

# VOLVER A LAS FUENTES

¿Qué sería de la moda sin los modelistas? Gajes de un oficio no siempre valorado, que será el *leitmotiv* de la pasarela de Buenos Aires Fashion Week

POR MARIA PAULA ZACHARIAS

**E**s lunes por la noche, está cansada y tiene que terminar un trabajo. Angela Rapisarda salió del secundario con su título de modelista bajo el brazo, y hace casi cincuenta años que se gana así la vida, dedicada al dibujo del diseño ajeno. "El textil es un rubro muy feo..., son todos trapos. Mal pago, la gente no entiende de qué se trata, me preguntan si soy modelo, otros piensan que hago el diseño", se queja. Es verdad que su oficio no está muy valorado ni difundido. Rapisarda es una de esas grandes modelistas que se esconden detrás de cada gran diseñador, capaz de llevar sus creaciones a la tela.

Y es precisamente en ese trabajo donde posaron su mirada los organizadores de BAFWeek, la semana de la moda porteña, para destacarlo en su pasarela. Antes fueron el algodón, las hilanderías, los estampados, los teñidos, la lana y los avios. Así, en la edición que comienza este miércoles en el Pabellón Azul de La Rural, le llegará el turno a la moldería: "Ya hace varios años que trabajamos con el libro *La Ruta Textil Argentina* (editado por TN & Platex), que está dedicado a miles de argentinos

que forman parte de la cadena de valor", explica Kika Tarelli, vocera de contenidos de BAFWeek. "Intentamos revalorizar al diseñador que busca un valor diferencial desde lo constructivo", dice.

La moldería son las piezas que conforman la prenda. Primero en papel, después en tela, son las partes que se articulan entre sí para cubrir el cuerpo humano. El modelista trabaja en la producción de indumentaria, tanto en grandes fábricas como en el taller de un diseñador, materializando un modelo para su fabricación.

Es un oficio y también una destreza clave para todo diseñador: "La moldería es todo en una prenda. Define la comodidad, la estética, cómo se ve una prenda, cómo cae... Es lo que hace la diferencia", comenta Emiliano Blanco, diseñador junto con Camila Milessi de la firma *Kostúme*. "En las universidades se valoriza muy poco la moldería, y la costura no se la valora en absoluto, siendo la parte fundamental de un diseño. Por más que no te sienten en una máquina de coser, es indispensable saber cómo se cose y cómo se hace el molde. Los dos son oficios en los que hay cada vez menos gente que real-

Prüne, Nadine Zlotogora, Vicki Otero, Tramando, las ganadoras de una edición del concurso Semillero UBA de febrero pasado, Lucinda Walmsley y Catalina Ichaso y *Kostúme* participaron de la producción de la campaña de BAFWeek





mente esté en el detalle", dice. Los moldes de las prendas de su marca los hacen ellos mismos. "Muchas veces varían los diseños a la hora de hacer moldes. Una prenda bien construida desde el molde no necesita ningún tipo de ornamentación." Hay pocas modelistas como Rapisarda. "Son personas mayores, generalmente, de las que uno como diseñador tiene mucho que aprender", dice Blanco.

La diseñadora **Vero Ivaldi** es otra entusiasta. Lleva patrones en su ADN. Hija de María, modista, profesora de moltería y sombrerera, y de César, sastre, creció oyendo hablar de sisas, mangas y pinzas. "La moltería siempre está implícita: es como el hilo. Y en este desfile en particular es super compleja", adelanta. Es de las pocas diseñadoras que hace todos sus moldes. "Es mi dibujo. Pienso en el molde cuando estoy dibujando un figurín y ya sé si una moltería va a funcionar o va a hacer algún defecto. Es mi boceto", dice. En 2001, para su primera colección en BAFWeek, Cinética, trabajó moldes en forma diagonal y curva para dar movimiento a telas rígidas. "Hice cada molde y corté cada tela. Fue un trabajo de prueba y error", recuerda. Su madre estuvo ahí, mirando sus mangas, diciendo que estaban impecables. "Tenemos métodos muy diferentes. Pero todo lo saqué de ellos, de oírlos hablar de su trabajo", reconoce.

