, en el local de Boulevard Artigas reconocido por su gran vidriera de dos plantas decorada con vestidos blancos.

«Cada vestido lleva su propia textura, su estilo de tela dependiendo del modelo. La inspiración surge a partir de cada novia. Cada una tiene en su interior algo que quiere y juntas, a través del espejo, vamos logrando la forma del diseño de ese vestido tan soñado.»¹²³

La manera de destacarse dentro de la gran oferta de modistas que realizan vestidos para fiestas de quinceañeras y de bodas, frente a un público tan específico como exigente, está pensada en el servicio integral que ofrece a las clientas. Allí se realiza una primera entrevista muy confortable y personalizada donde se presentan en el cuerpo varias ideas para encontrar la forma del vestido deseado, pasando por

123. MOIZO, Martha: diseñadora y directora de Viarosa. Video Diego Piuma, 2014.



Viarosa, producción
revista galería 2011



varias pruebas hasta lograr que la chica se sienta una reina el día del evento. «El vestido es una cuestión de piel, es difícil imaginarlo. Poder verlos, tenerlos en las manos y probarlos hace que la elección sea más segura.»¹²⁴ Cuentan con la posibilidad de vestirse, maquillarse, peinarse y fotografiarse en el local, ya que tienen un fondo delicado con un jardín adecuado para ello.

Desde siempre Marta cuenta con el apoyo de toda su familia.

«Considero que hoy en día lo más cercano a la Alta Costura es el traje de novia.»¹²⁵

Además de las confecciones a medida diseñadas por Moizo, y realizadas en conjunto con un equipo de costureras y bordadoras, trabajan con una línea de vestidos de novia importados desde Barcelona: Pronovias Fashion Group. A su vez, cuentan con una pequeña colección de vestidos ya confeccionados por la diseñadora, que luego serán ajustados al cuerpo y realizadas las terminaciones correspondientes.

Si bien la mayor parte de la confección básica de los vestidos se realiza a máquina, todas las terminaciones y los detalles de

124. MOIZO, Martha. Op. Cit.

125. Idem.

Izquierda
Vestido de Pronovias Fashion Group, importado por Viarosa, producción revista galería 2011.



Arriba
Vestido de novia listo para entregar, Viarosa.

Abajo
Detalle del bordado en vestido de novia diseñado por Marta Moizo.





bordado, apliques, drapeados y botones se realizan a mano.

«Me gusta lograr que el vestido quede muy lindo, pero también que quede cómodo. Cuando la novia tiene esa sonrisa y la quinceañera baila con su vestido es cuando te das cuenta de que el trabajo quedó impresionante.»¹²⁶

Para promocionarse mantienen la llamativa vidriera siempre actualizada, y publican constantemente fotografías de sus diseños en varias revistas nacionales. De esta manera consiguen llegar directamente al público objetivo que se encuentre ubicado en cualquier rincón del país.

126. MOIZO, Martha. Op. Cit.

Izquierda
Producción fotográfica Revista Galería, diseño de Viarosa.



Producción
fotográfica de
Viarosa para
revista Galería
2011



10.5. Levy Lens

Paula Levy desde pequeña realizaba dibujos e inventaba vestidos para todos sus conocidos: «este te lo haría para vos, este otro para vos...». Lourdes Lens, por su parte, estuvo desde siempre vinculada al mundo de la moda ya que su mamá cosía. Se conocieron a los dieciocho años cuando eran estudiantes de Alta Costura en el Instituto Strasser y luego juntas estudiaron diseño en Peter Hammers. En un inicio, se habían agrupado cuatro amigas, pero resultó que eran demasiadas. Luego de un tiempo solo quedaron Paula y Lourdes, pues entre ellas se entendían a la perfección. Cuando Lourdes se casó realizaron su vestido de novia, decidiendo en aquel momento dedicarse a la confección de este tipo de prendas.

Tiempo después, en una charla de amigas en la playa, surgió la idea de presentarse en una feria llamada Pronovias donde se exponían en cada stand diferentes servicios para bodas. Armaron ellas mismas su stand y se presentaron allí con los únicos tres vestidos que habían realizado hasta el momento, el de Lourdes y el de dos amigas más. De ese modo, con apenas veinte años, comenzaron a venderse como diseñadoras de vestidos de novia, participan-

Izq. Uno de los primeros vestidos de novia realizados por Levy Lens.

Der. Vestido de novia diseño con sobrefalda irregular de encaje, Levy Lens.





do ambas de todo el proceso de diseño: la entrevista con las clientas, definición del modelo, elección de las telas, moldería, corte, confección y terminaciones. «Tenemos un taller instalado con gente que trabaja para nosotras y siempre estamos ahí, sabemos hacer todas las etapas.»¹²⁷

No fue fácil el inicio, eran muy jóvenes, y en ese momento se relacionaba la Alta Costura y el diseño de calidad con las modistas de trayectoria, o sea, señoras mayores. Aunque no tuvieran trabajo, esperaban meses a que alguien las llamara y, mientras tanto, se habían establecido como rutina juntarse todos los días a trabajar, aunque solo fuera a realizar pruebas con distintos materiales. El primer año solo tuvieron dos novias, al segundo ya fueron siete y al siguiente ocho, una evolución muy gradual. Hoy en día ya están posicionadas en el mercado y no se preocupan tanto por la cantidad de vestidos que realizan, sino por la calidad de los mismos.

Sus diseños son únicos, exclusivos y de alta calidad. Su público objetivo siempre fueron las chicas jóvenes, sobre todo porque eran las que se identificaban con ellas porque tenían una edad similar. De a poco fueron incluyendo también a las madrinas y ahora ya trabajan para todo tipo de pú-

127. LEVY, Paula: diseñadora en Levy Lens. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.

128. LEVY, Paula. Op. Cit.

blico. Han evolucionado también con respecto a su propia exigencia en cuanto a la perfección del vestido y a trabajar en equipo con tocadistas, peluqueros y maquilladores en un look completo para que el resultado final sea perfecto.

Generalmente compran las telas y los materiales en Buenos Aires y sino en tiendas locales como Maison C, Chanel o Eurasia. Consideran que la tela refleja la calidad del vestido y el deseo por lograr lo mejor las lleva a exigir que siempre sean telas de seda natural. «Si vos querés un buen producto final, que la falda caiga perfecta, que el drapeado quede bien, la tela tiene que ser de seda. Cuando viene una clienta se lo dejamos bien claro desde un principio, porque eso, obviamente, tiene su costo.»¹²⁸ Compran en Uruguay artículos como ballenas, ganchos e hilos, y también encargan a sus conocidos que viajan a Europa o a Estados Unidos que les traigan materiales, por la diferencia de precios y porque pueden conseguir cosas diferentes que aquí no se encuentran.

El vestido evoluciona mucho desde la idea original, se prueban diferentes cosas y se le muestran a la novia distintas opciones antes de definir. Tienen muy buena química y son muy críticas una con respecto

Izq. Producción fotográfica revista *Galería, Levy Lens*, 2011.

Der. Diseño de vestido de novia de *Levy Lens* inspirado en los años veinte.





a la otra. Conversan mucho entre ellas la idea de cada vestido, buscan que sea único y especial. Si bien las dos manejan todas las técnicas, Lourdes se involucra más con la moltería y los bordados, y Paula con la parte del taller (coser, cortar ruedos y hacer drapeados). Es algo que se dio naturalmente porque cada una se fue inclinando para el lado que más le divertía.

Actualmente, se encuentran en un muy buen momento, saben lo que hacen y se mueven como pez en el agua, mucho más seguras de sí mismas, por todo el camino que han recorrido como experiencia. Han aprendido a entender a sus clientas desde la primera entrevista y exprimir al máximo la información que tienen para dar. Conocen bastante de telas y costuras y mantienen la cabeza abierta, probando cosas nuevas constantemente.

«Nos encanta agarrar una tela y transformarla en otra cosa.»¹²⁹

129. LEVY, Paula. Op. Cit.

Izquierda
Momento en que aplican el tul bordado al vestido sobre el cuerpo de la novia, Levy Lens.

Derecha
Vestido de novia realizado por Levy Lens.

10.6. Javier Ramírez

Diseñador que realiza vestidos de fiesta, tiene su perchero de prêt-à-porter, presenta colecciones de identidad para pasarela y considera que no existe la Alta Costura en Uruguay. Siente que al enfrentarse a la clienta que trae una revista con la imagen del vestido que quiere que le reproduzca, pasa a ocupar el lugar de modisto.

Es de Minas, donde trabajaba desde los catorce años en los medios de comunicación realizando informes de moda. Se mudó a Solymer en 1995 con dieciocho años, donde continuó cubriendo el sector de moda de diferentes medios de comunicación de la zona.

Vivió la época de esplendor de Carlos Carreras y Walter Otegui, donde se realizaban más de siete desfiles por tempora-

da y las mujeres se mandaban a hacer un vestido con un diseñador por cada fin de semana para ir a los bailes, se producían para tomar el té y el simple hecho de salir a la calle era una situación donde no se permitía estar sin arreglarse.

Realizó un curso en el Instituto Strasser de Solymer gracias al apoyo de la directora Anahí Straser quien le otorgó una beca y facilitó su ingreso. Años más tarde se presenta a CODISIA (Convención de Diseñadores de Indumentaria y Accesorios), que se realizaba en el INJU, donde cada participante tenía su propio stand. Fue una instancia muy enriquecedora que le dio el empujón anímico que necesitaba para dedicarse definitivamente al diseño. Lo empezaron a llamar para presentar a consignación en tiendas multimarcas como Hadas, ubicada en aquel entonces junto a Ana Livni. Pero se dio cuenta de que implica mucha inversión para luego tener que esperar a recibir el dinero de las prendas que se vendan y no le resultó rentable.

Comienza en el 2008 a dedicarse de lleno a la Alta Costura, instalando un taller-atelier en Ciudad Vieja y otro en Pando donde solo realiza entrevistas y maneja otros precios ya que considera que es otro mercado. Su madre lo ayuda mucho en el ta-

Javier Ramírez enseña las prendas del perchero completo en su atelier.



Vestido presentado en el concurso Absolut Vodka, realizado con puntillas recortadas a mano y aplicadas minuciosamente.



Trabaja con un público muy variado, desde la cliente, que con mil esfuerzos junta sus ahorros para poder tener el vestido que siempre soñó, a la mujer que no tiene inconveniente para gastar dinero.

No acostumbra utilizar costuras a mano porque es consciente de que su cliente no está dispuesta a pagar por el tiempo que le lleva, y de que logra un muy buen resultado con su máquina de coser.

No niega que en el arte de los vestidos de fiesta haya dificultades, porque entiende que es muy difícil trabajar para clientas, considerando la cantidad de condiciones que exigen y la poca variedad de telas que hay en plaza, sumado a que las más lindas y originales son muy caras. También le sucede que el 70 % de las clientas eligen siempre los mismos modelos. Sobre todo cuando esta es una quinceañera, donde varía entre el vestido de línea A o el vestido armado y los detalles que eligen son drapeados o bordados.

Izquierda
Javier Ramírez, diseño presentado al concurso Absolut Vodka.

Incluso le ha sucedido que se copien entre familiares, con años de diferencia y lleguen a una fiesta con vestidos de modelo y color muy similares.

Siente que puede aplicar Alta Costura más que nada en el vestido de novia por cómo construye la prenda, con la posibilidad de inventar modelos diferentes, mucho más detallistas y porque las clientas están más dispuestas a pagarlo.

Una de las limitaciones más fuertes al hacer a medida es la anatomía del cuerpo de la persona, que condiciona definitivamente a la hora de pensar en un modelo. Ha observado que el general de las personas que se realizan un vestido de fiesta son la novia, la quinceañera, alguna madrina y aquella mujer que no encuentra lo que busca por su peso o la forma de su cuerpo.

«Siento que estoy transitando un lindo camino, sé que voy bien, pero veo todo lo que tengo todavía por mejorar y aprender.»¹³⁰

Sin tener favoritos, Javier Ramírez admira a todos los diseñadores que logran trascender, y presta mucha más atención a los diseñadores americanos que europeos. Le interesa el trabajo de diseñadores que

130. RAMÍREZ, Javier. Op. Cit.



Diseño realizado por Javier Ramírez.



marcan una estética, y entiende que lograr una identidad como diseñador es súper difícil.

«Yo lo estoy intentando, pero con las clientas que vienen a hacerse algo especial no puedo inventar cualquier cosa. Cuando hacés algo para vender a una tienda, aunque sea algo más comercial que una muestra, podés darle personalidad.»¹³¹

Logra que las prendas tengan un buen calce. Cree que la mayoría de sus prendas quedan mejor puestas que colgadas y eso

es algo que se propone mejorar. Sabe que no todo el mundo se animaría a usar lo que hace para exponer.

Le gusta mucho inventar texturas con sesgos o cintas y pegarlas una a una con alfileres para después coserlas minuciosamente a mano. Recortó puntillas a mano para una colección que luego aplicó en diferentes prendas y, a pesar de todo el tiempo que le lleva, le encanta poder realizarlo.

Izquierda
Vestido que forma parte de la primera colección de Javier Ramírez, 2006.

Derecha
Minicolección Javier Ramírez 2013.

131. RAMÍREZ, Javier. Op. Cit.



10.7. Inés Uriarte

Joven diseñadora que disfruta de todo su trabajo, en particular la confección y la aplicación de los detalles.

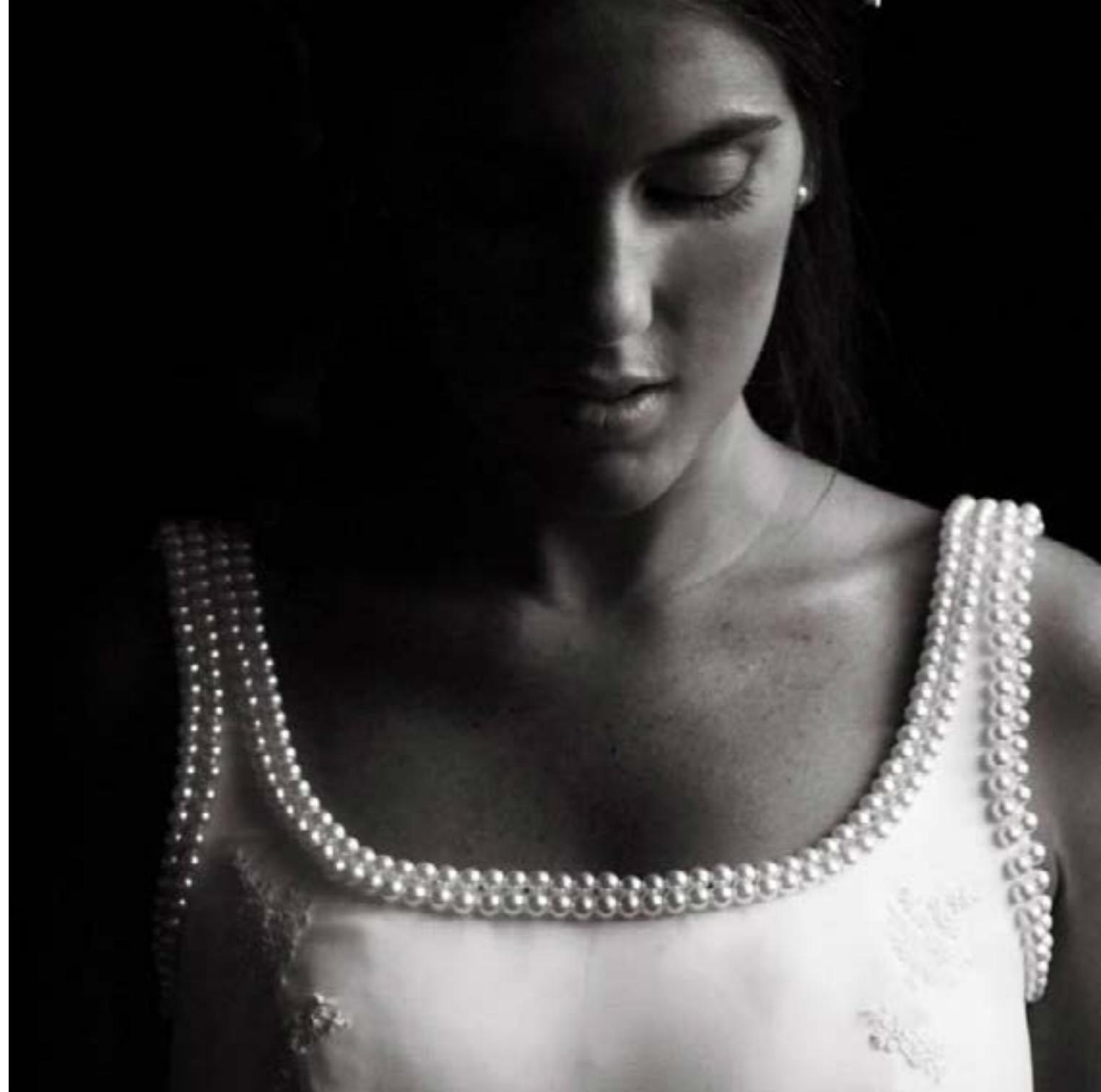
Desde muy pequeña le interesó el diseño. Los caminos de la vida le llevaron a estudiar unos años de la carrera de ciencias económicas, pero por el año 1995 se dio cuenta de que lo que realmente le gustaba iba por otro lado, entonces estudió diseño en el Instituto Strasser. Luego trabajó como bordadora en el taller de Alba Tejeira, siendo una experiencia enriquecedora que terminó de marcar el rumbo de su camino.

