

V Jornadas de Investigadorxs en Formación  
Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES)  
Ciudad de Buenos Aires, 8 y 9 de Octubre de 2020 (virtuales)

Autora: Guerschman, Bárbara <sup>1</sup>

EJE 3. Objetos sobre la mesa. Reflexiones sobre la materialidad.

**Intervenir la moldería:  
las materialidades en el proceso de confección de indumentaria.**

**Resumen**

El proceso de producción de la indumentaria comprende diferentes instancias como la realización de bocetos -que los nativos<sup>2</sup> denominan los *dibujos*- sumado a la elaboración de la moldería que consiste en el conjunto de moldes correspondientes a las partes de una prenda. Seguidamente, se realizan las muestras, los prototipos que se prueban sobre el cuerpo de una modelo para realizar los ajustes de costura. Tras estos ajustes, se llevan a cabo instancias como la costura, el planchado y empaquetado.

En este trabajo, nos centraremos en la realización de la moldería. Si bien la misma actualmente se lleva a cabo mediante programas digitales, gran parte de las/los modelistas siguen realizando los moldes de una forma manual, elaborando planchas de papel que representan el torso, las mangas o el cuello. En función de estas planchas, que se acomodan sobre los rollos de tela, se cortan las partes de la prenda que luego serán cosidas

El desarrollo de mi trabajo de campo etnográfico iniciado en el 2005 implicó realizar entrevistas abiertas con modelistas y también con diseñadores, sumado a observaciones en sus

---

<sup>1</sup>Magíster en Antropología Social (IDES-IDAES), [barbara.guerschman@gmail.com](mailto:barbara.guerschman@gmail.com)

<sup>2</sup> Los nativos, en el contexto de mi trabajo de campo etnográfico, son quienes participan del mundo del diseño y la confección de la vestimenta como los diseñadores de indumentaria: tanto estudiantes y egresados de carreras de diseño como personas que se dedicaron al diseño provenientes de otros campos disciplinares. Sumado a los diseñadores, también se encuentran los modelistas, muestristas, cortadores, modistas y otros actores que intervienen en la confección, ensamble y costura de las prendas.

talleres y/o estudios. Refiriéndose a su proceso de producción, algunos diseñadores destacaban la alteración de formas de elaborar la moldería (o bien, la omisión deliberada de la misma) como elemento distintivo de sus colecciones.

El objetivo de este artículo consiste en reflexionar acerca de las materialidades que se ponen en acción en el proceso de confección: moldes, tejidos, muestras y bocetos. En lo que respecta a la moldería, propongo describir de qué formas la realización de estas planchas de papel contribuyen a la conformación de identidades al interior del mundo de la moda, entendido como una red cooperativa de actores según la perspectiva de Howard Becker.

**Palabras clave:** moldería, moda, identidad, diseño, confección.

## **Introducción**

El objetivo de este trabajo consiste en describir el proceso de producción de las prendas de vestir y asimismo analizar cómo, en la materialidad o, mejor dicho, en las materialidades de dicha producción se crean y actualizan relaciones sociales entre quienes intervienen en ese proceso. La noción de “materialidad”, en lo que respecta a la relación entre la bibliografía teórica sobre moda y los estudios acerca de cultura material, refiere al proceso de materialización. Específicamente, las formas en las cuales las cualidades materiales de los tejidos visibilizan categorías culturales identitarias. Esto es, como en la vestimenta se expresan signos referidos a relaciones sociales (Woodward y Fisher 2014).

Teniendo en cuenta los aportes del antropólogo Daniel Miller, Woodward y Fisher consideran la vestimenta como un fenómeno integral en el cual la prenda y la ropa están mutuamente vinculadas y referidas para dar lugar a procesos de objetivación y subjetivación. Esto significa que no sólo nos vestimos con diferentes tipos de indumentaria, sino que estamos constituidos como sujetos en función de lo que vestimos.

Es un fenómeno al cual la socióloga Johanne Entwistle (2002) se refirió como el “cuerpo vestido” en referencia al hecho de que el traje corresponde a una determinada actividad y asimismo a la conformación de relaciones sociales. El cuerpo vestido o el vestir constituye una práctica cultural contextuada, realizada en tiempos y lugares específicos. Asimismo y como práctica, el vestir requiere determinadas habilidades para colocarse una prenda como, por ejemplo, ajustar un vestido o atar un cordón

Puesto que la materialización constituye un proceso, el mismo no se expresa meramente en la manipulación de los tejidos sino también en el procesamiento de estos y otros elementos que intervienen en la confección como las maquinarias que intervienen en la confección y los avíos que incluyen los cierres, botones, etiquetas, bolsas para trasladar las prendas a los locales, las etiquetas adosadas a las prendas.

