

Las exposiciones temporales de moda

FRANCISCO MANUEL MATA TORRADO
Historiador del Arte

Los cambios sociales, tecnológicos y culturales han derivado en los últimos años a que la moda haya entrado en los Museos por su propio pie. Exposiciones de gran formato a modistas consagrados de ayer y de hoy quieren avalar el maridaje de arte e industria que hay en las más exquisitas creaciones de costura.

Si por un vestido de *cocktel* de Jean Patou o un *tailleur* de Coco Chanel o Christian Dior se pagan fortunas en las subastas de Londres y París, por qué no exhibirlos como verdaderas obras de arte. O, al menos, como piezas artesanas donde hay mucho de arte y de eso que se da en llamar *haute couture*.

El centro privilegiado, accesible y abierto a todo tipo de público capaz de acoger dichas exposiciones temporales, no es otro que el Museo, quien gracias a estas exposiciones temporales de moda cuenta con la rentabilidad socio-cultural que ha de poseer un Museo actual, puesto que éstos, al menos teóricamente, funcionan gracias al binomio exposición-permanente/exposición-temporal, aunque en bastantes Museos se haya conseguido sólo la temporal.

MUSEOS Y EXPOSICIONES TEMPORALES DE MODA

Los diversos cambios sociales, artísticos, culturales y tecnológicos han hecho evolucionar la historia de la museología hacia dos ámbitos en principio contrapuestos: por un lado la definición del Museo como espacio dedicado al análisis, investigación y conservación; y por otro la conciencia de que el Museo ha de ser un lugar que posibilite la accesibilidad a todo tipo de público,

Museo

Las exposiciones temporales de moda

con intenciones de informar, educar y transmitir cultura aunque para ello haya que recurrir a grandes dosis de espectáculo (característica que poseen de manera intrínseca todas y cada una de las exposiciones de moda).

No hay que olvidar que el siglo pasado se inició con los movimientos artísticos que pretendían destruir los Museos, por considerarlos fuera de su época (tal y como afirmaba Marinetti en 1909), y lo que ocurre es que no sólo se destruyeron muchos, sino que gracias a sus exposiciones se han ido construyendo otros, creados con parámetros nuevos y en los que se define que el Museo no sólo es un lugar para eruditos, sino un espacio para la educación, conocimiento, cultura y, por qué no: para el ocio.

El concepto de Museo dado por el ICOM contempla a éste como una institución de carácter permanente, abierta al público y al servicio de la sociedad actual y su desarrollo.

Si aplicamos estrictamente esta imagen del Museo sobre la sociedad, veremos que este destacado papel desempeñado es completamente compatible con la pareja de hecho formada entre moda y arte que proponen las últimas exposiciones temporales mostradas en los Museos españoles (Kursaal, con la exposición de Balenciaga, y Guggenheim, con la exposición sobre Armani).

Actualmente, tal y como demuestran los medios y la crítica especializada, parece existir una especie de confrontación permanente entre lo que se ha dado en llamar arte de masas (por lo que es considerado de menor calidad, y en el que de forma soslayada se introducen las mani-

festaciones artísticas de moda) y el arte de élite; todo ello aderezado además por las diversas corrientes doctrinales que integran conceptos como exposición temporal, Museo y moda en cruces de pensamiento basados en Marx, Marcuse o Freud, lo que ha repercutido en la creación de una nueva sensibilidad en lo que respecta a la moda como factor de cambio social.

Fue esta ambigüedad la que llevó a la emergente sociedad del siglo XX a reconocer los denominados «movimientos contraculturales» como arte, y es gracias a las exposiciones temporales de moda, verdaderas *best sellers* de la museología y museografía, como estamos llegando al momento de reconocer humildemente que moda es igual a arte.

LA MODA, ESPEJO DE LA SOCIEDAD

La idea de las muestras de moda acogidas dentro de prestigiosos Museos fue iniciada por la museología italiana. Estas exposiciones de moda, que se concibieron desde sus inicios como exposiciones temporales, fueron realizadas partiendo desde la seriedad de los criterios expositivos, distinguiéndose en estos primeros reconocimientos a la moda qué se quería resaltar: al modista, al diseñador, al traje, los tejidos, etc.