Luego de unos años, decidió trabajar más cerca de sus hijos, instalándose en su propia casa. Empezó de cero a diseñar vestidos de novia y hoy, Inés Uriarte es una de las diseñadoras con mayor preferencia entre las chicas que buscan el vestido de novia de sus sueños.

Hace doce años que se dedica a diseñar y confeccionar, con la ayuda de su madre y su hermana, vestidos de novia y vestidos de fiesta.

Izq. uierda
Vestido de novia con detalles antiguos diseñado por
Inés Uriarte.

Derecha
Detalle vestido de novia Inés Uriarte.





Se caracteriza por el buen calce de sus creaciones en el cuerpo de la mujer y la delicada forma en que se aplican los detalles.

Siempre caminando por el rumbo del bajo perfil, amante de lo que hace, protectora de su familia, se destaca por la perfección de sus creaciones.

Izquierda
Detalle de vestido de novia, espalda cruzada, diseño
Inès Uriarte.

Derecha
Vestidos de novia diseñados por Inès Uriarte.





Pilar Pérez Bonilla, emplea costuras a mano para realizar la textura en rombos aplicada a este vestido de novia.

10.8. Pilar Pérez Bonilla

Estudió Ayudante de Arquitecto en la UTU, luego decidió estudiar corte con una profesora particular, porque —aunque le hubiera encantado— no podía ingresar al Centro de Diseño sin haber terminado el liceo. Más adelante hizo un curso de sastretería en la UTU y luego una pasantía en el taller de María Fernanda Cadenas.

Hacia el año 1999 armó su propio atelier, donde empleó un grupo de personas que la apoyaban. Actualmente prefiere trabajar sola, como lo está haciendo, sin delegar tantas cosas, logrando un trabajo más personalizado. Se autodefine como diseñadora de Alta Costura, involucrada en el diseño del vestido desde la elección de las telas, el estudio y asesoramiento de la clienta en aspectos emotivos que van más allá de la confección. Realiza aproximadamente seis vestidos de fiesta y cuatro novias por mes. «Tenés que saber de todo para ser un diseñador: desde cómo cortar, qué telas usar, desde el principio hasta que se termina el vestido. Muchos diseñadores no saben coser y lo delegan, pero para mí, eso no es válido.»¹³²

132. PÉREZ BONILLA, Pilar: diseñadora. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.

Afirma que la Alta Costura va más allá de las terminaciones y que el calce del vestido tiene que ser exacto. Cree que un vestido debe ser tan perfecto por fuera como por dentro y que hay terminaciones que siempre tienen que hacerse a mano. Es consciente de que en Uruguay no hay gente dispuesta a pagar por el costo de mano de obra y horas de trabajo que llevaría un vestido hecho íntegramente a mano.

«La diferencia entre el diseñador y la modista es que la modista solo sabe hacer copias, el diseñador, además de poder hacer copia, tiene la capacidad de personalizar con detalles únicos.»¹³³

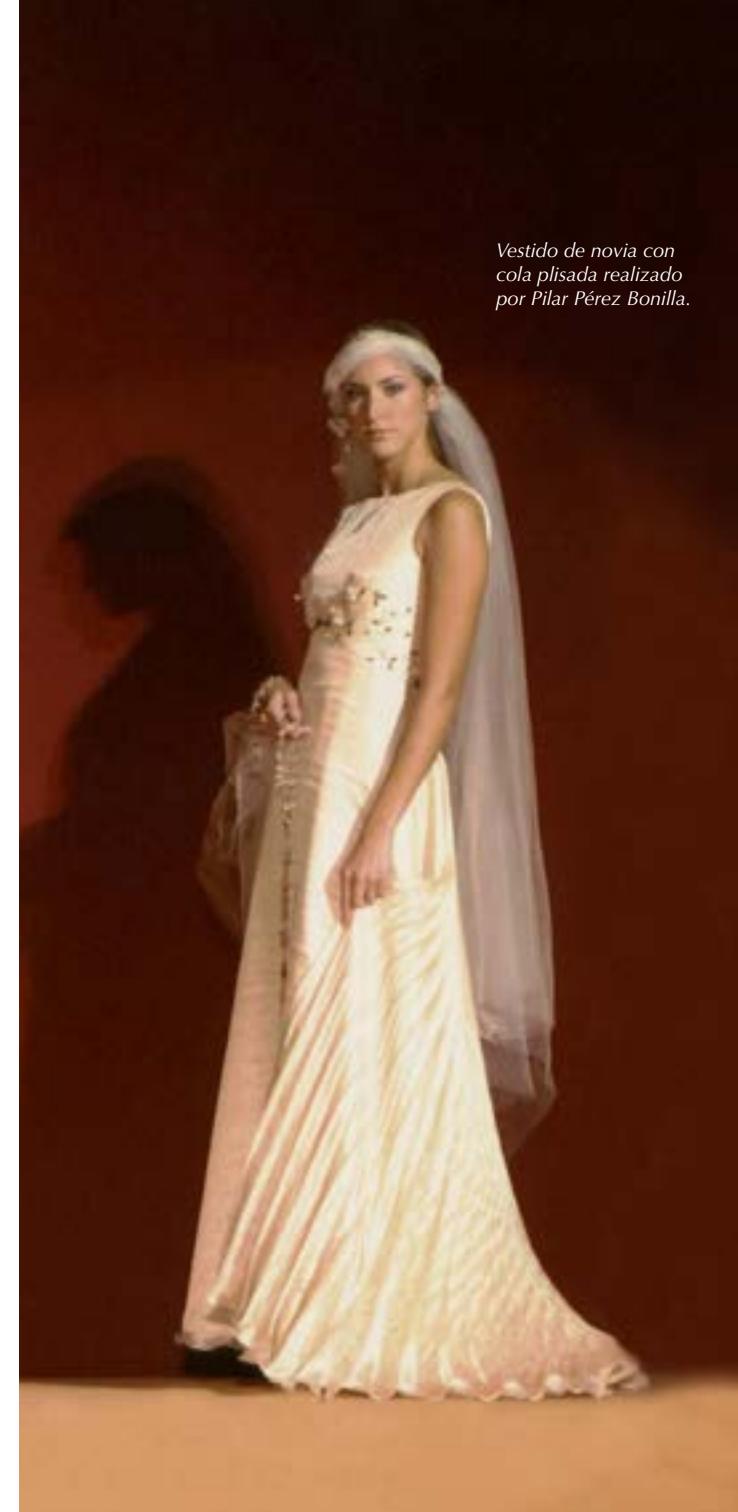
«El vestido es casi el 90 % de la fiesta. Si este está impecable y la novia se siente radiante, la fiesta brilla. Donde está la novia, están las miradas.»¹³⁴

Define a su público como uno de muy buen gusto y gran poder adquisitivo, clase media-alta, aunque afirma que no evalúa a una persona por lo que tiene, sino por lo que es. Personajes como Sara Perrone o Sergio Puglia han confiado en ella en varias ocasiones y la han apoyado presentando sus creaciones. Si bien en un momento realizaba desfiles, ahora no es lo que elige hacer para promocionarse.

133. PÉREZ BONILLA, Pilar. Op. Cit.

134. Idem.

Vestido de novia con cola plisada realizado por Pilar Pérez Bonilla.





Pilar siempre intenta ser lo más sincera posible con sus clientas, y su experiencia le ha demostrado que es algo que ellas valoran. Define su estilo como romántico, combinando lo clásico con lo moderno. No le gustan las cosas cargadas y es capaz de distinguir cuando algún elemento sobra en un vestido.

Al posicionarse con respecto a sus colegas se agrupa con Laura Sorhuet, Vera, Mirtha Mainardi y Pablo Suárez.

Considera que las épocas van cambiando. Para ella la Alta Costura siempre va a existir y siempre estarán los grandes diseñadores, más allá de que la globalización posibilite el acceso masivo a la compra de vestidos por internet a China o a cualquier parte del mundo. Le parece que no se puede hacer una fiesta espectacular con un vestido chino.

Izquierda
Vestido en gasa con detalle de drapeado en busto y pedrería bordada Pilar Pérez Bonilla.



Pilar Pérez Bonilla,
vestido de novia.

10.9. Natalia Ramírez

Modista y diseñadora de moda, Natalia Ramírez se define como creativa. Desde muy chiquita le encanta bordar, dibujar, hacer ropa para las muñecas. Escuchó por primera vez el término Alta Costura hace más de veinte años, siendo Carolina Herrera y Elie Saab sus diseñadores referentes a nivel internacional.

Se formó académicamente en UTU, en el Instituto Strasser; realizó la carrera Creativo en Moda en Bios, además de cursos de bordado y bijouterie. Actualmente está cursando la Tecnicatura en Dibujo y Pintura artística en la Figari.

Hace aproximadamente quince años, cuando comenzó a estudiar, ya tenía claro que quería dedicarse a esta rama del diseño, y al segundo año acompañó a su primera novia a la iglesia, «la sensación es inexplicable, si me pierdo la entrada de la novia a la iglesia, es como si no hubiera ido al casamiento.»¹³⁵

A sus cuarenta años, se encuentra en un momento de exploración, incorporando a su rutina nuevas actividades relacionadas que la estimulan y ayudan a desarrollar su lado creativo. Hace mucho tiempo que trabaja para sí misma, pero lo ha hecho

para muchas personas. Trabajó en Garislugo, la casa de vestidos de novia que se ubica en la calle Garibaldi. Aprecia mucho el trabajo y creatividad de María Fernanda Cadenas, para quien trabajó un tiempo.

Realizó muchas prendas para las entregas curriculares de chicas de la ORT, del Centro de Diseño y de la UDE, donde observa una falta grande en lo que les enseñan de moldería, y no concibe como diseñador a quien no tiene nociones técnicas de costuras.

«Sinceramente, creo que las personas ya no quieren gastar tanto en una prenda que van a usar solamente una noche. Por eso optan por traerlo de otro lado o gastar lo mínimo, y ahí se pierde un poco lo hecho a mano.»¹³⁶

Se ha dedicado a hacer prendas para perchero y presentarlas en las ferias de diseño que le han servido para repartir muchas tarjetas y generar contactos. «El boca a boca es la mejor publicidad, pienso que eso pesa mucho en el momento de elegirme.»¹³⁷

A la hora de comprar las telas para trabajar, acude por lo general a Sedería Chanel o compra en Buenos Aires. También

135. RAMÍREZ, Natalia: creativa en moda. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.

136. RAMÍREZ, Natalia. Op. Cit.

137. Idem.



Producción fotográfica
Vestido de novia
Natalia Ramírez.



*Producción fotográfica
Vestido de novia
Natalia Ramírez.*

recicla y utiliza materiales no tan convencionales. Generalmente, acostumbra acompañar a la clienta para orientarla en la elección de texturas y metrajes, aunque algunas ya traen su tela o el vestido de la madre o abuela de donde surge la inspiración. Cuando sus conocidos realizan algún viaje, siempre le traen alguna revista nueva o materiales originales para la confección: galones, telas, piedras.

Natalia se encarga de todo el proceso: desde que la clienta piensa en ella para su vestido y la contacta; luego, ver la tela en plano, los materiales de bordado e ir viendo que el boceto toma forma real; hasta su acabado final donde lo único que le preocupa es que, cuando esté pronta para

dar el sí, luzca siempre ella y única. Tiene clientas a las que les hizo su vestido de quince, les hizo vestidos de fiesta y ahora está por hacerles el de novia. Ha evaluado que su estilo no cambia, pero sí va dependiendo de la tendencia. «Creo que hoy en día los corsettes ya no se usan y ciertos colores ya no los eligen, pero todo depende de la clienta, yo por lo general tengo líneas puras a las que les incorporo mucho trabajo a mano, bordados, drapeados, amasados, apliques y pintura sobre tela.»¹³⁸

138. RAMÍREZ, Natalia. Op. Cit.



*Producción fotográfica
Vestido de novia
Natalia Ramírez.*

10.10. Ximena Álvarez

Comenzó sus estudios como modista en el Consejo de Educación Técnico Profesional hace más de veinte años. Paralelamente, se especializó como Modista de Alta Costura en el Instituto Strasser. También cursó estudios particulares de sastrería con Máximo Espel, finalizando su formación en diseño en el Instituto Peter Hamers. Álvarez también dictó clases en el Instituto

Peter Hamers y actualmente dicta Talleres de Costura y Patronaje en la Escuela Integral de Diseño Pablo Giménez.

Ha construido una carrera en forma independiente llevando adelante su propio emprendimiento: Atelier Ximena Álvarez, con dedicación, pasión y compromiso desde el año 1998. La persecución de estos valores ha transformado a Ximena en una diseñadora sólida, audaz y compro-

La diseñadora Ximena Álvarez acompaña a la novia en los últimos detalles previos a la boda.



Detalle de drapeado con pedrería bordada artesanalmente en vestido de quince diseño de Ximena Álvarez.

metida con su profesión, tanto en lo que refiere a la elaboración de sus creaciones como al trato personal y cálido que brinda a sus clientas.

Además de sus exclusivos diseños de vestidos para fiesta, se desempeña como bordadora y tocadista profesional.

Cada diseño es realizado en forma única y personalizada. Mediante una entrevista

comienza a conocer los gustos de la clienta, para respetar, entender y engalanar su sueño de estar hermosa. El trabajo sobre los diseños se desarrolla respetando los estándares de calidad definidos por la Alta Costura, realizando cada pieza de forma única y completamente artesanal. Acercarse de forma personalizada a cada una de sus clientas le permite realizar un asesoramiento integral para definir el perfecto estilo que acompañará el diseño de su vestido.