Madre e hija representan dos maneras de entender la moltería. Marcela de Zen, profesora de Fundamentos Geométricos del Modelaje en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU) de la Universidad de Buenos Aires (UBA), lo explica mejor: "La materia (que es optativa) se creó para enseñar que la generación de la moltería podía ser parte de la estrategia proyectual desde la geometría y la morfología, como un ida y vuelta entre lo que se construye y lo que se dibuja. Al imaginar, el diseñador puede trabajar con estructuras no convencionales en lugar de, una vez realizado un diseño, tratar de interpretarlo en una moltería convencional fijada por bases estandarizadas". La moltería tradicional traduce un diseño utilizando bases que están normalizadas para la producción en serie. En cambio, esta moltería académica apunta a que el diseñador no sea sólo un estilista, sino que pueda resolver estructuras, conformar las partes.

En Diseño de Indumentaria y Textil de la UBA no se enseña moltería tradicional, como tampoco se enseña costura. Pero muchos están en desacuerdo. Para empezar, la directora de la carrera, Susana Saulquin. "La moltería es una vieja pelea. Siendo tan importante como lo es Estructura para los arquitectos, cuando desarrollamos el plan de estudios de la carrera, en 1988, los arquitectos no la quisieron poner como una materia de la currícula y en la actualidad es una materia op-

## DESFILES Y SHOWROOMS

BAFWeek Primavera/Verano 2010-2011 concentrará las tendencias de la próxima temporada en un ciclo de 15 desfiles y más propuestas en el área de showrooms, desde este miércoles 11 hasta el viernes 13 en el Pabellón Azul de La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires.

En pasarela habrá tanto diseño de autor como marcas comerciales. Wanama, Uma, Kostürme, Como quieres que te quiera, Juana de Arco, Cook y Rapsodia están en el calendario. Para los hombres habrá dos desfiles, Grupo 134 y Hermanos Estebecorena. Ona Saez, Marcelo Senra y Veroivaldi vuelven a subirse a la pasarela. Y debutan con desfiles en BAFWeek las marcas Desiderata y S-Mode, de trajes de baño. Además estarán los ganadores del concurso Semillero UBA BAFWeek, que ya se instaló como la cuota de aire fresco y diseño del más experimental. Marcelo Giacobbe y Magali Belingüeres fueron los seleccionados de esta edición entre los estudiantes más destacados de la UBA por un jurado formado por Jazmin Chebar, Pablo Ramírez y Mariano Toledo. El maquillaje oficial estará otra vez a cargo de Natura y el Estudio Olivera sigue a cargo de los peinados.

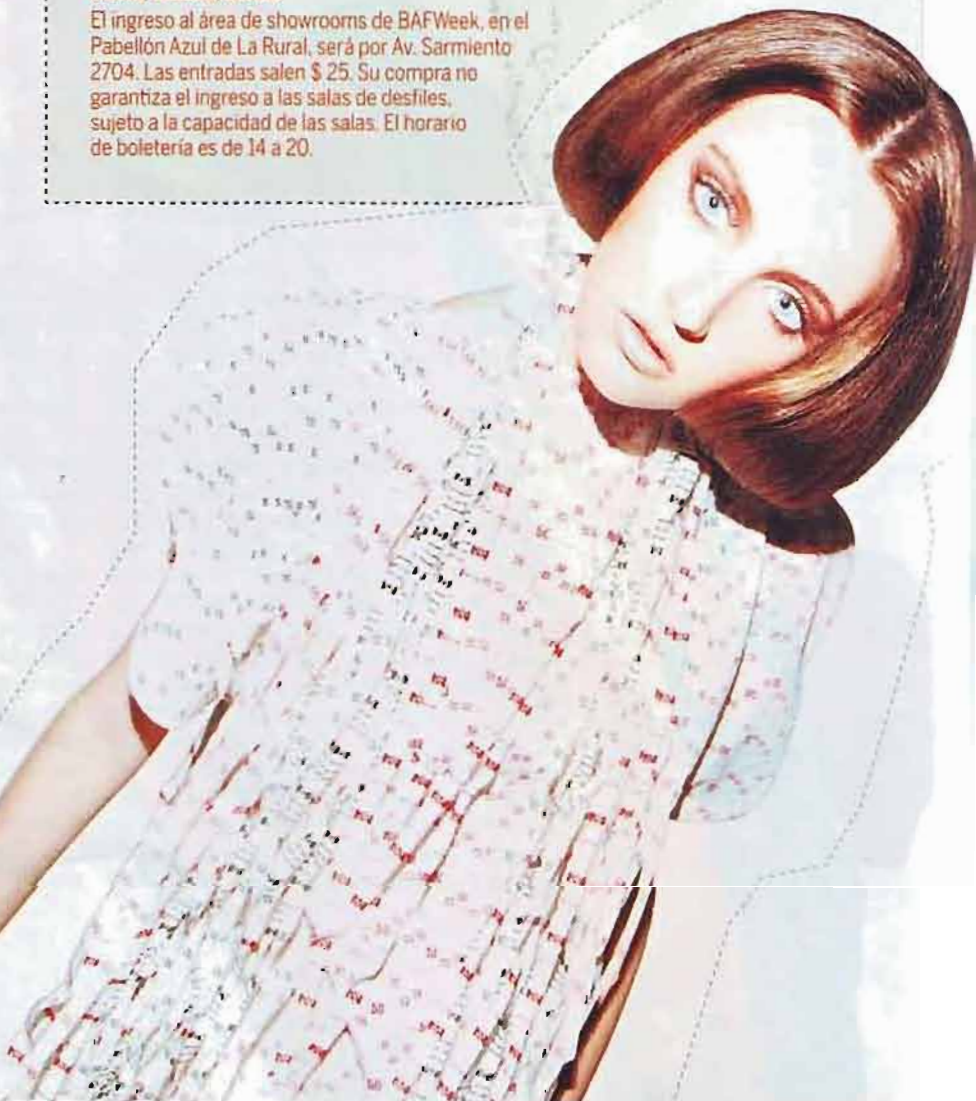
En los showrooms habrá propuestas para ver, probarse y comprar, con Jesús Fernández, Olive, Manuela Fernández, Compañía de Sombreros, Clan Issime, Cul de Sac, Katakali, Positivo, Drôle, Rie y Las Penélope y Amsterdam, entre otros. Allí habrá beneficios especiales del Banco Citi que también hará 2x1 en entradas a sus clientes. El main sponsor del evento, Paseo Alcorta, otorgará un espacio a Huija, ganador del premio al mejor showroom en la última edición, gracias a la votación del público y de 17 editoras de moda.