Junto a estos primeros pasos dados por las exposiciones temporales de moda, en el ámbito de los Museos y sus exposiciones pasaron a ser legendarias exposiciones de moda como la de Pucci, organizada en la Sala Bianca del florentino Palazzo Pitti, dentro de la Bienalle Moda e Costume, en el año 1997. Para cuyo montaje

Museo

VI Jornadas de Museología

expositivo se contó con el arquitecto, diseñador de escenografías y director de ópera Pier Luigi Pizzi, quien creó un espacio expositivo inolvidable: basado en una pasarela de espejos por la que circulaban, sobre una cinta móvil, los maniqués con los trajes del visionario Emilio Pucci. A los lados de la pasarela se dispusieron varias hiladas de sillas, dispuestas a su vez en varias filas, estando ocupado este *front show* por cientos de maniqués vestidos también con las colecciones de Pucci de todas las épocas de la colorista casa de moda. El resultado fue la recreación más veraz del universo Pucci fuera de las pasarelas, revistas de modas y tiendas de la casa Pucci.

Pier Luigi Pizzi concibió este esquema expositivo como una relación simbólica entre las aspiraciones de una exposición artística, un Museo, una pasarela y el observador dando en la diana al recrear en esta exposición al *fashion victim* ideal.

Tras las primeras exposiciones temporales de moda, se inició una carrera de supervivencia en la que proliferaron dichas exposiciones basándose en diseñadores, creadores, épocas y tejidos, para convertirse en un auténtico centro de interés de la vida social, y para ello con frecuencia el Museo tradicional hubo de abandonar su cómoda función de recuperar el pasado para lanzarse a la aventura del futuro de la mano de las exposiciones temporales de moda.

Es de este modo como llegamos a la museografía moderna, aquella capaz de liberarse de la ortodoxia intrínseca al Museo y sus exposiciones, permitiendo este nuevo tipo de convivencia (Moda-Museo) que eleva temporalmente a los productos de la moda al olimpo del arte.

Para apoyar esta teoría sólo bastaría con recordar las exposiciones temporales de moda desarrolladas en el Metropolitan de Nueva York en el año 1973, y entre las que se incluyó una dedicada al maestro de la aguja español Cristóbal Balenciaga; la de 1985, en el Museo de los Tejidos de Lyon; la de la fundación Mona Bismarck Foundation, en 1994, o la de Christian Dior en el Metropolitan de Nueva York, en 1995, junto con las desarrolladas periódicamente en el Victoria and Albert Museum de Londres.

El reconocimiento internacional alcanzado por el diseño de moda de Cristóbal Balenciaga le haría ser receptor del honor de contar con diversas exposiciones en su honor en España, como ponen de manifiesto la exposición sobre su arte mostrada en el Círculo de Bellas Artes de Madrid en el año 1974 y la del Museo de Arte Contemporáneo de Madrid un año después.

La evidencia de una calidad de vida, expresada en términos de entretenimiento y estímulos ha sido tenida en cuenta por estas exposiciones temporales de moda a la hora de ofrecer experiencias peculiares para potenciar la oferta museística en la sociedad del ocio.

Existen afirmaciones que reflejan que no todo es la atracción del Museo hacia la sociedad, sino, por el contrario, que el público acude al Museo con voluntad de conocer su identidad y en el deseo ferviente de conservar su autenticidad frente a los profundos cambios tecnológicos y sociales que se están dando. Esta idea se ve claramente reflejada en el éxito de público de las exposiciones temporales de moda (la de Giorgio Armani superó los 87.000 visitantes), puesto que

Museo

Las exposiciones temporales de moda

se mostraron piezas de moda capaces de vivir por sí mismas sin necesidad de verse aderezadas con un cierto pedigrí nominal.

LOS MASS MEDIA Y LA MODA

Hemos de reconocer abiertamente que la cultura del espectáculo y medios de comunicación se ha incorporado en numerosas ocasiones a los Museos de la mano de la moda, ya sean los de arte antiguo, moderno o contemporáneo, modificando de este modo la anterior definición que aceptábamos de experiencia estética y hábitos frente a la obra de arte entendida en términos conservadores. Si no cómo serían posibles desfiles de moda en las salas de los Museos, sesiones fotográficas de moda o las mismísimas exposiciones de moda.

Los medios de comunicación difunden los acontecimientos sociales y culturales a través de espacios específicos para ello, y así el mundo de la cultura está actualmente al alcance de todos, de manera que gracias a estos medios, los Museos y las exposiciones temporales, sean del tipo que sean, han pasado a suponer un tipo de ocio, tal vez de fin de semana. Lo que permite que sólo con la excusa de visitar una exposición de moda, el público pueda verse subyugado por el arte acogido en las entrañas del Museo al que se acerca de modo «frívolo».