Izquierda
Ximena Álvez,
vestido de
quince realizado
con pedrería
bordada en la
falda y costuras
de bustier
contorneado.

Derecha
Diseño de vestido
de novia, Ximena
Álvez.



11

Actualidad



11. Actualidad

11.1. ¿Quiénes empiezan apostando a la Alta Costura?

Los diseñadores que suenan con fuerza en el año 2015 son los que se reseñan en este capítulo, pero también continúan varios de los que empezaron hace muchos años como Vera, Pablo Suárez, Irma Álvarez, Viarosa, Mirtha Mainardi, Laura Sorhuet, Cuca Arocena, Javier Ramírez, Nicolás Osano, Ramiro de León, Inés Uriarte, Quique Caballero, Luis Millán, Sofía Carlucio, Natalia Ramírez, Pilar Pérez Bonilla, Ximena Álvez, entre otros.

Importante es destacar entonces, la cantidad de personas que continúan apostan-

do al diseño de este tipo de prendas, y la variedad con la que se encuentran las clientas a la hora de elegir su diseñador.

Aclaremos también que aquellos nombres que no aparecen no han estado interesados en participar de esta investigación, y agradecemos realmente a los que se comprometieron con nuestra causa.

Derecha
Detalle de vestido de novia con gasa muselina
drapeada y pedrería bordada, Rosa Oliveto.





11.2. Rosa Oliveto

Diseñadora de veintinueve años. Desde pequeña le apasionaba ir a comprar telas con su madre para llevarle a la modista y pedirle que le hiciera ropa diferente, porque lo que había en el mercado no le gustaba.

Al terminar el liceo estudió en el Centro de Diseño Industrial, la opción textil y moda, siempre sabiendo que quería trabajar para ella misma y que lo que más le gustaba eran los vestidos de fiesta. Incluso su tesis trató de cómo llevar a cabo una marca propia de Alta Costura. También estudió Alta Costura en Tecnimoda e hizo un curso de tendencias en el Instituto Internacional de Diseño de Moda y Marketing Polimoda en Florencia.

En un momento, le molestaba un poco que algunas clientas le presentaran directamente la idea de lo que querían, pero luego pudo entender que, si la clienta quería eso y estaba dispuesta a pagarlo, ella se lo iba a hacer e indudablemente le agregaría su impronta personal, pues nunca termina un vestido hasta encontrar eso que quieren ella y la clienta.

Izquierda
Detalles de texturas aplicadas en vestidos realizados por Rosa Oliveto para Efecto cinco 2014, inspirados en Carlos Páez Vilaró.

Cree que, a lo largo de la historia, les fue bien realmente a los que se dedicaban a Alta Costura, el resto cerraron o tuvieron que empezar a producir en China. «No es tan fácil competir con el mercado del vestir día a día.»¹³⁹ Se dio cuenta de que es en este mercado en el único que se puede competir de verdad. Considera que hay mucha gente que hace prêt-à-porter y al final no es tan sustentable como parece. Se encuentra en un momento en que se puede dedicar a algo que la apasiona y puede sustentarse.

Se encarga de todo el proceso de realización de la prenda. Solo cuando se encuentra con un tiempo acotado acude a una persona que la ayuda con las costuras rectas del armado. Si es necesario realizar una costura con firmeza y resistencia utiliza la máquina de coser, pero el resto de las costuras las realiza a mano porque entiende que las telas que maneja para los vestidos que realiza necesitan ser cosidas de este modo.

Generalmente la temporada de mayor trabajo es de setiembre a marzo. Tiene un promedio de cinco vestidos al mes, con épocas donde produce once.

139. OLIVETO, Rosa: diseñadora. Entrevista realizada para esta investigación 2014.



Ha participado en la Moweeek, de varias maneras. Primero con un showroom donde presentó su marca, con faldas, blusas y algunos vestidos ya confeccionados que no era precisamente Alta Costura.

Luego participando del concurso Transform Today organizado por Absolut Vodka, donde cinco representantes talentosos del diseño de autor uruguayo, se expresaron de forma diferente. Allí compartió pasarela con las minicolecciones de Gonzalo Guigou, Paula Nessi, Javier Ramírez y Emilia Hernández.

Presentó su minicolección llamada Gaia de prendas únicas estampadas a mano; estas combinan antiguas técnicas de Alta Costura con los lineamientos de las últimas tendencias para obtener un producto innovador y de buena calidad, mezclando estampas de ninfas rodeadas de flores, texturas y pequeños detalles que hacen de cada prenda una pieza exclusiva. Propone redescubrir el vínculo con la naturaleza.

Participa del proyecto Efecto Cinco. Este es realizado por diez diseñadores de autor de diferentes áreas, como es el caso de la edición 2014 donde realizaron un homenaje al artista uruguayo Carlos Páez Vilaró. De este artista Rosa tomó la línea

Izquierda
Vestido realizado por Rosa Oliveto.

negra, el arte africano, la superposición laberíntica y fragmentada del Mediomundo y Casapueblo y lo transfiere, con exquisita personalidad, a sus trajes de Alta Costura expuestos en el Museo de Arte Precolombino Indígena.

De todas maneras, siente que la gente llega buscando hacerse un vestido con ella por los comentarios de personas a las que ya les ha confeccionado, el famoso fenómeno del boca a boca.



Derecha
Rosa Oliveto pintura en tela para concurso Absout Vodka.

Carolina Papadópulos.



11.3. Carolina Papadópulos

Diseñadora de veintiséis años de edad con una gran trayectoria y reconocimiento a nivel nacional. Desde pequeña sabía que el camino de la moda era el que iba a seguir: «nacé con el don de crear y de ser creativa.»¹⁴⁰ Con nueve años comenzó a diseñar sus primeros bosquejos, desde muy chiquita se sentía deslumbrada por la belleza artesanal de la Alta Costura. Inició sus estudios formalmente a los diecisiete años en el Instituto Strasser y posteriormente en la Fashion School Pablo Giménez.

Se encarga de la compra de materiales en el exterior, crea las colecciones y atiende al público, intentando siempre sorprenderlos gratamente. Realiza creaciones únicas, crea con respecto al cuerpo y estilo de cada mujer. Se trata de prendas exclusivas, sofisticadas y con identidad propia. Cuenta con líneas de gala, exóticos prêt-à-porter y sastrería en Alta Costura. Se caracterizan por estar realizados por selectos géneros, avíos y detalles importados. Se encuentra en un muy buen punto de su carrera, tiene clientas que la siguen y recomiendan, y puede disfrutar de lo que hace. Y siempre continúa en constante evolución.

Sus referentes en el mundo de la moda son Eliee Saab y Zahir Murad por su elegancia, sofisticación y creatividad. Aprecia mucho hablar con su abuela (quien es muy coqueta) y comentar sobre aquellas épocas de elegancia, le parece maravilloso poder intercambiar conocimiento con alguien con tanta experiencia.

Para sus colecciones se inspira en las musas del Olimpo, en sus túnicas con movimiento y drapeados. Admira la extraordinaria belleza de las esculturas griegas, donde se expresaban de manera admirable la belleza del cuerpo y el alma, la armonía y el equilibrio. Apunta a un público contemporáneo caracterizado por el gusto y el buen vestir. Su estilo creativo trasciende la moda del momento, volviéndose atemporal.

Según ella la Alta Costura cada vez está siendo más requerida por las mujeres uruguayas, ya que las hace sentirse distinguidas por las creaciones que sobresalen de la monotonía estándar.

140. PAPANÓPULOS, Carolina: diseñadora de Alta Costura. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.



Vestido diseñado por Carolina Papadópulos.

Carolina Papadópolos vistió a las participantes del concurso Miss Universo.





Sergio Gau, 2013.

11.4. Sergio Gau

Diseñador de modas desde hace siete años y que, hace cinco años, también se dedicó a la docencia. A sus treinta y dos años de edad puede decir que trabaja de lo que siempre quiso, vive por y para la moda. Es un amante de esta.

Cuando realmente supo lo que era la moda se interesó por buscar información y siempre veía los desfiles internacionales en la tele recordando a Dior, Chanel, Versace, Gucci, Fendi, Valentino y Jean Paul Gaultier. Desde niño, entonces, ya diferenciaba un desfile de Alta Costura de las propuestas de ready to wear o prêt-à-porter, dibujando figurines e historietas donde el personaje tenía diferentes eventos y siempre tenía que ir con un vestido o prendas de diseño.

Recuerda los años noventa como la explosión de las marcas. Se veían muchos anuncios publicitarios, gráficas, fotos, desfiles por todos lados, programas de televisión, videos musicales, películas, todos tenían vestuario o eran vestidos por alguna marca, y él consumía mucho todo eso. Sus referentes internacionales son Givenchy, McQueen, Balenciaga, y muchos otros.

Hizo tres años de la carrera de Arquitectura, Historia del Arte, Decoración, Lenguas, todo relacionado con el diseño de alguna forma, hasta que comenzó a estudiar moda en Peter Hamers. Al terminar la carrera en Peter Hamers fue a Buenos Aires y realizó varios cursos de producción de moda, ilustración de moda y de Alta Costura.

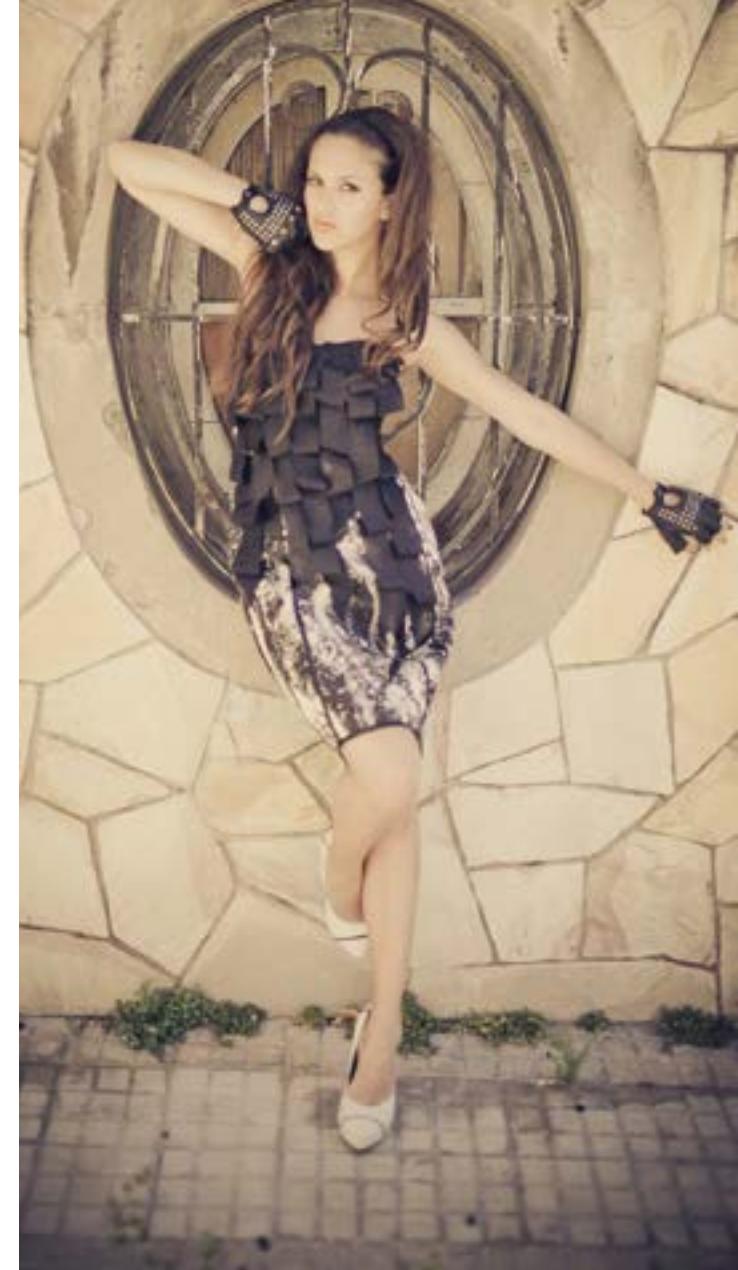
Considera importante estar continuamente buscando información o aprendiendo cosas nuevas, porque sabe que esta carrera necesita renovación constante e investigación, actualización. «Siempre serás eterno estudiante de tu profesión, es la única forma de mejorar tu trabajo.»¹⁴¹

«Uno trata de estar en continuo crecimiento. Pero cuando las inversiones parten de tu trabajo, como todo lo artístico en nuestro país, muchas veces se hace difícil, pero se puede, y no hay que bajar los brazos, hay que seguir luchando, presentando y trabajando fuerte, así que estoy en el proceso de llevar mi trabajo hacia otro nivel, hacia otra etapa.»¹⁴²

Se siente perteneciente a un grupo de nuevos diseñadores, formado por Gon-

141. GAU, Sergio diseñador. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.

142. Idem.



Vestido teñido artesanalmente diseño de Sergio Gau.



Diseño realizado por Sergio Gau, 2014.

zalo Guigau, Vale Valuchi, Caro Criado, a quienes aprecia sus trabajos, y aunque no se dedican a la Alta Costura, los considera excelentes profesionales.

Las chicas que eligen hacerse un vestido con Sergio buscan un diseño único, a medida, que nadie lo tenga, que se adecúe a su figura y estilo.

No hay parte del proceso de diseño que no disfrute, desde la investigación, bocetos, búsqueda de materiales, moldería, corte y confección, hasta el último detalle, le encanta estar en todo. Encarga algunos materiales en internet, y otros los consigue en Montevideo, pero acostumbra intervenir las telas: estampando, bordando, pintando, etc., hasta tener una tela única. Por una cuestión de tiempos y de logística, muchas veces necesita enviar a realizar la confección a un taller. Después de que está lista la prenda, la supervisa hasta el último detalle y si hay cosas que corregir luego de las pruebas al cliente, vuelve al taller para que se modifique y en el momento en que está todo perfecto recién se le entrega a la persona.

Desde el 2007 empezó a presentar su trabajo en producciones de moda, revistas, eventos, desfiles, vestir personalidades de

Diseño Sergio Gau.



la televisión, etc. Hasta el día de hoy no ha parado y no piensa parar porque cree que hay mucho camino por recorrer y está dispuesto a llevar nuestro país y su trabajo hacia lo más lejos que pueda.

«Desde niño siempre supe qué quería ser y de qué trabajar cuando creciera. Y acá estoy..., tratando de conquistar el mundo»¹⁴³, bromea Sergio, pero tiene mucho de cierto en la broma.

143. GAU, Sergio. Op. Cit.

Derecha
Vestido diseñado por Sergio Gau.



12

La muerte de la
Alta Costura



12. La muerte de la Alta Costura

12.1. Regulación y protección de la Alta Costura

En Francia las casas que se dedican al diseño de Alta Costura cuentan con una federación que determina los requisitos que deben cumplir para acceder a tal denominación, protegiendo y respaldando la industria nacional. Tienen prohibido ponerle la etiqueta de su marca a prendas importadas y comercializarla.

En Colombia existe una ley para proteger su mercado, a todo lo que se importa de China se le agrega un impuesto que lo iguala a los precios de los colombianos. Tienen una industria muy buena y canti-

dad de empresas internacionales se han posicionado allí. Es necesario involucrar al sector político a las decisiones que se toman a nivel de proteccionismo nacional.

En nuestro país no existe nada de esto y produce que sea mucho más difícil instalarse y sobrevivir en un mercado de monstruos extranjeros.