La materialización se expresa además en las diferentes operaciones requeridas para producir una prenda de vestir en una determinada temporada: primavera-verano u otoño-invierno<sup>3</sup>. En otras palabras, en las diversas operaciones para crear a una prenda como mercancía de moda desde el mismo momento en el cual se la representa en un papel como boceto.

Teniendo en cuenta el trabajo de campo etnográfico (2005-2015) realizado que incluyó una serie de entrevistas y observaciones en talleres y negocios de vestimenta<sup>4</sup>, es posible aseverar que esas operaciones son múltiples y algunas de ellas se desarrollan en un mismo taller o establecimiento mientras que otras se llevan a cabo en diferentes lugares al mismo tiempo. De esta forma, el corte, la costura o el planchado pueden realizarse en el mismo emplazamiento por la misma o diferentes personas simultáneamente: cortadores, planchadores y/o modistas.

Dentro del mundo textil, los talleres constituyen un vasto mundo que se caracteriza por la especialización en base a criterios como los procesos técnicos (moldería, corte o costura) realizados para elaborar la vestimenta o bien según el tipo de vestimenta confeccionada como de noche o fiesta, deportiva, ropa interior o lencería, infantil, calzado, etc<sup>5</sup>.

Si bien este artículo se focaliza en el análisis de la moldería, es preciso situar esta instancia en una serie de pasos consecutivos requeridos para producir vestimenta. Uno de los primeros pasos consiste en la realización de los bocetos o también denominados *figurines* o *dibujos*:

---

<sup>3</sup>La división del ciclo anual en temporadas constituye un aspecto constitutivo de la temporalidad en la moda como un “mundo” en el sentido que lo comprende Howard Becker (2008) con relación al arte, la actividad conjunta de personas abocadas a tareas especializadas, una red cooperativa en función de la cual se desarrolla un producto que es la obra de arte, comprendiendo diferentes actividades. En lo que respecta a la temporalidad y en las ciudades situadas en el hemisferio sur, las colecciones de otoño-invierno se presentan en marzo mientras que las colecciones de primavera-verano se presentan en septiembre. Se trata de un ritmo que supone el cambio permanente de indumentaria, la novedad constante de estilos (Forster-Beuthan Ivonne 2013).

<sup>4</sup>Mi trabajo de campo etnográfico, cuyo objetivo principal consistía en describir de qué forma un grupo de diseñadores adquiriría reconocimiento en el mundo de la moda, incluyó entrevistas abiertas no estructuradas a diseñadores y otros actores que participaban en este entorno. Asimismo, llevé a cabo observaciones en locales de venta al público, talleres textiles, desfiles realizados en eventos de moda, etc.

<sup>5</sup>Sumado a los criterios de especialización indicados respecto a los talleres, la socióloga Paula Miguel (2013) destaca una diferencia entre talleres grandes que trabajan a destajo y producen en grandes volúmenes y talleres que producen en volúmenes pequeños a los cuales recurren los diseñadores de indumentaria que se dedicaron a iniciar sus pequeñas micro empresas que caracterizan como sus *marcas*.

una serie de dibujos elaborados y coloreados a mano por los diseñadores en los cuales representan un conjunto de estilizadas figuras humanas que visten las prendas de la colección de temporada.

Sumado a los bocetos, los diseñadores de moda o indumentaria disponen de las paletas de colores y un conjunto de recortes, muestras de los tejidos de las cuales seleccionan una gama de tonalidades y ciertas estampas que se utilizarán en la colección. Es preciso señalar que la elaboración de los bocetos forma parte del inicio de las colecciones, las cuales son planificadas en los departamentos de diseño o Marketing al interior de las empresas o también llamadas *marcas comerciales*<sup>6</sup>. En conjunción con la realización de los bocetos, se seleccionan las muestras de tejido junto con los colores seleccionados dentro de una paleta de tonos<sup>7</sup>. En algunas situaciones, se elabora el *collage de inspiración*: un panel en el cual los diseñadores adosan elementos incluidos en lo que será la colección de temporada: fotografías, muestras de tejidos y colores, frases, etc. En el collage se expresa el eje de la colección o el *concepto*: una tonalidad o estampa vigente, una determinada época o corriente pictórica, una película o personaje, etc.

Teniendo en cuenta la noción de materialización referida a la vestimenta, Woodward señala dos conceptos que son “estar a la moda” y “poner de moda”. Aplicando estos conceptos a la planificación de la colección, los diseñadores que tanto trabajan de forma independiente -en su propia marca- como empleados en marcas de terceros, elaboran la colección teniendo en consideración lo que “está de moda” en una determinada temporada. Al mismo tiempo, planifican la colección, pretendiendo “poner a la moda” determinadas piezas de una colección. En otros casos y ponderando lo que está de moda a nivel local y global, algunos diseñadores pretenden contraponerse a la misma instituyendo sus colecciones como “anti moda”.