Son frecuentes los *dossiers* en periódicos y telediarios informando puntualmente de todos los eventos culturales, a niveles nacionales e internacionales, y es en estos mismos espacios donde se presta especial atención a la moda.

Ya se ha hecho habitual el incorporar los calendarios de moda en estos medios, y el espacio que se dedica a la misma es compartido por el arte y la moda. Este espacio es cada vez mayor, abarcando incluso grandes titulares de información. Si hasta hace unos años sólo se les dedicaba un 2% a las referencias de moda y cultura, hoy en día es frecuente encontrar este tipo de noticias a través de las exposiciones y actividades como parte integrante del sistema de información del ocio, sin olvidar que, pese a todo, entre cultura y moda la información gráfica y televisiva recurrirá antes a la de moda.

Este fenómeno beneficia a la cultura, el arte y los Museos, puesto que conlleva una política de difusión que no ha de asumir el Museo por sí mismo, cuando de exposiciones temporales de moda se trata, ya que este tipo de exposición hace que puntualmente los medios de comunicación conozcan todo lo referente a sus movimientos en los Museos, propiciando de este modo el acercamiento de todo tipo de público a los mismos.

Si el rechazo a las exposiciones de moda en los Museos sigue existiendo, por parte de un sector social que considera al Museo como *un santuario para reproducir a distancia el arte*, es verdad también que existen en España una generación de Museos que definen hitos a este respecto, al haber sido capaces de combinar la tradición de las ideas nuevas con el germen de la definición de arte actualmente.

MUSEOS: ESCAPARATES DE LA MODA

Si el culto al momento fugaz que representa la moda, descarta al Museo como objetivo

cultural, éste, por su parte, ha encontrado un camino para integrarse en el futuro sin perder el pasado con la adaptación de espacios cambiantes en permanente transformación: las salas de exposiciones temporales, en donde se llevan a cabo programas de actualización artística y cultural derivados de un fenómeno social como es la moda. Viéndose enriquecida por el talento de escenógrafos y diseñadores de exposiciones como Robert Wilson, en el Guggenheim, o Hermen Art, en el Kursaal.

Las dos corrientes que asumen las exposiciones de moda se basan en propuestas como las de Lipovetsky, que muestran la idea de que el Museo puede aportar su espacio a la moda como «cultura de conservación», transformando a este tipo de exposición en un modo de patrimonio artístico que ha de ser protegido y conservado, pero que es entendido sólo y exclusivamente como un producto etnográfico y etnológico, cualidades que dotan a las exposiciones temporales de moda de su carácter cultural.

La otra corriente es la que se fundamenta en las teorías de T. Sola, y que se fundamenta en el hecho de que la verdadera esencia del Museo es la transmisión de información, que no debe basarse exclusivamente en el objeto como potencial cultural, sino en su transmisión intelectual, lo que hacen de manera globalizadora las exposiciones temporales de moda.

Pero, verdaderamente, el cambio de mentalidad en lo que respecta a las exposiciones temporales, atractivas para las nuevas generaciones, fue propuesto por Umberto Eco como varias alternativas al Museo tradicional, las cuales

llegaron a ser una realidad de la mano de las exposiciones temporales de moda. Como en el caso del denominado por Eco como Museo móvil, con montaje de reproducciones de los originales, paneles ensartados y de fácil traslado, técnicas holográficas de representación; o el Museo Lúdico, con espacios convertidos en muestras temporales cuyos objetos son manipulados por los visitantes. Ambos tipos de Museos son la base de las actuales exposiciones temporales de moda, las cuales dinamizan e innovan el panorama expositivo tradicional.

Lo más interesante es que gracias a las exposiciones de moda y a estas alternativas de integración en el Museo se ha canalizado todo un sistema de relación cultural exposición temporal de Moda-Museo-Público entre sí, teniendo en cuenta para ello, que lo lúdico de la experiencia museística y de moda pasa a formar parte del espectáculo expositivo.