Como diseñadoras, nos cuesta creer lo que vemos: egresados que no encuentran trabajo y se supone que el motivo principal es que «en Uruguay no hay mercado». Nos dicen cosas como: «¿Con los problemas que hay, crees que la gente está pensando en comprar “ropita”?». La solución más práctica y efectiva parece ser irse a

otro lugar, buscar nuevos horizontes para abrir la cabeza. «Si querés trabajar de eso tenés que irte del país». Existe el preconcepto de que nuestra sociedad no es tan consumista como otras, «afuera hay gente que gasta».

Por otra parte, están aquellas personas desconformes con la oferta del mercado. «En todos lados venden lo mismo, ¡tenés que poner un local de ropa exclusiva!» o «La calidad de la ropa es cada vez peor, la lavás dos veces y no te la podés poner más» y mil ejemplos más. Pero esas mismas personas, que tan livianamente son analistas del marketing textil uruguayo y aparentemente tienen la solución a todas esas problemáticas, son las que cuentan con un ropero lleno de prendas de tiendas multinacionales que traen a nuestro país el excedente de producción que sobró de los países del primer mundo. Prendas que se venden a un precio ínfimo y que, sinceramente, no entendemos cómo al comprarlas no piensan que con ese costo ni siquiera se cubre la materia prima en algunos casos, ¿cómo es posible?

Como bien comenta Cristina Morán: «Ahora no podés competir, las telas son carísimas, no hay variedad. Esto te da la pauta del cambio social que ha ocurrido.

Nosotras nos mandábamos a hacer hasta los zapatos. Yo viví el esplendor de la década de los cincuenta, donde íbamos súper arregladas a los teatros, al hipódromo, al cine, a todos lados íbamos bien vestidas. Porque había una importante valoración por la calidad. Las telas, los hilos, los botones y la pedrería eran excelentes. Después de esa época todo aquello fue en decadencia. Ahora vas a comprar algo y todo es de plástico. Si te vestís bien te miran raro, y contra eso no podés luchar. Hoy en día tengo muy pocas galas, porque todo ha cambiado. Se trata de la explotación del hombre por el hombre».¹⁴⁴

Cualquier persona que haya trabajado en esta área sabe perfectamente que la realización de una prenda de ropa, sea o no de Alta Costura, lleva un costo importante, desde la materia prima: textiles, hilados, maquinarias, tintas, etc., hasta la mano de obra para su confección y para sus personalizaciones, sean calados, bordados, estampados, drapeados, etc. Si nos involucramos en el campo de la mano de obra nos vamos a encontrar con que las condiciones de trabajo de estas no son para nada adecuadas. Esta problemática la encontramos a nivel mundial, y las autoridades no deberían hacerse a un lado y entender de una vez la importancia de

144. MORÁN, Cristina. Op. Cit.

la industria textil globalmente: cultural, social, política, histórica y económicamente.

12.2. El problema de los talles

El mundo de la moda se ve afectado cada vez más por las problemáticas sociales vigentes. Entre los cánones de belleza actuales, el parámetro principal es la delgadez. Las marcas de ropa eligen cada vez modelos más delgadas para sus promociones y el mundo intenta imitar ese estereotipo, aunque no sea para nada saludable. Estas, lejos de comprometerse con la causa, realizan sus ejemplares en una escala de talles que dista mucho de ser la de la mayoría de las personas. Esto provoca que muchos consumidores no encuentren su talle disponible a la venta.

Si bien esto es una de las problemáticas más vigentes, supone una oportunidad para la Alta Costura. Esas personas que quedan excluidas del rango amparado por los talles son quienes, sin otra alternativa, acuden a realizarse prendas especiales. Desean poder vestirse del modo que se estila y no tienen otra salida que solicitar que les realicen a medida.

12.3. Una vieja problemática: la falsificación

Como mencionamos anteriormente, las marcas cada vez tienen mayor protagonismo, tanto en el mundo de la moda como del consumo en general. Los consumidores eligen el artículo que van a adquirir, por su marca y no por el producto en sí, experimentando una especie de fanatismo que les provoca una imperiosa necesidad de tener lo que ellas producen. El precio varía en relación al posicionamiento de mercado que haya logrado la marca: cuanto más codiciada sea, mayor es el valor de sus productos. Este fenómeno ha desencadenado la aparición de un mercado paralelo que replica estos productos, pero los vende a un precio considerablemente inferior, permitiendo así que personas de menor poder adquisitivo accedan a tener productos de esas marcas. «Un fenómeno nuevo por su amplitud planetaria señala también la fuerza de las marcas en el corazón de la cultura-mundo: la falsificación, que hoy representa casi el 9 % del comercio mundial.»¹⁴⁵

Nos encontramos en un momento en el que muy pocos productos han quedado ajenos a este fenómeno. En todas las áreas

existe un mercado alternativo que provee a las personas las réplicas de esos productos que tanto desean. «Tras las primeras falsificaciones modernas, de alcance limitado, basadas en la copia de modelos prestigiosos de la Alta Costura parisina, ha llegado una falsificación hipermoderna, global, masificada, hipertrofiada.»¹⁴⁶

En términos del tema que nos interesa, sucede que la creación de prendas de Alta Costura corre por la delgada y silenciosa línea de la falsificación.

Hay quienes han registrado ciertos modelos, como en el caso de Irma Álvarez, pero son muy pocos y es muy común en este país que el diseño de una prenda surja a partir de una foto de otro diseñador, sea nacional o extranjero, aportada por el cliente que solicita lo copien tal cual.

Depende de la moral de cada diseñador, modisto o creador, la decisión de realizar exactamente lo que el cliente solicita o aceptarlo con la condición de agregarle detalles exclusivos que lo diferencien del original. Muchas veces sucede que resulta ser más difícil copiar exactamente un diseño que surge de la imaginación, investigación y producción de otro diseñador, que realizar un proceso propio.

A prácticamente todos los diseñadores y los modistos que hemos entrevistado les preguntamos cuál era su postura al recibir un cliente que ya viene con la imagen de un vestido de otro diseñador para pedir uno igual. Las respuestas fueron variadas. Vera fue la única que se autodenominó copista, ella sostiene que es capaz de replicar cualquier vestido, así mismo, es la única que no le coloca grifa a sus creaciones porque entiende que cualquiera que vea un vestido realizado por ella, se da cuenta sin necesidad de que esté etiquetado.

Varios diseñadores, como fue el caso de Jhonny Castillo, por ejemplo, nos han dicho que han pasado por esa situación y que, si el vestido en cuestión es de un colega de nuestro país, envían al cliente directamente a realizárselo con ese diseñador, una cuestión de lealtad entre compañeros de rubro.

Otros plantearon que los realizan pero inevitablemente le ponen su propia impronta al vestido, siempre le agregan un toque personal que los diferencia del resto. Rosa Oliveto nos contaba que al principio le molestaba mucho que sus clientas concurrieran con el diseño, con la intención de que lo copiara, pero después se le

145. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. Pág. 109.

146. Idem

fue pasando al ver que siempre terminaba agregándole algún detalle que la identificaba.

Quique Caballero, por su parte, al ver que en reiteradas ocasiones las clientas solicitaban entrevistas con el fin de ver sus diseños para luego mandarlos a hacer con alguna modista, comenzó a cobrar una tarifa de cien dólares por cada entrevista, y en caso de que la clienta finalmente decida realizar su vestido con él, el dinero queda a su favor.

En fin, todos de alguna u otra manera se enfrentaron a esta problemática, ya sea como víctimas o como victimarios. Es preciso aclarar que se trata de un tipo de victimario que no necesariamente copia un vestido con el fin de falsificarlo o de apropiarse de la idea del otro, sino que intenta satisfacer a su cliente y conservar su trabajo. Para un diseñador, generalmente no es grato tener que imitar la creación de otro, sino que disfrutan mucho más teniendo la libertad de crear a su parecer. En un mundo en el que todos quieren parecerse a determinado estereotipo impuesto socialmente o ser igual al mismo, es muy común que las personas aparezcan con una imagen reclamando verse igual a algún famoso. Los diseñadores de hoy en

día tienen que tener la cintura necesaria para retener a esos clientes y lograr que confíen en ellos lo suficiente para poder hacerles un diseño a la medida de sus necesidades.

12.4. El universo virtual

«Mientras el cuerpo deja de ser el asidero real de la vida, se forma un universo descorporeizado, desensualizado, desrealizado: el de las pantallas y los contactos informáticos.»¹⁴⁷

A partir de mediados de la década de los noventa, el acceso a internet comenzó a masificarse y ha llegado a abarcar dimensiones nunca imaginadas, con la incorporación del WI-FI, y el consumo de aparatos electrónicos transformados en elementos necesarios de la vida cotidiana.

La posesión de la información, que hasta el momento era sinónimo de poder, se puso al alcance de casi todo el mundo.

«Se produjo una avalancha de datos difíciles de abarcar y asimilar, con imágenes alternativas y superpuestas, que no surgieron de la autoridad centralizada y disciplinada de la Alta Costura parisina sino de centros como Tokyo, Amberes, Londres,

Estocolmo, Barcelona, Nueva York, Berlín, Roma, Milán.»¹⁴⁸

Cada vez es más difícil conseguir buenos géneros y materiales para confeccionar, al mismo tiempo que aumenta cada año la facilidad de comprar en el exterior, pues son más accesibles las posibilidades de viajar —y como parte del viaje realizar compras— sumado a que mayor es el crecimiento y la comodidad de la venta por internet de cualquier tipo de producto o servicio.

Si bien la totalidad de las personas que entrevistamos afirmaron que el método más efectivo para darse a conocer ha sido el tradicional boca a boca, hoy en día son muy pocos los que no han recurrido a las herramientas informáticas para darse a conocer. La mayoría poseen perfiles en las diferentes redes sociales donde comparten sus diseños, inspiraciones y procesos. Se trata de generar un vínculo con la clientela, mantenerlos al tanto e involucrarlos en aspectos que antes eran inherentes a la privacidad del diseñador.

12.5. ¿Qué fenómenos matan la Alta Costura?

Cabe destacar la escasez de eventos donde la población acostumbra a vestirse de gala, lo que disminuye las ocasiones en que una persona pueda desear tener un vestido de Alta Costura. Por lo tanto, cuando llega el momento de llevar a cabo la compra, surgen cuestionamientos como, por ejemplo: ¿Cuánto cuesta un vestido de Alta Costura? ¿Cuánta confianza tengo con quien me lo confeccionará? ¿Cuánto tiempo implica ir a la toma de medidas, elección de la tela y asistir a las pruebas? ¿Cuántas veces me pondré ese vestido? ¿Cuánto cuesta un vestido en un local donde ya lo tienen pronto? ¿Cuánto tiempo y dinero me cuesta comprarme uno por internet?

-El costo: las prendas de Alta Costura, de por sí, son más caras que las de otro tipo de vestimenta. ¿Por qué pagar un objeto mucho más caro si puedo tener uno que satisfaga prácticamente las mismas necesidades, pero que no es de Alta Costura y me sale mucho más barato?

-El tiempo: para obtener una prenda de Alta Costura hace falta dedicarle tiempo,

147. LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. Op. Cit. Pag. 50.

148. SAULQUIN, Susana. Op. Cit. Pag. 108.

asistir al atelier, pensar en el diseño, elegir el material, mandar a hacer la prenda, probarla al menos dos veces antes de que esté lista para usar. En el mundo en que vivimos todo pasa rápido, las personas no tienen tiempo para planificar y menos aún quieren disponer de él, teniendo otras opciones que les permiten acceder en más de la mitad de tiempo a un resultado que creen similar. Lo más fácil, al parecer, es ir a una tienda y comprar una que ya esté confeccionada. «Queremos todo ya.»

-Diversidad: vivimos en la era del consumismo, y los consumidores no quieren una chaqueta de Alta Costura que les dure toda la vida, quieren muchas, de diferentes colores y largos. Eligen variedad sobre calidad, prefieren tener más, aunque sean peores, que una sola, pero de mejor calidad.

-Prêt-à-porter de fiesta: cada vez son más las tiendas de indumentaria que incluyen en su oferta de productos y trajes de fiesta ya confeccionados con opciones de talles y colores, muchos de ellos importados. Esta área solía ser exclusiva de la Alta Costura, que priorizaba la exclusividad y diferenciación, pero ya no. Podríamos nombrar tiendas como TITS, o la conocida casa LA ÓPERA, pero también sucede

en tiendas pequeñas como son Juana de Arco, o el claro ejemplo de lo que sucede con el fenómeno Caro Criado. Hoy en día muchas chicas, que tienen la posibilidad de asistir a un evento de índole formal, tienen para elegir entre mandárselo a hacer o comprarlo hecho a una marca como esta, que si bien, no es Alta Costura, está ocupando muchas veces su lugar.

-Escasez de eventos de gala: cada vez son menos los eventos a los que asistir con un vestido especial. Las clientas evalúan que la mayoría de las fiestas que tendrán en el año serán semiformales o casuales, apostando cada vez más a la desestructuración. Los eventos nacionales a los que los invitados pueden asistir con un vestido de gala son: las entregas de premios Iris, las presentaciones de programación de los canales de televisión y cumpleaños de quince o bodas, donde quienes se visten de gala son la quinceañera, su madre, la novia y las madrinas de la boda.

-Mano de obra: ya no hay quien maneje las técnicas artesanales que requiere la Alta Costura y mucho menos quien enseñe esas técnicas, a causa de la desaparición de los viejos maestros por su avanzada edad. Algunos de los que saben no lo hacen porque no tienen paciencia, otros,

porque no quieren compartir su conocimiento, por miedo a ser superados. Por suerte, no todas las personas que conocen la técnica toman la misma decisión. Contamos con el testimonio de Andrea Ferreira, alumna heredera de Charo, la gran bordadora que ha tenido nuestro país, a quien muchos de los diseñadores reconocidos le encargaron innumerables bordados con la confianza plena de que era la mejor.

Charo falleció en 2014, pero fue muy astuta al dejar sus conocimientos plasmados en Andrea, quien trabajó con ella desde los catorce a los treinta y cinco años, aprendiendo todas las técnicas de bordados. Andrea ha intentado enseñarles a otras personas, pero no le resultó. El día antes de fallecer, Charo llamó a Andrea para pedirle que termine un trabajo de Marta Moizo, y le pidió a su hijo que esta se encargue de su negocio, que le dejara los materiales. «Le agradezco a Charo que me haya dejado esta herencia, es lo mejor que me puede haber dejado, es un amor, una pasión.»¹⁴⁹

Le transmitió la exigencia de desarmar un trabajo y empezarlo de nuevo si algo no le convence y la capacidad de poder resolver trabajos en sueños. De todas maneras, es consciente de que sus trabajos jamás

van a ser iguales a los de Charo, por más que se esfuerce, tienen manos diferentes. La capacidad que tenía Charo de apoyar la prenda en la falda, ponerse a dibujar y realizar el bordado con la misma facilidad que el dibujo, es imposible de heredar.

«Acabamos de pasar por la pérdida de un ser muy querido, la bordadora Charo. Teníamos tal confianza que yo le llevaba la pieza, y si ella no estaba, me llamaba por teléfono para explicarle lo que quería, y me entregaba exactamente lo que le había pedido.»¹⁵⁰

149. FERREIRA, Andrea: bordadora. Entrevista realizada para esta investigación, 2015.

150. CABALLERO, Quique. Op. Cit.

12.6. Conclusiones

Hemos observado que no existe un único concepto formado sobre lo que es o debería ser Alta Costura en nuestro país. Cada persona entrevistada ha brindado su visión sobre el tema, teniendo algunos puntos en común, pero prioridades diferentes.