Otra forma en la cual los diseñadores representan las prendas, que es complementaria de los bocetos, es a partir del empleo de las *fichas técnicas* o de *producto* que incluyen un esquema

---

<sup>6</sup>Teniendo en cuenta lo relevado en el trabajo de campo según los nativos, con relación al mundo de las empresas de moda, la categoría marca designa dos tipos de empresas: las *marcas comerciales* contrapuestas a las *marcas de autor* o *marcas de diseñador*. La marca comercial se caracteriza por la producción de vestimenta en grandes volúmenes por colección de temporada, sumado a la distribución de locales de venta al público en diferentes centros comerciales en la ciudad. En lo que respecta a las marcas de autor, que también producen en forma de colección, los volúmenes de producción son menores y

<sup>7</sup> Esta selección se realiza teniendo en cuenta los muestrarios de colores y tonalidades provistos por empresas de moda (a la vez que consultoras de tendencias) como Pantone, Peclers Paris o Dople. Dentro de un abanico de colores, las empresas determinan algunos tonos como estilos futuros.

gráfico de aquellas sumado al detalle de las medidas, los dobladillos requeridos y cuáles son las máquinas de coser requeridas para realizarlo, el tipo de forrería empleada, la cantidad de cierres utilizados y otros detalles de confección.

Los figurines y las fichas técnicas (Ver Gráfico 01) consisten en representaciones de un objeto tridimensional, que es la vestimenta, trasladado a un espacio bidimensional como es el papel. Para el antropólogo Edmund Leach (1989), el “mapa” constituye una unidad e ícono que se caracteriza por una serie de convenciones que establecen pautas sobre el papel. Lo que el diseñador imprime y recrea en la ficha técnica (a modo del mapa señalado por Leach) es un mundo artificial de formas geométricas y símbolos convencionales que indican la forma de materializar la prenda de vestir.

Teniendo en cuenta lo descrito en la presentación del curso de geometrales impartido en la Escuela Argentina de Moda (EAM), estos esquemas constituyen una *herramienta de comunicación*<sup>8</sup> en virtud de la cual se establecen relaciones (aunque no sean presenciales) entre quienes elaboran estos esquemas y los modelistas a cargo de los moldes o quienes realizan las costuras como puede ser las costureras o sastres. Estas relaciones implican que la representación de una vestimenta realizada por una persona, las convenciones a las cuales alude Leach puedan ser comprendidas por otra al lograr interpretarlas. De esta forma, aunque no se conozcan, los esquemas expresados en un geometral idealmente pueden ser entendidos por las diferentes personas que intervienen de forma cooperativa en un mundo que es la moda<sup>9</sup>.

Los moldes consisten en un conjunto de planchas elaboradas en papel correspondientes a las partes de una prenda como las mangas en sus diferentes extensiones, diferentes tipos de cuellos, bolsillos o el torso. Actualmente y gracias al desarrollo de los programas CAD

---

<sup>8</sup>La institución dicta diferentes cursos de especialización (como periodismo de moda, fotografía, maquillaje así como moltería de lencería o vestidos de novia) y carreras terciarias entre las cuales se destaca la diplomatura y tecnicatura de diseño de indumentaria que incluye diferentes variantes en la cursada y el diploma expedido. En lo que refiere al curso de geometrales, el objetivo consiste en que los alumnos comprendan el armado de prendas, su construcción que está orientada a la producción en serie. Por una parte, el geometral supone el detalle de las medidas mientras que la ficha técnica supone el desglose de diferentes tipos de información: puntadas, bordados y estampas <https://eamoda.com.ar/estudia/fichas-tecnicas-y-geometricas-desarrollo-tecnico-de-productos-de-indumentaria/>

<sup>9</sup>Según Howard Becker, en los mundos artísticos como red cooperativa de personas se emplean convenciones conocidas por sus miembros. Por una parte, se encuentran aquellas convenciones referidas a elementos técnicos o recursos empleados por los artistas y otros miembros socializados de una sociedad. Pero también podemos hablar de convenciones en el sentido de saberes orientados al público de una determinada obra, que posibilita entender el sentido de esta. Podemos considerar el geometral y los símbolos expresados en la misma como un conjunto de convenciones técnicas.

(Sistemas de Diseño Asistidos por Computadora) como el “Audaces”, estas planchas se representan en una pantalla que incluye diferentes íconos representando funcionalidades. El mismo programa acomoda las planchas de forma tal que se desperdicie la menor cantidad de tejido posible, incluyendo una función en la cual se calcula numéricamente este desperdicio. Si dicha operación se llevara a cabo de forma manual -en la *tizada*- las planchas se acomodarían sobre capas de tejido sobre una mesa de corte<sup>10</sup>.