Todo este *corpus* se desarrolla en base a dos teorías estéticas de la modernidad expositiva; una, la que interpreta la intervención de la moda y sus canales en la configuración de la vida cotidiana, en la que hay que incluir no sólo la moda, sino también otros aspectos que le son propios como lo social y lo político y en la que también hay que incluir al Museo, y otra, de la estética evolutiva, que se transforma ante los acontecimientos, y cuyo arte se contempla como una utopía de su propia realización. En este apartado habría que incluir los edificios de nueva construcción, con la creación de espacios gigantescos en donde las obras se diluyen ante la magnitud arquitectónica (Armani-Guggenheim, Balenciaga-Kursaal).

GIORGIO ARMANI EN LA PASARELA DE TITANIO

De marzo a septiembre de 2001, el Museo Guggenheim de Bilbao se puso al servicio del arte de Giorgio Armani, como si de una pasarela de titanio se tratara.

«Lo que buscábamos exponiendo la obra de Armani es reflejar la contradicción que representa el arte contemporáneo: una pieza de Armani es ciertamente una obra de arte que puede exponerse en un Museo, pero a la vez es algo que el visitante ha podido llevar».

En estas palabras del conservador del Costume Institute, del Museo de Nueva York, se resume el valor de este tipo de exposiciones.

La exposición mostrada en el Guggenheim procedía de la casa madre neoyorkina y pretendía crear un patrón de elegancia sobre la elegancia en lo que a exposición temporal se refiere. Es decir, que el montaje presentado por Robert Wilson pretendía dialogar a la misma altura y con el mismo tono que lo que se exhibía, premisas que desafortunadamente no tienen en cuenta otro tipo de exposiciones.

El escenógrafo Robert Wilson, con quién ya colaboró Armani en otra exposición en Florencia hace cinco años, basó la exposición en la adaptación de los 400 trajes que conformaban la exposición del Guggenheim, agrupándolos para ello por estilos, como si de un desfile se tratara, la exposición estaba cercana a los desfiles organizados por Armani en Milán o París.

Nada interfería en el protagonismo de las obras de la exposición, los vestidos se sostení-

an sobre maniqués invisibles, en unas salas ambientadas en diferentes colores de la paleta armaniana.

Para las paredes, Wilson escogió la neutralidad del negro, el blanco y el beige para los suelos, piedrecitas blancas o una superficie que imitaba al barro acentuaban el minimalismo propio de las colecciones de Armani.

En este ambiente, los vestidos parecían navegar, volar, en unas salas de techos altísimos, con las luces iluminándolos desde la distancia. Los matices de las luces fueron de capital importancia en esta exposición. A oscuras, y con los focos en torno a las pedrerías, se podía ocultar la imprecisión de tejidos y piedras, así como la propia disposición de los mismos. Esta ambientación fue la escogida para resaltar los ricos trajes de noche del maestro italiano. Por el contrario, cuando los tonos de las telas eran más claros, particularmente los denominados «beige Armani», pálidos ocre y tenues tostados, entonces se presentaban bajo haces de luz de mayor potencia y carentes de toda sombra.

La teatralidad de la presentación fue resultado del bagaje de Robert Wilson, quien se convirtió aquí en un artista de la escenografía al adaptar magistralmente el espacio del Museo para contener esta exposición. Wilson jugó con la luz y el sonido para crear una especial atmósfera alrededor de los trajes que parecían estar suspendidos en el aire. Suelos y paredes fueron recubiertos de materiales que absorbían los ruidos, permitiendo así disfrutar del placer visual de Armani conjugado con la partitura original creada por Michael Galasso para acompañar esta exposición.

BALENCIAGA INTIMO

Fue Balenciaga el primero en entrar en los Museos, y lo más asombroso de su arte es la manera que tenía de construir vestidos.

En esta exposición, inaugurada en junio de 2001, coincidente con la de Armani, sorprendía a los historiadores del arte ver las influencias que sobre su arte ejercieron Zurbarán (algunos cortes de los trajes se inspiraban en los hábitos de los monjes que retrataba el maestro), así como la paleta cromática característica de Velázquez o los encajes mitificados por Goya.

La exposición reunía medio centenar de vestidos, trajes, sombreros y otros accesorios creados por el modisto, diseñador sofisticado, quien rompió con los cánones de la época, cambiando de este modo la estética del siglo XX.

La muestra fue diseñada por Hermen Art, quien la concibió inspirándose en una frase pronunciada por Carmel Snow sobre el arte de Balenciaga, crítica de moda de la revista *Harpers Bazaar*: *«Nada es más misterioso que la simplicidad, que no puede ser descrita ni copiada»*.