Para quienes han podido vivir la edad de oro del país afirman, con total seguridad, que la Alta Costura ya ha muerto, y que será imposible volver a revivirla, por la inmensidad de cambios que han ocurrido.

Hace mucho tiempo era muy común tener vestidos de Alta Costura diferentes para cada día o, incluso, realizar varios cambios de ropa en una misma jornada. Actualmente esto es inconcebible, los vestidos de Alta Costura se reservan entonces para ocasiones especiales y no hay acceso democrático a los mismos, sino que están destinados a un público muy selecto de gran poder adquisitivo.

En algunos momentos, la Alta Costura era la que definía los lineamientos de la moda en general, en otros, se adaptaba a lo que dictaban los movimientos sociales emergentes. Lo único que siempre ha permanecido es el estrecho vínculo que existe

entre la Alta Costura, el vestir cotidiano y la ideología predominante en cada época.

Aquellos que se inician recientemente en este ámbito, no consideran que la Alta Costura haya muerto, sino que han modificado ciertas características de la misma para adaptarla. Comparten la teoría de los ciclos de la moda y entienden que, poco a poco, las clientas están buscando más calidad en los diseños.

Cada diseñador ha adaptado un concepto genérico que se amolde a su propuesta. Algunos priorizan la confección de la prenda realizada enteramente a mano; otros valoran la exclusividad, aunque incorporen costuras a máquina; hay quienes la definen por estar realizada a medida para un cuerpo determinado o quienes consideran la calidad de los textiles que se utilizan. Lo cierto es que no existe hoy en día, en nuestro país, quien combine todos estos aspectos.

Así como cada uno tiene su concepto personal de Alta Costura, sus clientes los han elegido porque sus trabajos se adaptan mejor a sus necesidades. A pesar de que se trata de un mercado pequeño, en él podemos encontrar clientes que valoren la técnica; otros, la calidad de los textiles

o la comodidad del diseño; la exclusividad o lo diferente.

Puede ser que una Alta Costura haya desaparecido, pero sin duda ha dado paso a otra que intenta hacerse un lugar en la nueva realidad de nuestro país y del mundo en general. Una Alta Costura más dinámica y no tan estructurada, pero que sigue apostando por la dedicación y la calidad. Que valora las técnicas artesanales sobre la producción en serie, que pone un freno al consumismo desenfrenado y les permite a los consumidores desear un producto y ver su proceso paso a paso, sentir que fue hecho para él. Aún hoy, existen trabajadores textiles que dedican su vida a idear drapeados y bordados, y que trabajan días enteros para lograr una prenda determinada. Que materializan sus sueños a través de la Alta Costura.

Sin duda, en esta transformación ocurrida con el transcurso de los años, la Alta Costura ha pasado por diferentes etapas, sirviendo en todo momento como herramienta de reconocimiento y diferenciación social. Lejos de ser frívola, la moda es una manera de reflejar lo que ocurre en la sociedad, se utiliza como medio de expresión. Está en manos de los diseñadores guiar el camino de la vestimenta,

saber leer lo que los consumidores están esperando y, más que nada, necesitando.

Podemos ver que casi todos los diseñadores que hemos mencionado han comenzado su carrera dedicándose al diseño del prêt-à-porter, y luego los caminos de la vida los han conducido finalmente a trabajar en este rubro. Es ahí donde realmente adquieren renombre.

Apreciamos también la preponderancia de egos, celos, y actitudes de cada diseñador frente a sus colegas. Hay quienes, convencidos de que su trabajo es lo mejor que pudieron haber llevado a cabo, entienden con total franqueza que no hay nada ni nadie que pueda igualarlos y mucho menos superarlos. Apartados de toda maldad, estas personas creen que esto es así, y es tan entendible como la concepción de la palabra diseño, en sí misma, cuando involucra la originalidad. Ellos creen que no hay nada más original que sus diseños, y en cuanto surge la mínima posibilidad de evidenciar el detalle en falso de un colega, lo mencionan, casi sin querer queriendo, para afirmar su idea de divinidad absoluta.

Entendemos entonces que la diversidad de conceptos que existe en el 2015, a la hora de definir la Alta Costura en Uruguay, re-

fleja una sociedad abierta a los cambios, que valora la tolerancia y que comienza a descartar el lujo como forma de vida ideal. De por sí, la idiosincrasia del ciudadano uruguayo ha buscado desde siempre caminar por el sendero del perfil bajo, lejos de la ostentación, sumado a la nueva visión cada vez más descontracturada y liberal que se siente en la vida diaria.

Estuvimos inmersos mucho tiempo en el mundo de la globalización, y no es tan fácil poder salir de allí, pero poco a poco se ha tomado conciencia de la necesidad de cambiar, de respetar el ecosistema, valorar los recursos, la ecología está de moda, por la simple cuestión de habernos empezado a dar cuenta de la necesidad de poner un freno al capitalismo.

Por suerte, aunque a ritmo lento, se están empezando a llevar a cabo propuestas de sensibilización, de inclusión, de cuidados del medio ambiente, de protección para trabajadores, etc.

Vivimos en un país donde la clase alta es minoritaria y al mismo tiempo se busca disminuir la pobreza extrema. Por lo tanto, ¿de qué vale seguir apostando a una Alta Costura elitista, a la que solo pueden llegar unos pocos millonarios?

Quizás sea el momento de dar paso a nuevas mentalidades que propongan diseños de prêt-à-porter, ready to wear, es decir ropa casual de muy buena calidad, con mano de obra nacional y materiales producidos por fábricas uruguayas.

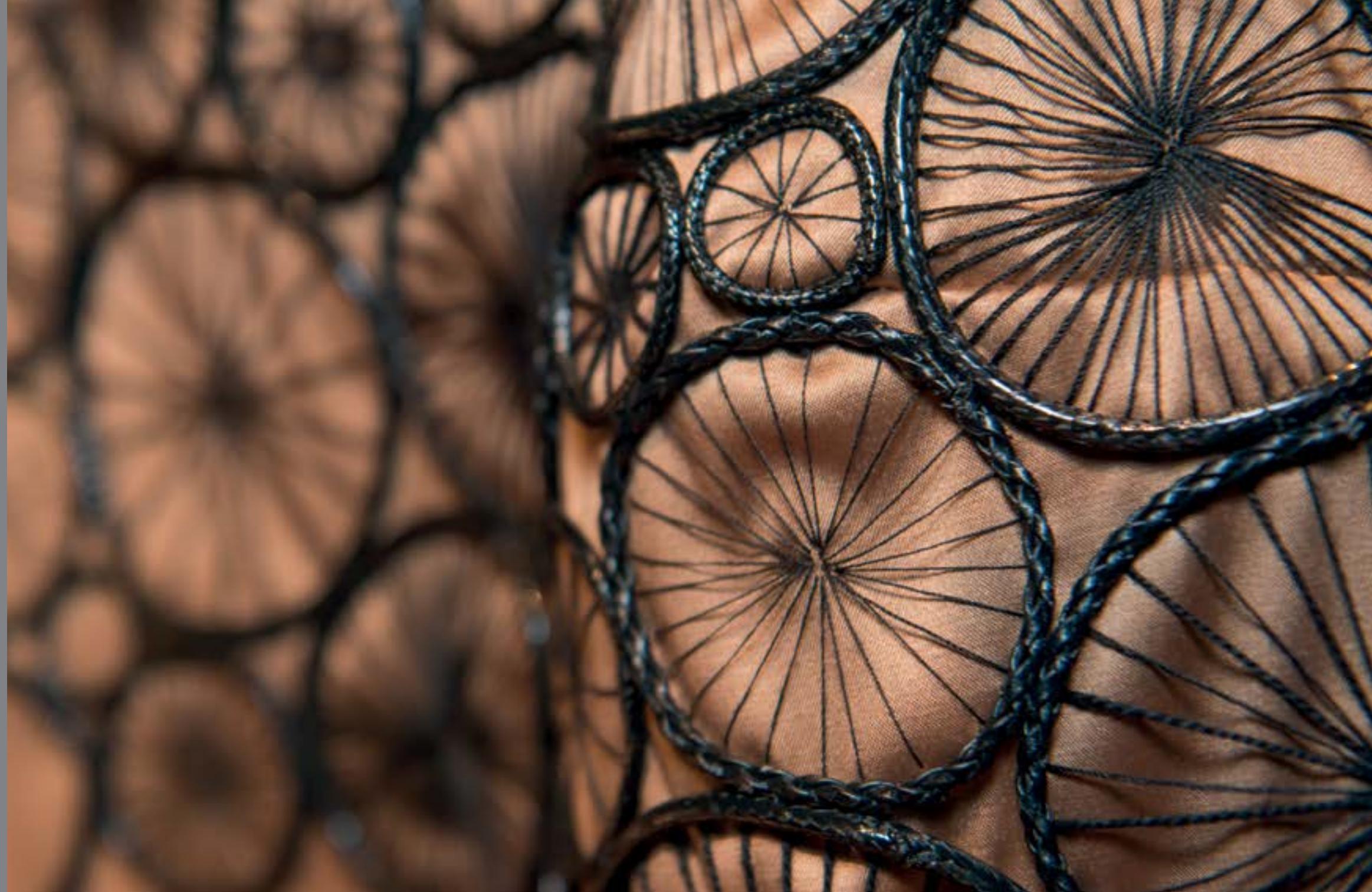
Sería muy positivo que se tomara conciencia, entonces, de la necesidad de entender a la moda como una industria de enorme importancia, aprovechando la inmensidad de recursos con los que cuenta el país. Comenzando por mencionar que somos un país lanero; siguiendo, con la cantidad de jóvenes interesados en estudiar diseño, donde las escuelas podrían reformar sus planes de estudio, basando la enseñanza en el conocimiento de las técnicas de moda con la misma profundidad que lo hacen hoy en día en el área de diseño y creatividad.

Muchas personas entrevistadas afirmaron que todos los hechos sucedidos en la historia se produjeron de manera cíclica. Y a esta esperanza es que nos aferramos como futuras egresadas de la Escuela Universitaria Centro de Diseño, Facultad de Arquitectura, Universidad de la República, con el sueño de una industria textil nacional apoyada por la sociedad toda.

Esperamos haber podido contribuir, aportando este granito de arena, en el conocimiento de los personajes que han formado parte de la historia del Uruguay, dedicados con pasión por la rama de la Alta Costura.

Si bien nos ha llevado un trabajo de mucho tiempo, esfuerzo, dedicación, reflexión, perseverancia y valentía, es muy placentero poder ver el resultado, y hemos realizado con mucho afecto cada paso de esta investigación.

Glosario



Glosario

Accesorios

Complementos que se utilizan para terminar un atuendo. Por ejemplo zapatos, bolsos, cintos, anteojos, joyas o bijouterie.

Acle

Boutique montevideana ubicada en la calle Camacúa.

Ana Livni

Marca de vestimenta enmarcada en la moda lenta, dirigida por los diseñadores: Fernando Escuder y Ana Livni.

Aplicación

Método de costura de piezas de tejido recordadas en una tela de base para crear un efecto decorativo.

Atelier

Término francés con el que se designa un taller de artesanos muy cualificados y que está vinculado a una casa de Alta Costura.

Avío

Todo elemento que se agrega, imprime o emplea para completar el proceso de confección y embellecimiento de una prenda, para llegar al consumidor final de forma presentable.

Ballena

Sustancia córnea extraída de la mandíbula superior de la ballena que, adecuadamente tratada y convertida en varillas, se utilizó en el armazón de corsés y trajes de noche hasta que el plástico y los tejidos elásticos hicieron inútil su empleo.

Bandera

Muestras de tela que se realizan para seleccionar cuáles se van a producir en gran escala.

Beatles

Grupo musical inglés muy famoso a partir de la década de los sesenta y cuya forma de vestir influyó decisivamente en la juventud de su época. John Lennon, Paul McCartney, Ringo Starr y George Harrison aparecieron con largos flequillos, que se transformaron en importantes melenas. Lucieron casacas de colores, ropas exóticas o inverosímiles y transgredieron así todos los principios de la indumentaria masculina tradicional.

Bloggeros

Es el autor de un blog o bitácora, es decir, una página web a modo de diario en la que se publican artículos periódicamente. Se encargan de administrar los comentarios de los lectores, estableciendo un diálogo con ellos, siendo esta una de las características más interesantes de los blogs.

Blusa

Nombre que recibe la camisa femenina.

Boca a boca

Fenómeno que se produce al recomendar un producto o servicio, donde una persona cuenta anécdotas reales o inventadas, recomendaciones, de una manera informal, y luego cada persona que escuchó tal comentario, lo reproduce a otras.

Bordado

Adorno del tejido que puede adoptar las formas más variadas y estar hecho con los más diversos materiales.

Boutique

Palabra francesa que significa 'tienda' y que fue utilizada profundamente en todo el mundo a partir de los años sesenta.

Capitales de la moda

Son ciudades que tienen una gran influencia en las tendencias de la moda internacional y son un centro clave para la industria de la moda.

Casa Pueblo

Edificación construida por el artista uruguayo Carlos Páez Vilaró, ubicada en Punta Ballena.

Chal

Gran cuadrado o rectángulo de tela que ha acompañado la indumentaria femenina desde el siglo XIX.

Chaqueta

Se llama así, genéricamente, a la prenda de abrigo que cubre la parte superior del cuerpo, brazos incluidos, y que utilizan tanto hombres como mujeres.

Cierre

Pieza o sistema que sirve para cerrar toda clase de prendas. A lo largo del siglo XX surgieron otros sistemas como la cremallera, los cierres metálicos a presión y el velcro.

Chambre Syndicale de la Couture Parisiense

Asociación fundada en 1911 para promover la tradición parisina de la Alta Costura. Entre sus actividades están: la organización y regulación de las colecciones, las relaciones con la prensa, la defensa de los derechos de autor y la gestión de centros de formación profesional.

Chanel & Mariage

Son dos sederías que pertenecen al mismo dueño. Chanel está ubicada en ubicada en Río Branco 1367 esquina 18 de Julio, y Mariage se encuentra en 26 de Marzo 3451 esquina Marco Bruto.

Cinta

Tejido largo y angosto de cualquier materia y cualquier color que sirve para atar, ceñir o adornar.

Colecciones

Son las líneas de ropa que, temporada tras temporada, crean los diseñadores. Suelen presentarse en los circuitos de la moda que son, por excelencia, las semanas de la moda o Fashion Weeks de todo el mundo.

Confección

Término que empezó a utilizarse en Francia a mediados del siglo XIX para describir la producción en serie de prendas económicas y listas para usar.

Copista

Dícese de la persona capaz de realizar una copia exacta de un modelo.

Corsé

Proviene del francés corset, una prenda que durante siglos formó parte de la ropa interior femenina ciñendo el cuerpo desde el pecho hasta las caderas mediante una estructura que se ataba a la espalda. Suele tener forma de corpiño, sin mangas, reforzado con ballenas, varillas de metal o de madera, y va anudado. El término corsé no apareció hasta el siglo XIX, aunque esta prenda ya se utilizaba en el siglo XVIII con el nombre de corpiño. Actualmente ha sufrido ciertas transformaciones y es utilizado en muchas ocasiones como prenda superior, que junto con la falda completan el vestido de quinceañera y algunos de novia.

Corte

Se llama así a la forma en que una prenda está cortada y realizada, y también a la forma en que la prenda cae sobre la persona.

Corte al bias

Forma de cortar el tejido diagonalmente respecto a la dirección de los hilos, lo cual aporta elasticidad a la tela, que así se adapta a las curvas del cuerpo. La diseñadora francesa Madeleine Vionnet popularizó este corte en las décadas de 1920 y 1930.