Organizado por APSA (Centros Comerciales), La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires y La Nación, BAFWeek es una apuesta por posicionar a Buenos Aires como un polo atractivo de diseño. Con el fin de insertarse en el calendario internacional, en esta edición vendrán medios extranjeros convocados por Fundación Export.Ar, como L'Officiel Brasil (San Pablo), Blue Media Network (Berlín), In Style (Berlín) y Fashion Wire Daily (París), entre otros.

En el auditorio, Andrea Bisker y Catalina Marín dictarán el seminario internacional WGSN. "En la búsqueda de lo maravilloso y lo estético, los consumidores tendrán una mente abierta frente a lo inesperado, lo surreal y lo absurdo. Es el concepto que creemos que va a regir en el diseño durante 2012", adelantan.

### Cómo, cuánto, dónde

El ingreso al área de showrooms de BAFWeek, en el Pabellón Azul de La Rural, será por Av. Sarmiento 2704. Las entradas salen \$ 25. Su compra no garantiza el ingreso a las salas de desfiles, sujeto a la capacidad de las salas. El horario de boletería es de 14 a 20.





tativa. Cuando se hizo en 2006 un foro en la FADU para pensar cambios quisimos poner no una, sino tres molderías para acompañar los diseños, pero si bien quedó la inquietud nunca se llegó a imponer. A todos los estudiantes les interesa y necesitan la materia; de hecho, algunos la cursan fuera de la UBA", dice.

Además de la materia que dicta Zen hay otra optativa de Miguel Angel Cejas, que también enseña moldería en la Universidad de Palermo (UP), en la UADE y en la Universidad de Belgrano, donde es anual, obligatoria y por tres años. Profesor casi de tiempo completo, también se dedica a solucionar problemas de moldería que dejan otros modelistas. "A mis alumnos les enseño que se puede hacer todo", dice convencido de que nada es imposible de modelar. Trabajó con todo tipo de diseñadores, de Paco Jamandreu a Paco Rabanne. Pero su pasión es la docencia. "Con este auge de las carreras de diseño, la moldería tomó otro vuelo y hoy tiene una salida laboral más importante. Es un oficio bastante bastardeado. No se le da mayor importancia hasta que aparecen las dificultades, como que la prenda no cae bien o la manga se retuerce, y generalmente es por moldes mal aplomados. No es una ocupación tan querida hasta que

empezás a entenderla y tiene tanto de creativo como diseñar. Desde la moldería se puede diseñar", dice Cejas.