Sea de forma manual o utilizando programas de computación, la *tizada* constituye una tarea cuyo propósito consiste en maximizar el espacio posible desperdiciando la menor superficie de tela, a partir de una determinada disposición de los moldes. En otras palabras, consiste en una tarea orientada al cálculo económico que Max Weber caracterizó en “La Etica Protestante y el Espíritu del Capitalismo” en relación a la noción de racionalismo. En especial, el cálculo dinerario que remite a la noción de “racionalidad formal” fundada en la expectativa de una ganancia, las chances formalmente pacíficas de lucro y la ponderación de beneficios y pérdidas (José García Blanco 1986). En base a esta expectativa de lucro futuro y al cálculo económico de capital, los programas de moldería posibilitan realizar escalas así como anticipar una operación que es corte de los moldes en base a unidades de medida convencionales como los centímetros.

Antes de realizar el corte de los tejidos, una muestrista confecciona un prototipo de las prendas de la colección y, en la sesión llamada *prueba de calce*, se prueban sobre el cuerpo de una modelo llevando a cabo los ajustes de los posibles defectos de costura. Habiendo realizado estos ajustes y en base a un molde considerado como la *base*, se realiza la *progresión* que constituye en el cálculo de los talles a realizar y las medidas requeridas para éstos, mayores o menores que la base.

El siguiente paso consiste en el corte, el cual se realiza sobre unas extensas mesas rectangulares de aproximadamente 1,80 metros de largo provistas de las máquinas cortadoras (circulares o rectas) que, en función de la silueta de los moldes y sobre un cúmulo de tejidos, cortan las piezas luego ensambladas con máquinas de costura en el mismo taller o en otro diferente. Respecto a estas máquinas que pueden ser tanto familiares o industriales, cabe señalar su variedad (la “overlock” para los tejidos de punto, “collareta” para los cuellos o

---

<sup>10</sup>De acuerdo al documento del 2015 “Breve descripción del proceso de confección” del INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial) cuya autores son Marino y Horacio Toffe, la tizada forma parte del corte, una serie de procedimientos que incluyen además a la encimada, la superposición de telas sobre una mesa para ser cortadas.

“recta” con diferentes variedades de hilos) vinculada a su funcionalidad y los tipos de puntada: los pespuntos, remaches, bajos invisibles, etc.

Ya cosidas<sup>11</sup>, a las prendas se les agregan los *avíos* (los botones, cierres y las hebillas, los velcros y cordones, presillas, apliques etc) para luego ser planchadas y embolsadas. Asimismo, se les agregan las etiquetas de la marca en las cuales se incluye diferentes tipos de información: el talle, la composición de los tejidos y los cuidados de la prenda en el uso. Tras el ensamble, se inicia el momento de la distribución de las prendas en los locales. Este momento podría caracterizarse como el “terminado” de las prendas que incluye además el ojulado, abotonado, la plancha y el embalaje.

El mundo de la confección se caracteriza por su gran variabilidad y la división en sectores de los cuales describí una mínima parte, centrándome en lo que considero las principales instancias<sup>12</sup>. En este trabajo me centraré en la realización de la moldería al considerar que constituye lo que Fernando Martín Juez (2002) señala como el fundamento del diseño: el conjunto de pautas que nos indican un propósito o prescriben asimismo una relación entre personas en función de tal propósito. En la planificación de un objeto (en este trabajo, se trata de prendas de vestir) están incluidas funcionalidades referidas a su uso pero también creencias e historias colectivas acerca de los objetos.

Respecto a estas historias, el enfoque “biográfico” de Arjun Appadurai y Igor Kopytoff (1986) acerca de la trayectoria de las mercancías posibilita dar cuenta de los diferentes tipos de historias y biografías culturales de las cosas: las físicas y/o técnicas referidas al recuento de las reparaciones así como las económicas relativas a los precios y valores correspondientes a los momentos de compra y venta. Este enfoque biográfico, que además comprende la “historia social”<sup>13</sup>, podría ampliarse para incluir los relatos acerca de las diferentes etapas en la fabricación de la vestimenta y las sub-etapas relativas a la moldería (tizada, encimada, corte y costura) y de qué modos se vinculan entre sí quienes están implicados en la planificación de la colección y su fabricación.

---

<sup>11</sup>La costura, según el documento indicado del INTI de Marino y Toffe corresponde a la instancia del ensamble y el armado de las prendas.

<sup>12</sup>Podría agregar, como otros procesos adicionales, que a veces se llevan a cabo el lavado industrial y diferentes formas de bordado

<sup>13</sup>Teniendo en cuenta diferentes tipos de escalas sociales, Appadurai diferencia la biografía cultural de la llamada “historia social”. Mientras que la biografía remite a objetos específicos, la historia tiene que ver con clases, conjuntos o tipos de cosas. Así podemos pensar en la biografía de un pantalón en su paso por los periodos o fases de la confección al tiempo que el pantalón como tipo de mercancía tiene su historia social que comprende el recuento de cómo se modificó su confección a lo largo de los siglos.