Desnudez

Estado en el que no se está vestido por completo.

Doblado

Pliegue que, como remate, se hace a la ropa en los bordes doblándolos hacia adentro y cosiéndola.

Drapeado

Es una técnica de costura que conforma pliegues en la tela para darle mayor volumen y caída. Paul Poiret usó esta técnica para la creación de corpiños y vestidos dando un aire delicado a la silueta femenina con cierta reminiscencia a la indumentaria grecoromana. Los más famosos drapeados fueron realizados en gasa y seda por la francesa Madame Grès.

Elastano

Fibra sintética que también se conoce como spandex y cuyo valor reside en su extrema elasticidad.

Encaje

Tejido ornamental que deja huecos entre su entramado, que conforma un dibujo, logrando una tela con transparencias. Suele estar elaborada en seda o lino por su finura y resistencia, aunque también los hay de algodón o hilos más sencillos.

Su origen se establece en Venecia a mediados del siglo XVI.

Entretela

Lienzo de algodón o de otro material que se colocaba entre la tela y el forro de una prenda de vestir. Hoy en día existen distintos tipos: de tela, de papel, termomoldeables. Se eligen dependiendo el tipo de tela a utilizar y prenda a confeccionar.

Escote

Forma que adopta la parte superior del vestido en relación con la superficie de cuerpo que deja al descubierto. Elemento ligado a la seducción femenina, ha sido parte fundamental de la moda y sus variaciones han venido marcadas tanto por motivos estéticos como por la permisividad y liberalidad de las costumbres de cada momento.

Estand

Puesto desmontable y provisional en el que se expone o se vende un producto en una feria o un mercado.

Estatus social

Describe la posición social que un elemento o individuo ocupa dentro de una sociedad o en un grupo social de personas.

Faja

Prenda interior femenina que sirve para modelar la parte inferior del torso y en ocasiones las piernas.

Fashionista

Persona que conoce y aplica las tendencias a su atuendo, por lo que su interés por el mundo de la moda es mayúsculo.

Fashion week

Expresión proveniente del inglés que significa ‘semana de la moda’. Son eventos que se realizan en las principales capitales del mundo, donde los diseñadores muestran sus colecciones otoño-invierno y primavera-verano. Las principales semanas de la moda se realizan en New York, Londres, Madrid, Milán y París.

Feminismo

Es un movimiento social y político que supone la toma de conciencia de las mujeres como grupo o colectivo humano, de la opresión, dominación, y explotación a la que han sido y son objeto por parte del colectivo de varones en el seno del patriarcado bajo sus distintas fases históricas de modelo de producción. Esto las impulsa a actuar para lograr la liberación de su sexo con todas las transformaciones de la sociedad que aquella requiera.

Fibras

Conjunto de filamentos o hebras susceptibles de ser usados para formar hilos, bien sea mediante hilado, o mediante otros procesos físicos o químicos. Así, la fibra es la estructura básica de los materiales textiles. Se considera fibra textil cualquier material cuya longitud sea muy superior a su diámetro y que pueda ser hilado.

Figurín

Dibujo o modelo en papel de la figura humana a escala, que sirve de patrón para configurar una prenda de vestir.

Fitness

Palabra que proviene del inglés, actividad física de movimientos repetidos que se planifica y se sigue regularmente con el propósito de mejorar o mantener el cuerpo en buenas condiciones.

Gala

Fiesta o ceremonia de carácter extraordinario, elegante y con muchos invitados que se organiza para celebrar acontecimientos de gran importancia.

Galería Caubarrére

Galería montevideana ubicada en la calle 18 de julio esquina Convención

Galería del Virrey

Galería montevideana ubicada en la calle 18 de Julio entre Yí y Yaguarón.

Galería Libertador

Galería montevideana que cuenta con acceso por las calles 18 de julio y Colonia.

Galón

Cinta fuerte y estrecha que se coloca en las prendas de vestir para protegerlas o para adornarlas.

Garislugo

Tienda que ofrece vestidos de novia, madrina y quince años, establecida desde 1967 en Montevideo.

Gasa

Tejido muy ligero y transparente realizado generalmente de seda.

Gazar

Tipo de organza gruesa y satinada.

Glamour

Expresión norteamericana para designar el atractivo irresistible. Las revistas de moda europeas la divulgaron a partir de los años ochenta.

Godet

Pieza de tejido estrecha por arriba y ancha por abajo que se añade a faldas o mangas para crear amplitud.

Hilván

Tipo de costura provisoria de puntada larga que sirve para preparar la costura definitiva.

Indumentaria

Conjunto de prendas que visten a una persona.

Introzzi

Gran tienda que supo tener la ciudad de Montevideo. Su enorme edificio abarcaba la media manzana delimitada por Galicia en esquina con Rondeau, llegando a Paraguay. En ella se podía encontrar trajes de confección y también se realizaban medidas en base a su gran registro de telas. Un gran taller de pantaloneiras, sastres, modistas y cosedoras que abarcaba más de doscientas personas.

La Ópera

Es una empresa nacional dedicada a la comercialización de indumentaria femenina. Nace de la idea de vestir a la mujer de acuerdo a las últimas tendencias de la moda europea. Inspirado su nombre en la antigua Ópera de París, en el año 1926, se inaugura el primer local en Montevideo, siguiendo el estilo arquitectónico de las grandes tiendas parisinas. Actualmente cuenta con cuatro locales de venta distribuidos en Montevideo y Maldonado.

La Silencieusse

Gran tienda de indumentaria que funcionó en la calle Ituzaingó de Montevideo hasta el año 1998, cediendo paso a la apertura de un restaurante que lleva su nombre.

Lencería

Ropa interior o ropa para dormir femenina.

Lentejuelas

Discos brillantes pequeños, generalmente de plástico, que se cosen a un tejido.

London París

Tienda ubicada en la esquina de 18 de julio y Río Negro, que contaba con varios pisos donde se exhibían y vendían una enorme variedad de productos, siendo el último piso el taller de confección, cuyos artículos y prendas se distribuían por catálogo a todos los rincones del país.

Madonna

Cantautora, actriz y empresaria estadounidense. Muchas de sus canciones han alcanzado el número uno en las listas musicales de varios países alrededor del mundo y ha sido elogiada por los críticos por sus producciones musicales y puestas en escena, dándole el título de «la Reina del Pop».

Madrina

Mujer que presenta o acompaña a una persona cuando esta recibe un sacramento. En esta publicación se hace referencia a las mujeres que acompañan a los novios en la celebración del matrimonio donde desempeñan una función principal y protagónica durante la ceremonia.

Maison C

Casa de venta de telas ubicada en Juan Benito Blanco 709.

Maniquí

Esta palabra hace referencia a una figura con forma humana que sirve para mostrar o exhibir prendas de vestir, y también refiere a un armazón con figura de cuerpo humano sin extremidades que sirve para probar y arreglar prendas de vestir.

Mantón

Pañuelo grande, pieza cuadrada o rectangular, que se echa generalmente sobre los hombros.

Máquinas Brother

Marca de máquinas de coser de avanzada calidad, con reconocimiento a nivel mundial.

Marca

Señal o signo que sintetiza la identidad de un producto.

Marketing

Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Mary Jane

Tipo de zapato de salón, con punta redondeada y correa. Se ata con una hebilla cruzada en el empeine.

Mediomundo

Conventillo de Montevideo ubicado en el barrio Sur, transformado en un templo del canchero artista.

Microfibra

Fibra o filamento extremadamente fino, en general inferior a 1,0 denier. Desde que una fábrica textil japonesa la creó, a partir del poliéster en 1970, se han producido tejidos de microfibra de alta volatización y ventilación.

Microtul

Tejido transparente de seda, algodón o hilo, que forma una red de mallas redondas u octogonales, con una trama más cerrada que la del tul. Ver tul.

Minifalda

Falda corta que llega a medio muslo, popular desde principios de la década de 1960.

Minimalista

Sencillez en su máxima expresión. La tendencia del minimalismo en la moda lo reduce todo a lo esencial y utiliza solo elementos básicos, sin adornos ni accesorios.

Miriñaque

Falda rígida completa acampanada que debe su volumen a una estructura de capas de enaguas.

Miss Punta del Este

Certamen de belleza que se realiza en Punta del Este, el balneario más importante de Uruguay.

Miss Uruguay

Es un título de belleza femenina concedido en Uruguay, realizado anualmente juzgando la belleza de candidatas provenientes de diferentes departamentos del país. Originalmente el certamen se denominaba “Miss Uruguay” pero, a partir de 2004, pasó a denominarse Miss Universo Uruguay.

Moda careta

Expresión coloquial que hace referencia a la moda tradicional o a la que visten personas de clase alta.

Moda punk

Movimiento social y cultural que surge en Inglaterra en la década de 1970. Sus miembros suelen vestirse de manera poco convencional.

Moda rápida

Fenómeno de producción y consumo masivo que se incrementa a la misma velocidad a la que las tendencias van sufriendo modificaciones.

Modelaje

Creación de la moldura necesaria para llevar a cabo las prendas de ropa. Puede trabajarse en plano o directamente sobre el cuerpo humano o el maniquí.

Modista

Persona encargada de confeccionar las prendas de ropa. Desempeña tareas de corte y modelaje, de confección y en algunos casos de acabado y terminación.

Montevideo Fashion Week

Evento producido por María Inés Rodríguez, donde año tras año se convoca a diseñadores y emprendedores nacionales e internacionales a presentar sus colecciones en las instalaciones del Radisson Victoria Plaza Hotel.

Moweeek

Evento que dura un fin de semana donde se desarrollan diferentes actividades relacionadas a la moda, como desfiles de presentación de colecciones de diseñadores de autor, emprendedores, en pasarela o en los showrooms, donde el público puede recorrer y probar los distintos productos que los comerciantes tienen para ofrecer. Realizado dos veces por año en las instalaciones del LATU.

Movimiento hippie

Movimiento contracultural, libertario y pacifista, nacido en los años 1960 en Estados Unidos.

New Look

Estilo patentado por Christian Dior en 1947. El estilo New Look marcaba un retorno a la silueta femenina, acentuando el busto y la cadera con una cintura entallada, gracias a la ropa interior reforzada con ballenas y faldas largas acampanadas.

Novia

En esta publicación se hace referencia a la mujer que contrae matrimonio, durante ceremonia y en los momentos que la preceden.

Oficiala

Categoría otorgada a aquellas personas que han desarrollado sus capacidades luego de ingresar a trabajar en un taller de costura.

Ojal

Abertura pequeña hecha sobre la tela para encajar el botón y que sirve de cierre de la prenda.

Orillo

Borde de una pieza de tela tejida o de punto que impide que el material se deshilache.

Outfit

Término anglosajón que hace referencia a un conjunto de prendas combinadas de una manera determinada. Se refiere a un atuendo concreto y su uso se ha popularizado hasta el punto de emplearse como sinónimo del término 'conjunto' en las publicaciones de moda.

Pace fashion

Ver: moda rápida.

Pantalón

Prenda externa que cubre el cuerpo desde la cintura hasta los tobillos, en dos secciones separadas para las piernas.

Pañero

Persona que tiene como oficio vender paños o telas.

Parque Hotel

Edificio ubicado en la rambla y Joaquín de Salterain, actual sede del Mercosur.

Pasarela

Plataforma sobre la cual desfilan las maniqués exhibiendo diferentes modelos.

Patchwork

Técnica mediante la que se cosen entre sí pequeños retales para formar una tela más grande. Se puso de moda en la década de 1970.

Paylana

Empresa textil nacional fundada en 1946. Se encargaba del proceso de hilado, teñido y fabricación de lana, ubicada en la ciudad de Paysandú. Funcionó hasta el año 2013, cuando pasó a llamarse Tessamérica Cooperativa.

Pegar un cierre

Expresión que hace referencia al acto de colocar un cierre en una prenda.

Personal shopper

Persona que se encarga de asesorar y aconsejar a otras en el momento de realizar una compra, de manera personalizada.

Personal trainer

Un personal trainer (en inglés) o entrenador personal (en español) es un profesional que se encarga de ayudar a las personas a realizar ejercicios físicos con rutinas y consejos especializados, enfocados según las necesidades y perfil de cada individuo.

Pespunte

Forma de cosido resistente de puntadas idénticas que quedan a la vista u hacen el acabado de ciertas prendas.

Piedra

Define a aquellos elementos pequeños que se utilizan para bordar una prenda, ya sea mostacillas, canutillos, etc..

Pinzas

Pliegue que se cose en una tela para darle una forma determinada.

Pliegue

Dobleza hecho en la ropa para adorno o para dar forma a la tela.

Plisado

Sistema de pliegues paralelos, que pueden ser de diversos tipos, sobre un tejido.

Plus

Característica o cosa que se añade a lo normal o a lo que corresponde.

Prêt-à-porter

Expresión francesa que significa listo para llevar y que está tomada del inglés ready to wear. Designa un sistema de prendas fabricadas en serie, en tallas estándares, como alternativa a la ropa hecha a medida o a hacerse la ropa uno mismo. Su popularidad y su calidad aumentaron a partir de la década de 1960.

Pronovias

Feria nacional que se realizó durante un período para promocionar diferentes servicios relacionados a la organización de bodas.

Pronovias Fashion Group

Es una empresa española que diseña y exporta vestidos de novia a muchas partes del mundo. Su sede central se ubica en Barcelona y su representante en Uruguay es Viarosa, quienes año a año importan vestidos de la marca para exhibir y ofrecer a sus clientas.

Puntilla

Encaje angosto hecho generalmente de puntas y que se suele coser o añadir a otro encaje o a cualquier otra tela para adornar prendas de vestir.

Push-up

Relleno que se coloca en la parte interior de la prenda en la zona del busto para aumentar su tamaño, generalmente se realiza de un material acolchonado.

Radisson

Cadena de hoteles de carácter mundial cuya sucursal en nuestro país, es un prestigioso edificio ubicado en la Plaza Independencia de Montevideo.

Ralph

Sedería ubicada en Río Branco 1366, esquina 18 de Julio.

Ready to wear

Ver prêt-à-porter

Revés

Denominación que recibe la faz oculta del tejido o de la prenda.

Ronditex

Sedería ubicada en Río Negro 1283, entre Soriano y San José.

Sastre

Persona que tiene por oficio cortar y coser trajes, preferentemente de hombres.

Satén

Tejido de seda con acabado brillante originario de China. Se le conoce también como raso, por las mínimas diferencias entre ambos tejidos.

Second life

Expresión en inglés que significa ‘segunda vida’.

Seda

Tejido de origen milenario producido a partir de los gusanos de seda y símbolo de la exquisitez.

Sedería París

Antigua tienda que existió en la calle Sarandí de Montevideo.

Shantung

Tejido de seda hecho a mano con irregularidades en la superficie.

Shopping

Término anglosajón cuyo significado es ‘ir de compras’. Hace referencia al hecho de ir a tiendas, habitualmente con intención de compra, aunque también al mero hecho de mirar ropa.

Show de los pañuelos

Espectáculo organizado por el peluquero Gerardo Álvarez, con intención de mostrar sus grandiosos peinados, producía desfiles donde realizaba, sobre la modelo en pasarela, originales tocados con pañuelos.

Showroom

Se trata de espacios abiertos en los que los diseñadores o fabricantes exponen sus nuevas colecciones con objeto de darlas a conocer a compradores y consumidores.

Sisa

Borde de tela de una pieza al que se cose la manga.