#### IA CORTARI

Los talleres extracurriculares de Ricky Casali en la UBA tienen siempre los cupos llenos a pesar de ser pagos. Hace 20 años que Casali enseña a componer. Sin libros, sin teorías, enseña a diseñar en el papel. En su estudio funciona una escuela y también se hacen los moldes de Paula Cahen D'Anvers niños y Levi's, entre otros. Casali habla de moldería como si fuera autoayuda. "La capacidad de modelar libera, deja volar al diseñador. Lo emancipa", sostiene. Es un pragmático que aprendió el oficio trabajando y lo transmite a sus alumnos con pasión. Un fanático de la ti-

jera, fundamentalista del molde. "Vienen con resistencia a aprender moldería. Los libros lo muestran como algo muy matemático, misterioso. Pero es simple, imprimir en el plano lo que querés ver en el cuerpo. Al diseñador le falta la cultura del ensayo. Yo veo una dilatación del oficio, llenan a los alumnos de información, pero no los llevan a la mesa a cortar. Yo quiero que corten tres prendas por día, y no ocho o nueve en toda la carrera."

"Estamos criando modelistas. Exporto alumnos a Barcelona", se jacta Casali. "Nuestro diseñador no tiene comprensión del mercado comercial. No entiende que tiene que vestir al odontólogo que tiene mucha onda, pero no se quiere poner un saco con dos solapas. Mis alumnos terminan trabajando como modelistas en una fábrica porque ganan el triple. No a todos los que estudian mañana el papá les va a poner un local. Siento que los estoy preparando para que mantengan a su familia, que pongan su empresa, que hagan su colección entera ellos mismos. Y si, de paso, alguien les compra un molde salvaron el día de laburo", explica.

Las escuelas de diseño ofrecen cursos de todo tipo para aprender el oficio (ver recuadro). La UP fue un paso más allá y lanzó una tecnicatura en Moldería y Confección de Indumentaria. "La demanda de profesionales bien preparados, con conocimientos técnicos y visión de la producción de la indumentaria es una realidad en alza en la industria textil argentina debido al crecimiento que viene experimentando el diseño de indumentaria", comenta Patricia Doría, profesora de la Facultad de Diseño y Comunicación de esa universidad. En dos años, 16 materias para adquirir un oficio rentable. "Significa cubrir la brecha existente entre el diseño, la confección, la producción y la gestión de los diseños aplicados al sector de la industria", dice. Enhorabuena. ✱

revista@lanacion.com.ar

FOTOS: Gentileza: Babwerek

### PARA ESTUDIAR MOLDERIA

- Escuela Casali Cramer 4317; (15) 6094-4322; [www.escuelacasali.es.tl](http://www.escuelacasali.es.tl)
- Escuela de Modas y Diseño Florida 461, 1er. piso; 4393-8081/5558; [info@escuelademodas.com.ar](mailto:info@escuelademodas.com.ar)
- Escuela Argentina de la Moda Florida 656 3er. piso; 4322-2000/8120/4328-1705; [info@eamoda.com.ar](mailto:info@eamoda.com.ar); [www.eamoda.com.ar](http://www.eamoda.com.ar)
- Nueva Escuela de Diseño y Comunicación Callao 67; 4371-4540/6476/4373-1377;
- FG Escuela de Diseño 4981-0151; [info@fgescuela.com.ar](mailto:info@fgescuela.com.ar)
- Instituto Superior de Diseño de Moda y Belleza Integral Roberto Piazza Av. Cabildo 2840; 4787-3660; [belgrano@robertopiazza.com.ar](mailto:belgrano@robertopiazza.com.ar); [www.robertopiazza.com.ar](http://www.robertopiazza.com.ar)
- Espacio Buenos Aires Florida 835, 3er. piso; 4311-8484; [info@espaciobuenosaires.com.ar](mailto:info@espaciobuenosaires.com.ar); [www.espaciobuenosaires.com.ar](http://www.espaciobuenosaires.com.ar)
- Hermenegildo Zampar Av. Acoyte 713; 5901-3018; [consultas@hermenegildoampar.com.ar](mailto:consultas@hermenegildoampar.com.ar); [www.hermenegildoampar.com.ar](http://www.hermenegildoampar.com.ar)
- [Redacted] Av. Córdoba 3501; 4964-4600/5199-4500; [informes@palermo.edu](mailto:informes@palermo.edu); [www.palermo.edu](http://www.palermo.edu)
- [Redacted] cursos virtuales [www.miguelangelcejas.com](http://www.miguelangelcejas.com); [cursos@miguelangelcejas.com](mailto:cursos@miguelangelcejas.com)



lanacion.com

VIDEOS. Para ver más sobre esta nota <http://www.lanacion.com.ar/revista>