El diseño supone variantes para resolver formal y técnicamente la concreción de un producto a partir de técnicas y métodos de trabajo específicos. La resolución de la indumentaria en la moldería, realizada después de los bocetos y fichas técnicas, trasciende a la elaboración de planchas de papel. En función de la interpretación de bocetos o fichas técnicas, supone un conjunto de pautas referidas a la forma de elaboración de partes de la prenda y la misma lógica cultural implicada en la misma distinción de las partes: mangas, cuello y puños. Asimismo, hay pautas referidas a la costura y la clasificación de las máquinas empleadas para llevar a cabo esta tarea.

Tanto sea digital como manual, la moldería supone resolver la realización de un objeto que, en el contexto de un mercado, es considerado un producto a partir de procedimientos que idealmente pueden ser replicadas por varios modelistas. La moldería comprende un conjunto de convenciones ya presentes en las mismas fichas técnicas. Pero la moldería implica además pautas referidas a la forma de llevar a cabo la tizada y encimada; esto es, la disposición de los moldes sobre un plano que son los tejidos dispuestos sobre la mesa de corte.

Centrándome en la moldería, me centraré en la copia y la creatividad. Me interesa comprender cómo, a partir de la elaboración de esas piezas, se materializan cuestiones relativas a la identidad de ser diseñador en la moda que, según la perspectiva de Becker, es un mundo al implicar redes cooperativas de personas. Asimismo y respecto a la creatividad, analizaré de qué forma la misma visibiliza la creatividad como valor e ideal que diferencian a los diseñadores de las marcas comerciales.

## **1. La moldería y la copia**

El objetivo de esta sección consiste en analizar cómo se expresan valoraciones relativas a la copia o imitación en la realización de la moldería. En el curso del trabajo de campo advertí que los informantes señalaban que la copia se llevaba a cabo regularmente pero siempre enfatizando que eran otros quienes copiaban. Esto es, las copias son “siempre los otros” debido al hecho de ser objetada moralmente como una práctica no legítima.

Para comprender el porqué de tal objeción, es preciso tener en cuenta el comentario realizado por Vivi<sup>14</sup>, una diseñadora de indumentaria a quien visité en su primer local situado en el

---

<sup>14</sup>Vivi es una diseñadora de indumentaria, ex estudiante de la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil de la UBA. Proveniente de una familia dedicada al rubro textil, inició en el 2005 su propia marca (registrándola con su nombre y apellido) en la cual confeccionaba vestimenta femenina. Desde el 2005 al momento actual, su marca experimentó diferentes cambios: abrió y cerró locales de venta al público y showroom (donde también dictaba

barrio de Palermo, en el mes de mayo del año 2005, tras asistir a su desfile realizado en el mismo año, en la temporada otoño-invierno del evento “Fashion Buenos Aires”:

yo siempre estoy muy arriba del producto para que esté prolijo, para que esté bien hecho todo y aparte me mato para tratar de no copiar nada a otros diseñadores y que sea algo original realmente y nada, me rompe mucho que los demás hagan eso cuando tienen la oportunidad de hacer algo propio ¿entendés? (...) por ahí, entiendo un poco que se copien de afuera ¿no? porque también, es como que te lo pide el mercado, a mí, nada, yo no me copio de nadie y no hago cosas que estén de moda y, por eso mi público es muy acotado”

La copia, que esta diseñadora opone a la originalidad, tiene que ver con un periodo de la trayectoria laboral que fue señalado por los diseñadores en las entrevistas. Más precisamente, al trabajo que llevaron a cabo en un sector de las empresas, el “departamento de producto” en el cual se desarrolla el seguimiento de la producción descrito en la sección previa: la planificación y selección las prendas que conformarán la colección, la elaboración de bocetos y moldería, la compra de insumos, telas y avíos y la recorrida por los talleres dedicados a diferentes especialidades.

En las empresas, tanto los dueños como los empleados llevan a cabo dos veces al año el *viaje de producto* a determinadas ciudades de Europa o EEUU (París, Nueva York o Milán) donde se realizan desfiles o ferias para comprar prendas o adquirir catálogos de las temporadas. Tras el viaje, los diseñadores y modelistas *desarman* la moldería de esas prendas para identificar cual es la estructura y replicarla en las prendas de la colección que desarrollarán. A modo de ejemplo, si en el viaje señalado un empleado adquirió una camisa, el acto desarmar la moldería de la misma implica que uno de los diseñadores que trabajan en el departamento mencionado abstraiga cuáles son los moldes y los reproduzca en una nueva prenda, delegando esta tarea a un taller de moldería interno o externo de la marca.