Slow Fashion

Expresión del inglés que significa ‘moda lenta’. Hace referencia a una corriente de moda sustentable que valora y promueve las prendas realizadas artesanalmente pensadas para un uso prolongado. Lucha contra la acumulación de ropa en el armario y defiende la opción de colecciones atemporales.

Sobrefalda

Falda corta o larga que se encuentra sobre otra como ornamentación.

Soirée

Palabra francesa que significa el momento del día comprendido entre la caída del sol y la medianoche, pero en esta publicación hace referencia al nombre de un tipo de vestimenta.

Solapa

Cualquier parte de una prenda vuelta para que se vea el reverso.

Tabla

Pliegue simétrico hacia adentro que produce en el exterior el efecto de una tabla o tableado.

Tabú

Todo aquello que está prohibido hacer o decir, ya sea por convenciones religiosas, psicológicas o sociales.

Tailleur

Término francés que se utilizó desde los años treinta a los sesenta para designar el traje de chaqueta femenino, o traje sastre compuesto de una falda y una chaqueta a juego.

Tapado

Prenda gruesa de vestir, de manga larga, que cubre el cuerpo hasta debajo de la rodilla; va abierta por delante y se pone sobre otras prendas para proteger el cuerpo del frío.

Tejido

Materia prima de la indumentaria, llamada así por entrecruzar -tejer- filamentos o hilos de diversas materias. La novedad de la moda ha ido siempre acompañada de nuevos tejidos y descubrimientos textiles.

Telas de punto

Aquellas telas cuya elaboración surge de la formación de mallas a partir del entrelazado del hilado.

Tendencia

Idea estética que se orienta en determinada dirección y que tiene una evolución a nivel mundial de unos seis años aproximadamente. Una vez que se hace exagerada su manifestación, la tendencia comienza a desaparecer para dar paso a otra. Las tendencias son ahora mucho más efímeras debido a la fugacidad de la moda y al gran material visual del que disponemos tanto en papel como en formato digital.

Teseando

Término que proviene de la palabra tesis, aplicado por las autoras, generando el verbo tesar, para definir la acción de estar realizando la tesis.

Tocado

Adorno de cabeza más o menos voluminoso utilizado por las mujeres, que adoptó formas variadas según las modas.

Toile

Expresión francesa que designa el prototipo de una prenda hecho en una tela de muselina, por lo general, y que utilizan los modistos para ver el efecto de un modelo antes de su realización definitiva.

Top model

Expresión anglosajona que comenzó a utilizarse en los años ochenta y que describe a aquellas modelos de moda y de publicidad que han alcanzado la fama internacional y honorarios millonarios.

Traje pantalón

Traje femenino con pantalón en vez de falda. Se popularizó a finales de la década de 1960, cuando Yves Saint Laurent y André Courrèges lo lanzaron como prenda de moda urbana y de etiqueta.

Traje sastre

Traje femenino que consiste en una falda y una chaqueta, confeccionado por un sastre en lugar de una modista. Data de la segunda mitad del siglo XIX.

Transparencias

Estilo que se define por un tejido transparente que se lleva directamente sobre la piel. Yves Saint Laurent lo potenció en la década de 1960.

Tul

Tejido transparente de seda, algodón o hilo, que forma una red de mallas redondas u octogonales. Su nombre proviene de la ciudad francesa Tulle, donde se fabricaba este tipo de tejido en el siglo XVIII.

Underground

Que se aparta de la tradición o de las corrientes contemporáneas habituales e ignora voluntariamente las estructuras establecidas, especialmente referido a las manifestaciones culturales.

Unisex

Término que nació en los años sesenta para definir una moda, originada en Londres, que podía ser utilizada tanto por hombres como por mujeres y que definió la tendencia juvenil a la equiparación y aproximación de los sexos propia del movimiento juvenil de los años sesenta.

UTU Figari

Escuela de artes y artesanías, ubicada en la calle Durazno. Lleva el nombre del artista uruguayo Pedro Figari y funciona desde los años cincuenta con la posibilidad de estudiar más de diez disciplinas.

Velo

Pieza de tela ligera y transparente, generalmente tul, gasa o encaje, que cubre la cabeza ocultando parcialmente la cara. El velo largo y blanco ha sido un complemento habitual de los trajes de novia.

Vestido

Se llama así, genéricamente, al traje femenino. En su acepción más restringida, un vestido es un traje que cubre completamente el talle compuesto de falda y cuerpo, generalmente de la misma tela.

Vestido armado

Hace referencia a un traje con falda muy amplia, que puede incluso llevar un armazón o varias capas de tela para aportar volumen.

Vestido de línea A

Es aquel traje cuya silueta tiene una forma similar a la de la letra A, siendo estrecho al cuerpo en la parte superior, aumentando su volumen gradualmente en la parte inferior.

Vestuario

Indumentaria creada para un artista que representará un personaje en una actuación o espectáculo.

WI-FI

Tecnología que permite conectar diferentes equipos informáticos a través de una red inalámbrica de banda ancha.

Bibliografía



Bibliografía

- ABELLA, Alcides; NAHUM, Benjamín; RAVIOLO, Heber. «El Uruguay de la dictadura 1973-1985». Montevideo: ediciones de la Banda Oriental, 1996.
- BARRÁN, José Pedro; CAETANO, Gerardo; PORZECANSKI, Teresa. «Historias de la vida privada en el Uruguay Vol 3: Individuo y Soledades 1920-1990». Segunda edición. Montevideo: editorial Taurus, 2004.
- BARRÁN, José Pedro. «Historia de la sensibilidad en el Uruguay: La cultura "bárbara". El disciplinamiento». Montevideo: ediciones de la Banda Oriental, 2014.
- BAUMAN, Zygmunt. «Modernidad Líquida». Tercera edición. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de la Argentina, 2003.
- BROWN, SASS; «Eco fashion: moda con conciencia ecológica y social». Barcelona: editorial Blume, 2010.
- CAETANO, Gerardo. 20 años de Democracia. Uruguay 1985-2005: Miradas Múltiples» Montevideo: editorial Taurus, 2005.
- DOYENART, Juan. «Como el Uruguay no había». Primera edición. Montevideo: editorial Fin de siglo, 2013.
- ECO, Umberto. «Cómo se hace una tesis: Técnicas y procedimientos de estudio investigación y escritura». Primera edición. Barcelona: Gedisa, 2010.
- ENTWISTLE, Johanne. «El cuerpo y la moda: una visión sociológica». Barcelona: editorial Paidós, 2002.
- FINCH, Henry. «Historia de la economía del Uruguay contemporánea». Primera edición. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental, 1980.
- FINCH, Henry. «La economía política del Uruguay contemporáneo: 1870-2000». Tercera edición. Montevideo: ediciones de la Banda Oriental, 2014.
- FOGG, Marnie. «Moda: toda la historia». Barcelona: editorial Blume, 2014.
- FOLADORI, Guillermo . «¿Sustentabilidad? Desacuerdos sobre el desarrollo sustentable.» México: Colección América Latina y el Nuevo Orden Mundial, 2005.
- GERLINGER, Anne; CIBOROWIUS, Tina. «Valentino a Roma, 45 years of style at the museum of Ara Pacis». Roma: editorial Taschen, 2007.
- IFM: Institut française de la mode. «Mode de recherche, nº 16: le luxe». París, junio 2011.
- Instituto de Indumentaria de Kioto. «MODA: Una historia desde el siglo XVIII al siglo XIX» Kyoto: editorial Taschen, 2012.
- LEGASPI DE ARISMENDI, Alcira; RICO, Álvaro. «La resistencia de la dictadura 1973-1975 Vol.1: Cronología documentada». Primera edición. Montevideo: editorial Problemas, 1989.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. «La cultura-mundo. Respuestas a una sociedad desorientada.» Barcelona: Anagrama, 2010.
- LÓPEZ ESTRADA, Raúl Eduardo y DESLAURIERS, Jean-Pierre. «La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social». 2011.
- MARX, Karl.«El Capital. Crítica de la economía política.» México: Siglo XXI editores, 2000.
- MRAK, Enrique. Blog: «Si te dicen que me fui». Nota: Amadeo de Valiente, sábado 14 de setiembre 2013.
- MAZIERS, Amandine; TESSIÈRES, Johanna de. «L'oeil et la main, les artisans de la Haute Couture». París: Éditions du Collectionneur, 2005.
- NAHUM, Benjamín. «Manual de Historia del Uruguay. Tomo II: 1903-2010». Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental, 2013.
- NAHUM, Benjamin. «Medio siglo de historia uruguaya 1960-2010: Política, economía, sociedad, educación, cultura». Primera edición. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental, 2012.
- O'HARA, Georgina. «Enciclopedia de la moda, desde 1840 hasta nuestros días». Barcelona: Ediciones Destino S.A., 1989.

- SAULQUIN, Susana. «La muerte de la moda, el día después». Primera edición. Buenos Aires: Paidós, 2010.

- SCHINCA, Milton. «Boulevard Sarandí». Ediciones de la Banda Oriental. 1997.

- SEELING, Charlotte. «MODA: 150 años. Modistos, diseñadores, marcas». Postdam, Alemania: h.f.ullmann, 2010.

Diarios:

- «El día». Microfilmaciones de biblioteca nacional.

Rollo 566: noviembre - diciembre 1950; rollo 576: noviembre - diciembre 1952; rollo 594: setiembre - octubre 1955; rollo 625: noviembre - diciembre 1960; rollo 638.14: setiembre - octubre 1965; rollo 638.35: noviembre 1967 - enero 1968; rollo 638.101: setiembre - noviembre 1975; rollo 638.122: octubre - noviembre 1977; rollo 638.159: octubre - noviembre 1980; rollo 638.213: noviembre - diciembre 1985; rollo 638.252: setiembre - noviembre 1990

- «El País», Montevideo. Ejemplares encontrados en Biblioteca Nacional y en Hemeroteca del Palacio Legislativo, desde 1945 hasta 2015.

- «La Mañana», Montevideo. Microfilmaciones de la hemeroteca del Palacio Legislativo: 1975.

- «Últimas Noticias». Encuadernados en biblioteca nacional: jueves 15 octubre 1981. pág. 22; jueves 21 octubre 1982. pág. 23. La visita; viernes 3 diciembre 1982. pág. 27; martes 7 diciembre 1982; jueves 9 diciembre 1982. pág. 23.

Revistas:

- «Anales». Montevideo. Ejemplares pertenecientes a la Biblioteca del Palacio Legislativo: setiembre 1937, 1935.

- «Bernik magazine». Montevideo: primavera 2008; otoño 2010; primavera 2010; verano 2011; primavera 2011; verano 2012.

- «Bla». Revista, Montevideo: número 51, octubre 2011; número 56, abril 2012; número 62, octubre 2012.

- «Bodas». Revista, Montevideo. Ediciones Argul. Directora Madelon Argul Ruiz.otoño N° 4 invierno 1999. N° 13 primavera 2002. N° 17 otoño 2004. N° 22 otoño 2006. N° 28 primavera 2008. N° 39 primavera 2012. N° 41 invierno 2013.

- «Cine radio actualidad». Revista, Montevideo. Microfilmaciones de biblioteca nacional. Rollo 28: agosto 1956 - enero 1958; rollo 25: abril 1970 - enero 1971.

- «De fiesta. Revista, Montevideo: N° 18, año 6 otoño invierno.

- «Dressmix». Revista, Montevideo: todos los ejemplares desde abril 2013 a diciembre 2014.

- «Galería». Revista, Montevideo, todos los ejemplares archivados: desde el ejemplar 1 al 710 (desde el año 2000 al 2015).

- «Miss 15. Revista, Montevideo: Año 0-N°1, abril 2002; año 1-N°5, diciembre 2003; año 2-N°6, abril 2004; año 2-N°7, agosto 2004; año 2-N°8, noviembre 2004.

- «Moda elegancia y distinción». Catálogo Pizzorno Castro. Montevideo, verano 1930/31.

- «Mundial». Únicos ejemplares encuadernados de la biblioteca del Palacio Legislativo: desde marzo de 1948 a 2 agosto de 1949.

- «Mundo uruguayo». Revista, Montevideo. N° 2436, 5 enero 1966. Microfilmaciones de biblioteca nacional: rollo 735: julio - noviembre 1949; rollo 747: agosto - noviembre 1953; rollo 754: octubre 1955 - enero 1956; rollo 775: noviembre 1962 - febrero 1963.

- «Paula». Revista, Montevideo: N° 85, diciembre 1999; N° 86, enero 2000; N° 95, octubre 2000; N° 99, febrero 2001; N° 104, julio 2001; N° 113, abril 2002; N° 120, noviembre 2002; N° 132, noviembre 2003; N° 133, diciembre; N°140, julio 2004; N° 141, agosto 2004; N° 142, setiembre 2004; N° 143, octubre 2004; N° 144, noviembre 2004; N° 155, octubre 2005; N° 167, octubre 2006; N°

169, diciembre 2006; N° 170, octubre 2007; N° 173, abril 2007; N° 178, setiembre 2007; N° 181, diciembre 2007; N° 187, junio 2008; N° 209, abril 2010; N° 210, mayo 2010; N° 214, setiembre 2010; N° 217, diciembre 2010; N° 221, abril 2011; N° 258, mayo 2014.

- «Pasarela». Revista, Montevideo: primavera/verano 2008. Ejemplares archivados en biblioteca de la ORT.

- Suplemento «Domingo para todos, MODA», diario El día, año 1980. Encuadernados de hemeroteca del Palacio Legislativo.

- Suplemento «Familiar», diario El día, año 1974. Microfilmaciones hemeroteca del Palacio Legislativo.

- Suplemento «MODA» de Últimas Noticias, Montevideo: agosto 2000, octubre 2000, noviembre 2000.

- «Victoria magazine». Revista, Montevideo: julio 2005, abril 2006.

- «Vogue Collections». Revista, París, autumne-hiver 2014.

- Folleto de la muestra: «La moda de antes». Realizada en Punta Carretas Shopping, por Rosario Sanjuan y María Inés Strasser, octubre 2008.

Documentales:

- «Coco avant Chanel». 2009. París, Francia. Película dirigida por Anne Fontaine. Haut et Court / Warner Bros.

- «Historias 200 años». Ciclo de 20 cortos en conmemoración del bicentenario uruguayo. Emitido por TNU, realizado por Aceituna films, apoyado por Comedia nacional. Investigación Nicolás Duffau. 2011.

- «Karl Lagerfeld». 2014. Guión: Gero Von Noehm, edición: Tim Augurzke y Felix Von Boehm. <http://www.dw.com/es/karl-lagerfeld/a-18209240>

- «Valentino, el último emperador». 2008. Estados Unidos. Producción y dirección Tyrnauer Matt.

- 100 years of fashion. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=M4z90wlwYs8>

Páginas web y Bloggs:

-blogcouture.info

-<http://www.theecologist.org/> (Matilda Lee, editora de «The ecologist»)

-http://www.net-a-porter.com/marc_jacobs/ Marc Jacobs, diseñador de la marca Louis Vuitton.