El montaje donostiarra recurrió a crear una distancia simbólica entre la ropa de costura inalcanzable y el visitante. Los trajes surgían serenos desde la inquietante superficie de arena, haciendo circular al espectador alrededor de ellos, a través de una pasarela de madera.

La exposición arrancaba con la proyección de un vídeo, con imágenes inéditas sobre el San Sebastián de los años veinte y treinta, junto con un montaje en el que se insertaban planos de

las casas del artista con fotografías de Coco Chanel, el equipo que trabajaba para él, etc.

En el espacio central de la sala Kubo se erigían los diseños de Balenciaga sobre un suelo de arena y tras cristales que realzaban las depuradas líneas diseñadas por este insigne maestro de la aguja, para mayor gloria de los artistas españoles.

La iluminación era puntual, diseñada para recrear la intensidad de las texturas a las que el tiempo pudo a veces estampar una pátina de rara belleza.

A diferencia de la exposición mostrada en Bilbao, la de San Sebastián es una muestra reducida, atractiva e íntima, casi como un reflejo del carácter del señor Cristóbal Balenciaga. Las piezas fueron presentadas de forma sencilla; todo se expuso sin un ápice de teatralidad o misterio. Lo que se pretendía con esta exposición es que nada interfiriera entre los objetos y la mirada.

Esta exposición contrasta demasiado con el montaje realizado para la retrospectiva de Giorgio Armani. Si en la muestra de Armani su montaje se fundamentaba en las escenificaciones a través de los contrastes entre luces y sombras, con vistas a crear halos de fascinación en el espectador, en la de Balenciaga sobraban esos contrastes, porque para él lo importante era el diseño en sí.

A MODO DE CONCLUSION

En definitiva la sociedad postmoderna sólo tiene posibilidades en el presente, pero el Museo aporta no sólo la modernidad, sino la conjugación de elementos anteriores que son retazos de nuestra cultura pasada unida al futuro.

Museo

Las exposiciones temporales de moda

A pesar de que la sociedad pueda moverse, el Museo nunca debe perder su peculiaridad como lugar de encuentros culturales, y eso lo ha logrado gracias a exposiciones temporales de moda como las de Giorgio Armani o Cristóbal Balenciaga, en los Museos Guggenheim de Bilbao, y Kursaal, de San Sebastián.

Cuando aquí ya no estemos ni usted ni yo, ni Glen Close, ni el propio Giorgio, ni Richard Gere; cuando aquí no estén ni Jodie Foster ni Michelle Pfeiffer ni todas las estrellas que existieron o existen para personalizar estos vestidos, éstos nos sobrevivirán.

BIBLIOGRAFIA

- ASENCIA Y GARCÍA, P.: *Evaluación cognitiva de la exposición*. Ministerio de cultura. Madrid. 1994.
- DE CASO, R.: *El Museo como foco de cultura a través de sus actividades*. VII Congreso Internacional de la Federación Mundial de los Amigos de los Museos. Córdoba. 1990.
- FERNÁNDEZ, L.: *Museología. Introducción a la teoría y práctica del Museo*. Itsmo. Madrid, 1993.
- GIRALT-MIRCALE, D.: *Metamorfosis del Museo Contemporáneo*. VII Congreso Internacional de la Federación Mundial de los Amigos de los Museos. Córdoba, 1990.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F.: *El Museo como espacio de Comunicación. Los nuevos espacios de las artes*. Trea. Madrid, 1998.
- HUOPAINEN, R.: *El Museo: una puerta abierta al futuro*. Museum, 1996.
- LEÓN, A.: *Reflexiones sobre la museología en España: una carta abierta*. Museum Internacional, París, UNESCO, núm. 184, vol. 46, 1994.
- LOW, T.: *The Museum as a social instrument*. Metropolitan Museum of Arts. New York, 1942.
- MARCHAN FIZ, S.: *La evaluación del Museo*. VII Congreso Internacional de la Federación Mundial de los Amigos de los Museos. Córdoba, 1990.
- MERHAV, R.: *Exponer es exponer: para bien o para mal*. UNESCO. Museum. Pág. 15. 1999.
- SCREVEN, C.: *Estudios sobre visitantes en los Estados Unidos, una ciencia de formación*. Museum Intenacional, núm. 178. Págs. 6-12. París.
- SOLA, T.: *Concepto y naturaleza de la Museología*. Tribuna Libre. 1996.
- V.V.A.A., Revista Occidente, núm. 177.