Al iniciar una nueva empresa y producir vestimenta en ésta, que los diseñadores caracterizan como su propia marca, suelen contar con una o más modelistas respecto a quienes valoran dos cualidades: la interpretación y la discreción. En lo que respecta a la primera, supone que la modelista contratada capte de forma correcta la estructura de la prenda. Cabe señalar que los diseñadores suelen trabajar con una misma modelista durante meses o incluso años, con lo cual ésta conserva moldes de prendas realizadas anteriormente, habiendo adquirido un conocimiento previo respecto a la forma de trabajar de sus clientes. Respecto a una modelista,

---

clases particulares privadas de moldería y sastrería) en diferentes emplazamientos en CABA así como participó en desfiles en algunas temporadas del “Fashion Buenos Aires”.

una diseñadora y dueña de su propia marca llamada Camila señaló en una entrevista realizada a metros de su local, en el 2015:

trabajamos con una chica que está estudiando moldería y nos hace los moldes hace un montón de tiempo. Hasta hace dos años, los hacía yo misma pero después ya no tengo más tiempo. Igual ella nos interpreta bastante. Tenemos las bases de todos los moldes que hicimos desde el 2001, tiramos los que eran feos y los lindos nos los quedamos, pero son un montón, entonces bueno, le decimos a la chica, saliendo de éste pero más largo y con un cuello, pero ya más o menos tenés una medida base, quizás no lo reconozés, pero ya sabés que la manga queda bien, la misma siza pero con cuatro puños.

Así como la interpretación supone replicar los bocetos del diseñador en los moldes, la discreción como cualidad significa que la modelista no le muestre a otro cliente los moldes realizados para alguna marca o diseñador. De la misma forma que señalé al inicio de esta sección, Alec Balacescu (2005) señala la doble condición de la copia en el mundo de la moda francesa: es condenada moralmente a la vez que practicada de modo regular.

Esta condena, en correspondencia con el hecho de que los diseñadores y modelistas niegan haber copiado, debe ser analizada a la luz de lo que el autor señala como la “economía política” dentro de la moda y los significados que tienen los derechos relativos a la autoría de un diseño, instituyendo al autor del mismo como la figura exclusivamente responsable de la creación.

Respecto a la copia, Balacescu destaca dos sentidos del término: uno referido a los derechos de autor o la construcción legal del autor como la figura legítima que, en consecuencia, deslegitima a quien copia. En la otra acepción, la copia constituye un efecto natural del proceso de creación al tiempo que la falsificación (en ciertos contextos, considerado un acto de delincuencia y/o bandidaje en el sentido de la concreción de un engaño) corresponde a la reproducción de un modelo empleando un nombre diferente al del creador.

Teniendo en cuenta lo señalado, cabe preguntarse entonces de que formas *desarmar* la moldería de una falda para abstraer su forma y estructura atenta contra la autoría, no sólo en el sentido legal sino también moral relativo a lo que se considera que está bien o está mal, correcto o incorrecto, legítimo o inapropiado (Fourcade y Healy 2007). Es decir, el análisis moral de la copia supone entender cómo el hecho de desarmar la estructura de una falda atenta contra la noción de lo propio indicado por Vivi. Es decir, algo que es exclusivo de un individuo y no de otro. Si la copia constituye un atentado a la figura del autor ¿el mismo es

extensible a todos los contextos de la moda, en todos los espacios que supone este mundo y etapas de confección?

El objetivo de la pregunta previa consiste en formular cuestiones, que quizás no puedan ser respondidas en este trabajo pero al menos quedan planteadas para un futuro escrito: analizar en cuáles situaciones y espacios la abstracción de los moldes resulta una práctica objetable. Asimismo la copia se inicia en un viaje, y, por el contrario, es considerada parte de un viaje a otros centros de moda para estar al tanto de las tendencias e inspirarse en ellas. En relación a esta cuestión, Balacescu señala cuan difícil y ambigua es la línea que separa conceptualmente la copia de un acto de creación y señala el ejemplo de la célebre diseñadora de alta costura Coco Chanel quien, sin objetar la copia como práctica, la consideraba una expresión de homenaje a su creación.

Por otra parte y respecto a la relación entre diseñadores y modelistas, la misma amerita reflexionar acerca de cómo se constituye la confianza entre ambas partes cuando las últimas detentan el control de los moldes de varios clientes simultáneamente. Finalmente y esto es algo que analizaré en el próximo apartado, la gran pregunta es porqué Vivi como otros diseñadores equiparan la copia a la carencia de algo propio. En otras palabras, quien replica un modelo de Coco Chanel o de otro diseñador ¿carece acaso de originalidad o es este mismo concepto el que debe ser sometido a escrutinio?

## **2. La moldería y la intervención**

Al pretender diferenciarse entre sí los diseñadores, teniendo en cuenta lo relevado en el trabajo de campo, ellos establecen esas diferencias en base al uso de los tejidos y/o la alteración en la composición de estos. Además, en función de la intervención sobre la moldería, alterando deliberadamente la estructura de las piezas que conforman la prenda.

Los tejidos son alterados a partir del empleo de técnicas varias de tejido (patchwork o crochet) generando deliberadamente efectos en base al lavado, las roturas y los desgastes. Asimismo, aplicando calor mediante planchas para generar efectos en las estampas, generando plisados u otros tipos de relieves entre los cuales se cuentan los calados, drapeados, troquelados y los pliegues. La llamada *experimentación textil* supone también incorporar a la misma trama del tejido materiales como metales, plásticos o piedras.