- <http://www.mode.com/fashion-style>

-neturuguay.com

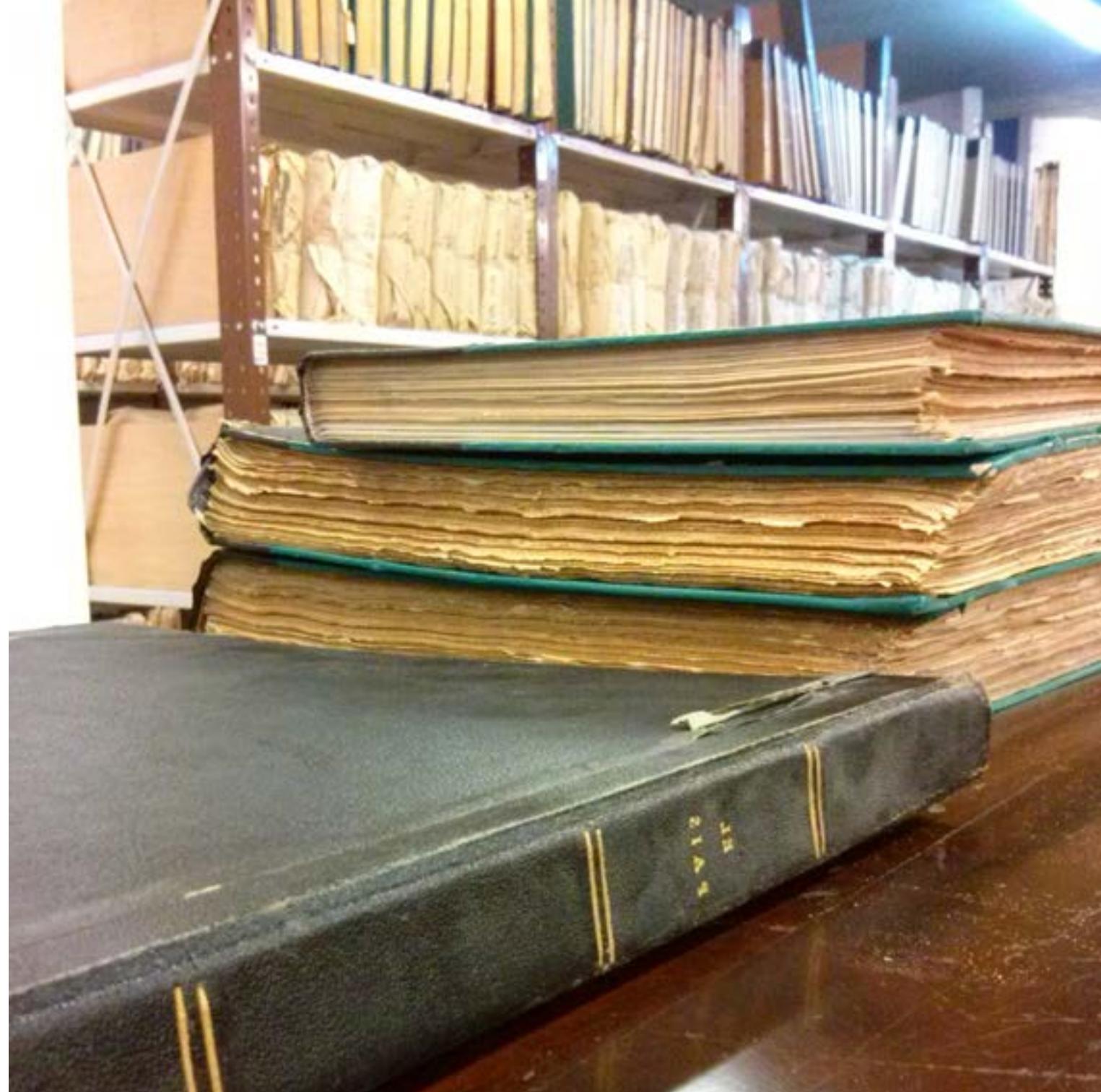
-sitedicenquemefui.blogspot.com.uy

-www.mode.com

-www.style.com

-www.vogue.com

Derecha
Prensa conservada y encuadrada en Hemeroteca del
Palacio Legislativo, 2015.



Créditos fotográficos



Créditos de las fotografías

Muchas personas e instituciones han sido de extraordinaria ayuda al ofrecernos información y facilitarnos la presentación. Nos gustaría dar la gracias, de forma colectiva e individual a quienes nombraremos a continuación.

Hemos hecho todo lo posible para respetar el copyright de las obras ilustradas y solicitar el permiso necesario de los propios diseñadores o de los propietarios de las imágenes. Debido al gran número de personas implicadas, esto no ha sido posible en todos los casos, a pesar de la intensiva búsqueda. En el caso de que hubiera alguna reclamación relativa al copyright, rogamos a los propietarios que se pongan en contacto con nosotras.

Para la tapa y las portadas de los diferentes capítulos hemos utilizado detalles propios de la Alta Costura realizados por diferentes dise-

ñadores que tuvieron la gentileza de ceder sus imágenes.

Índice: Alicia Bernat.

Capítulo 1: Rosa Oliveto.

Capítulo 2: Oscar Álvarez.

Capítulo 3: Mirtha Mainardi.

Capítulo 4: Oscar Álvarez.

Capítulo 5: Oscar Álvarez.

Capítulo 6: Ramiro Deleón.

Capítulo 7: Mirtha Mainardi.

Capítulo 8: Oscar Álvarez.

Capítulo 9: Ramiro Deleón.

Capítulo 10: Javier Ramírez

Capítulo 11: Rosa Oliveto.

Capítulo 12: Ramiro Deleón.

Glosario: Rosa Oliveto

Bibliografía: Oscar Álvarez.

Créditos fotográficos: Mirtha Mainardi.

Índice Onomástico: Ramiro Deleón.

Algunas de las imágenes que aparecen en los diferentes capítulos son cortesía de algunos trabajadores de la moda, que muy amablemente nos facilitaron el acceso a las mismas. Agradecemos especialmente a los fotógrafos:

Archivo fotográfico diario El País; pág.: 48, 49, 76, 79, 80, 81, 82, 83, 93, 94, 95, 109, 110, 113, 117, 118, 119, 120, 133, 134, 135, 142, 143, 150, 151, 152, 153, 154, 170, 171, 172, 200, 201, 202, 203.

Archivo fotográfico revista Galería, pág.: 141, 155, 175, 193, 212, 213, 214, 215, 216, 218, 245, 249, 288, 290, 291, 292, 294, 295.

Asociación de Mujeres Periodistas del Uruguay, gentileza Silvia Tron; pág.: 136, 137.

AYALA, Daniel. Gentileza de revista De Fiesta, por Mabel Roqueta; imagen de Carlos Arobba, pág.: 179.

BOTTO, Rafael. Gentileza de revista De Fiesta, por Mabel Roqueta; imágenes de Studio Arobba, pág.: 177, 179.

CAMPI, Marcelo; imágenes de Mirtha Mainardi y Pablo Suárez, pág.: 187, 188, 190, 217, 220.

CERNINI, Santiago; imagen de Pablo Suárez, pág.: 219.

BOURDETTE, Jackie; imágenes de Javier Ramírez, pág.: 305.

KONOPKA, Álvaro. Gentileza de Revista Pasarela a la Moda, por Rosario Rodríguez; pág.: 178, 180, 181, 182, 183.

NET Uruguay, imagen de Quique Caballero; pág.: 194.

OLIVERA, Rodrigo; imágenes de Javier Ramírez, pág.: 306.

PONTE, Juan; imágenes de Javier Ramírez. pág.: 303, 304.

RESTANO, Andrés; imágenes de Inés Uriarte; pág.: 246, 247.

YABECK, Robert; gentileza de Oscar Álvarez; pág.: 144, 145, 146, 147, 148, 149. Escaneo de Revista Paula: 78, 171, 198.

Índice onomástico



Índice Onomástico

A

Álvarez, Gerardo: 105, 111, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 151.
Álvarez, Irma: 16, 168, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 326, 347.
Álvarez, Oscar: 16, 122, 125, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 152, 158, 199, 211, 247, 251, 259, 260, 269, 281.
Álvez, Ximena: 16, 320, 321, 322, 323, 326.
Arias, Mariana: 143.
Arigón, Analía: 170, 190, 194, 226.
Armani, Giorgio: 140, 168.
Arobba, Carlos: 16, 175, 176, 178, 179.
Arobba, Lucía: 16, 176, 178, 179, 182.
Arobba, Studio: 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183.

Arocena, Cuca: 16, 246, 247, 248, 249, 250, 326.
Auerman, Nadia: 167.

B

Baldi, Sonia: 15, 81, 82, 105, 125, 126, 130, 134, 170, 173.
Balenciaga, Cristóbal: 44, 46, 47, 102, 336.
Banchieri, Marta: 112.
Bernat, Alicia: 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 125.
Bernik, Susana: 16, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 158, 199, 281.
Boullosa, Carlos: 37, 158.

C

Caballero, Quique: 16, 134, 137, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 234, 281, 326, 348, 350.
Cadenas, Margarita: 201.
Cadenas, María Fernanda: 16, 137, 160, 176, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 312, 316.
Camacho, Julio César: 199.
Campbell, Naomi: 165, 167.
Cardozo, Paz: 68, 69.
Carluccio, Sofía: 16, 242, 243, 244, 245, 326.
Carreras, Carlos: 105, 125, 133, 134, 135, 136, 137, 153, 158, 192, 194, 199, 247, 251, 302.
Castillo, Jhonny: 16, 347.
Castro, Eunice: 148, 170, 173, 175, 202, 226, 238, 239.
Castro, Janice: 226.
Chatelet: 96, 140.
Cox, Carl: 167.
Crawford, Cindy: 165.
CDU, Cámara del Diseño Uruguayo: 37.
Chanel, Coco: 336.
Courrèges, Andre: 90.
Criado, Caro: 337, 350.

D

D´Arenberg, Laetitia: 80, 143.
De León, Ramiro: 16, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 326.
De Valiente, Amadeo: 70, 71, 72, 73, 74, 75.
Dide, Elyana: 171.
Dincha: 125, 141.
Dior, Christian: 42, 44, 45, 336.
Duffau, Nicolás: 15.

E

Edelma: 62, 63, 64, 66, 212.
Espel, Máximo: 320.
Etcheverregaray, María: 282.
EUCD, Escuela Universitaria Centro de Diseño: 242, 273, 278, 329, 354.
Evangelista, Linda: 165, 167.

F

Fany: 125, 141.
Fendy: 336.
Fernández, Claudia: 229.
Ferraro, Antonio: 37.
Ferraro, Susy: 125, 141.
Ferreira, Andrea: 39, 351.
Fonda, Jane: 166, 167.
Forlán, Diego: 68, 69.
Fossati, Carina: 16.

G

Galliano: 229.
Gallinal, Guillermina: 16, 250, 251, 252, 253, 254, 255.
Galván, Claudia: 190, 220, 238, 239.
Gau, Sergio: 16, 336, 337, 338, 339, 340, 341.
Gaultier, Jean Paul: 167, 212, 336.
Geymonat, Margaret: 171, 190, 203, 226, 239, 241.
Giordano Mazzulli, José Pedro: 170, 171, 172, 173, 174, 199, 251.
Givenchy: 336.
Gonzalez, Florencia: 179.
González, Micaela: 188, 190, 222, 223, 224, 227, 228, 230, 231.
Gucci: 336.
Guigou, Gonzalo: 330, 336.

H

Harlow, Claudia: 167.
Hernandez, Emilia: 330.
Herrán, Sofía: 141, 251.
Herrera, Carolina: 316.
Holly, Silvia: 15, 226.

I

Instituto Strasser: 199, 275, 278, 303, 316, 320, 332.
Instituto Uruguayo de la Alta Costura: 275, 278.
Introzzi: 51, 55.

K

Klein, Calvin: 121, 168.
Kuzel, Vera: 16, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 157, 212, 314, 326, 347.

L

Lacroix, Christian: 167.
Lens, Lourdes: 16, 296.
Levy Lens: 296, 297, 298, 299, 300, 301.
Levy, Paula: 16, 296, 298, 299, 301.
London Paris: 52, 53, 54, 125.

M

Mainardi, Carlos: 16, 137.
Mainardi, Mirtha: 16, 158, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 314, 326.
Mancebo, Nelson: 238.
Martín, Gaby: 143.
Martínez, María José: 303.
Mattos, Lucecita: 69.
Mc Queen: 336.
Menafra, Mercedes: 143.
Miklaszewicz, Katherine: 154, 187, 190, 218, 238.
Millán, Luis: 16, 137, 152, 238, 239, 240, 241, 326.
Miyake: 229.
Modyeievsky, Iliana: 99, 101.
Moizo, Martha: 291, 292, 293, 294, 351.
Montana, Claude: 214.
Morán, Carmen: 112.
Morán, Cristina: 16, 111, 113, 126, 345.
Moss, Kate: 167.
Mrak, Enrique: 70, 73.
Mugler, Thierry: 214.
Muñoz, María Julia: 195.
Murad, Zahir: 333.
Murialdo, Patricia: 226.

N

Nessi, Paula: 330.
Nicolau, José: 104, 105, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 125, 137, 152, 211, 238, 247.

O

Oliveto, Rosa: 16, 325, 327, 328, 329, 330, 331, 347.
Ordoqui, Cristina: 104.
Ort: 274, 278.
Ortega, Graciela: 16.
Osano, Nicolás: 326.
Otegui, Walter: 15, 76, 77, 78, 79, 80, 93, 95, 117, 125, 141, 152, 153, 199, 247, 251, 302.

P

Pablo Giménez, Escuela de diseño y Comunicación: 275, 278, 320, 332.
Paniagua, Myriam: 171.
Papadópulos, Carolina: 16, 332, 333, 334, 335.
Paylana: 137.
Peluffo, Gianella: 15, 126, 131, 132.
Pereira Bustamente, María Elena “Pichona”: 15, 78, 143.
Perez Bonilla, Pilar: 16, 312, 313, 314, 315, 326.
Perrone, Sara: 213.
Peter Hamers Design School: 275, 278, 320, 336.
Pirelli, Carlos: 16, 141.
Pou, Julita: 143.
Puglia, Sergio: 158, 213.

R

Rabbane, Paco: 91, 92, 283.
Ramírez, Javier: 16, 260, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 326, 330.
Ramírez, Natalia: 16, 316, 317, 318, 319, 326.
Rodríguez, Álvaro: 101.
Rodríguez, Micaela: 186.
Rojo, Yolly: 143.

S

Saab, Elie: 316, 333.
Saint Laurent, Yves: 121, 140.
Sacarelo, Florencia: 318.
San Juan, Rosario: 16, 73, 76, 99.
San Martín, Martha: 16, 69, 125, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 281.
Sedería París: 49.
Serrato, Josefina: 16.
Sheck, Horacio: 143.
Sheppard, Andrea: 15, 133, 190, 200, 221, 226.
Shiffer, Claudia: 167.
Silva, Carlos: 131.
Silva, Socorro: 246, 247.
Sorhuet, Laura: 16, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 314, 326.
Spohr, Rui: 229.
Strasser, Anahí: 303.
Strasser, María Inés: 15, 76, 99, 259.
Suárez, Walter: 80, 81, 82, 83, 94, 118, 119,

120, 152, 199.
Suárez, Pablo: 16, 63, 176, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 314, 326.
Sudamtex: 124, 125, 137, 157.

T

Tron, Silvia: 15, 82, 143.
Turlington, Christy: 165, 167.

U

UDE, Universidad de la Empresa: 229, 276, 278.
Uriarte, Inés: 16, 308, 309, 310, 311, 326.
UTU, Universidad Técnica del Uruguay: 238, 246, 273, 278, 282, 312, 316.

V

Valentino: 64, 140, 336.
Valuchi, Vale: 337.
Versace: 165, 229, 336.
Viarosa: 16, 291, 292, 293, 294, 295, 326.

W

Wider, José: 98.
Wolf, Patricia: 226.
Worth, Charles Frederick: 30, 31, 32, 33, 34, 35.

Z

Zangaro, Victoria: 149, 188, 190, 194, 214, 215.