La alteración en la moldería se produce cuando los diseñadores modifican las formas o estructuras “convencionales” de elaborar las partes de las prendas como, por ejemplo,

aumentando o disminuyendo los volúmenes de una manga o bien trastocando la simetría entre ambas mangas. Otra forma de modificar la moldería es haciendo visibles los pespuntos o las puntadas que generalmente, son removidas en la costura o se mantienen ocultas cuando la persona se coloca y acomoda la vestimenta sobre el cuerpo. Asimismo, otros diseñadores se jactan de no utilizar los moldes y realizar los ajustes sobre el mismo cuerpo del cliente o maniquí previamente<sup>15</sup>.

Lo relevante acerca de estas alteraciones, tanto referidas a la dimensión textil como la moldería, es analizar porqué son consideradas significativas, no sólo por quienes la realizan sino por los demás agentes en la moda como periodistas o editores de revistas. Asimismo, es preciso analizar porqué estas alteraciones se consideran asociadas a la creatividad.

En su descripción de la moda y los objetos, Jean Baudrillard (1997) consideraba la diferenciación social como una forma de coacción ligada a la obtención del prestigio, o la búsqueda del mismo. Es a partir del flujo y reflujo de signos distintivos entre los objetos que se afianza el status social entre las personas. El valor de cambio signo está basado en la diferencia cifrada entre los signos. Asimismo, el valor de cambio guiado por la lógica económica remite a la lógica del mercado en el cual el objeto adquiere el status de mercancía.

Frente al valor de cambio signo que Baudrillard asocia a la diferencia cifrada ligada al prestigio, el valor de uso remite a la función racional y práctica de objeto, para lo que sirve algo en su condición de herramienta. Si nos guiamos por la condición de herramienta, cualquier prenda serviría para cubrir el cuerpo inicialmente, para abrigarlo en una determinada temporada del año, generar frescura en otra temporada o bien adornarlo. Respecto a las funciones del vestido, Nicola Squiccarino (1986) señala cual difícil resulta diferenciar la función protectora-utilitaria de la función estético-ornamental referida a la singularidad y la adquisición de status. Esto significa que, en ciertos contextos y momentos, un elemento decorativo puede tornarse funcional y viceversa.

En función del valor de cambio-signo, nos tendríamos que guiar por otros criterios más allá de lo utilitario y ornamental para contemplar dimensiones referidas a la lógica de la moda a fin de comprender por qué los diseñadores alteran la moldería de una vestimenta y lo que es más,

---

<sup>15</sup> Este es el caso de una diseñadora llamada Nina quien en las entrevistas periodísticas se jacta de no emplear moldería y haber desarrollado un método que suponía *diseñar directamente sobre el cuerpo de las clientas*. No obstante, en el año 2016, al conversar con su hermana quien en ese momento, era socia de la marca, ésta señaló que ciertas prendas que calificaba como los *básicos* eran delegadas a modelistas como pantalones, camisas y algunos sacos mientras que otras respondían al método declarado por Nina.

porque anuncian públicamente que la alteraron. Para lograr tal comprensión es preciso remitirnos a una cuestión tratada en páginas previas: producir una prenda para “estar de moda” y al mismo tiempo “poner de moda”. A esto hay que agregar la expresión, oponerse a la “moda”. Además, es preciso entender que la moda como fenómeno social supone un mundo más allá de los procesos de producción que es la difusión; esto es, el submundo de la prensa al interior del mundo de la moda.

¿Qué valoran y destacan los periodistas, en su condición de figuras emblemáticas de la prensa de moda, al señalar la alteración en la moldería? Teniendo en consideración las reseñas realizadas por una periodista sobre los desfiles realizados en el evento BAF Week, en la temporada otoño-invierno del 2011. Respecto al desfile de una diseñadora realizado un jueves, la periodista destacó su “*moldería desestructurada que incluyó una versión libre del cuello chimenea*”. En relación a otro desfile que transcurrió en el mismo día, se destacaba la “*moldería de largo irregular y desestructurada*”<sup>16</sup>.

Para poder comprender por qué una moldería desestructurada es significativa para los periodistas es preciso dejar de lado la dimensión funcional de una prenda para adentrarse en la cuestión de la diferencia cifrada mencionada por Baudrillard. Asimismo, contemplar el mundo de la prensa o, lo que llamaría Becker, la distribución de las obras artísticas y el trabajo de las personas orientado a generar en los consumidores el gusto para apreciarlas. Estas personas, las denomina Becker, son los intermediarios especializados intervinientes en los procesos de distribución.

La alteración de una manga o composición de un tejido constituyen detalles que adquieren valor por la diferencia entre los diseñadores como productores. Pero éstos no pueden, por sí mismos, imponer tal diferencia como significativa sino coadyuvados por la intervención de los intermediarios modelando el gusto. Es entonces que, a fin de imponer un detalle de confección como relevante, deben articularse dos submundos que son la producción y la distribución en la cual se incluye la imposición del gusto. Son dos procesos, en suma, en combinación: la materialización de la vestimenta y materialización de materiales escritos (como es la prensa) orientados a la apreciación de la vestimenta.

---

<sup>16</sup> Cicero Gabriela y Cipriani Paula “Baf Week. Otoño-invierno 2011”. 3 de marzo del 2001. Suplemento Moda y Belleza. La Nación.

## **Reflexiones finales**

Mi objetivo en este artículo consistió en describir cómo se lleva a cabo la producción de vestimenta en un contexto como el mundo de la moda, signado por el cambio constante de vestimenta. Esta producción se caracteriza por una serie de instancias en las cuales los diseñadores interactúan con modelistas, cortadores, modistas y otras personas implicadas en la realización de un producto que es la vestimenta.

La moldería, como instancia en la cual me centré en este escrito, constituye un conjunto de pautas ligadas a las partes de las prendas, la reproducción de estas al ser cortadas y replicadas en la tela para luego ensamblarse las partes. En torno a la moldería se erigen representaciones referidos a la condena a la copia por implicar un atentado a la creación propia. Asimismo, una valoración positiva relativa a la alteración de la moldería. Como señalé, no se trata de una alteración a la cual sólo le presten atención los diseñadores sino todo un conjunto de personas que aprecian esa alteración como detalle distintivo.

## **Bibliografía**

- Appadurai Arjun (1991) *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. Grijalbo/Conaculta, México.
- Balacescu Alec (2005) After Authors. Sign(ify)ing Fashion from Paris to Tehran. En *Journal of Material Culture*. Vol. 10(3): 289–310
- Baudrillard, Jean  
(1982) *Critica de la Economía Política del Signo*. Siglo XXI Editores. México.  
(1997) *El sistema de los objetos*. Siglo XXI. Mexico
- Becker, Howard (2008) *Los mundos del Arte. Sociología del trabajo artístico*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Entwistle Johanne (2002) *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Paidós contexto. Barcelona.
- Förster-Beuthan, Yvonne (2013) The Cycle of Seasons: Temporality in Fashion, in: Fischer, Luke, Mc Cauley, David: *The Seasons: Philosophical and Environmental Perspectives*, New York: SUNY Press.
- Fourcade Marion y Healy Kieran (2007) “Moral Views of Market Society”. En *Annual Review of Sociology*. Vol 33: 285-311. Vol. 33:285-311

García Blanco José (1986) “Industrialización, Capitalismo y Racionalidad en Max Weber”. Reis 85/99 pp. 315-367.

Leach Edmund (1989) *Cultura y Comunicación. La lógica de la comunicación de los Símbolos*. Siglo XXI Editores. México.

Martín Juez Fernando (2002) *Contribuciones para una Antropología del Diseño*. Gedisa. Barcelona.

Miguel, Paula (2013) *Emprendedores de diseño. Apuntes para una sociología de la moda*. Eudeba. Buenos Aires.

Nicola Squiccarino (1986) *El vestido habla. Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Edición Cátedra. Madrid.

Woodward, Sophie y Fisher Tom (2014) “Fashioning through materials: Material culture, materiality and processes of materialization”. En: *Critical Studies in Fashion and Beauty*. October.

## ANEXO

Gráfico 01: Ficha de producto y geomtral

Empresa: Kings Game		<b>KING'S GAME</b>							
Descripción: Chaleco Juicy bolsillo con ribete									
Ficha técnica geomtral frente y espalda con detalles y especificaciones									
Fecha de Entrega									
Tela 1: Gabardina - Tela Complemento 1: Red - Tela complemento 2: Cuadrille- Hilo al tono									
Curva de talles a producir									
Talle	28	30	32	34	36	38	40	42	
Cantidad	7 unidades	7 unidades	18 unidades	10 unidades	6 unidades	7 unidades	7 unidades		
Total: 80 prendas									
<b>Importante: Una vez terminada la prenda limpiar hilos. Respetar la simetría de la prenda</b>									
Avlíos:	Cantidad:	Ubicación							
Etiqueta de composición	1 unidad	Ubicar en lateral izquierdo del lado interior.							
Etiqueta de Talle	1 unidad	centrada hacia la izquierda de la etiqueta de marca							
Etiqueta pantalonera	1 unidad	en exterior sobre el lateral izquierdo							
Etiqueta de marca	1 unidad	centrada en el centro de espalda de lado interno							
Bolsas Medianas	1 unidad	colocar en bolsa							

Fuente: Ayelén Pellegrino. Disponible en: <https://ayelenpellegrino.com/tag/geomtral/page/5/>