AREA

AGENDA DE REFLEXIÓN EN ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO agenda of reflection in architecture, design and urbanism

número 5 Agosto 1997 [1999]

FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO SECRETARÍA DE INVESTIGACIONES EN CIENCIA Y TÉCNICA



CONTENIDOS/CONTENTS

- 5 Editorial
- 7 Horacio PandoXavier Zubiri y la técnica
- 21 Guillermo Tella La zonificación urbana en su primer escenario: aportes para una estructura disciplinar. Buenos Aires 1887-1944
- 35 Andrea Catenazzi y Teresa Boselli
 Los arquitectos proyectistas y las políticas
 oficiales de vivienda: área metropolitana
 de Buenos Aires 1963-1973
- 55 Rodrigo García Alvarado Las nuevas tecnologías de representación arquitectónica
- 65 Patricia Doria
 Indumentaria de trabajo:
 ¿imagen o funcionalidad?
- 69 Ricardo Blanco La inspiración, las influencias y las copias en el diseño industrial. Análisis en un tema: la silla
- 79 Reseña de libro
 La constante. Diálogos sobre estructura y
 espacio en arquitectura
 por Vera W. de Spinadel

Los contenidos de AREA aparecen en: The contents of AREA are covered in: Architectural Publications Index LatBook, Internet http://www.latbook.com

AREA

INDUMENTARIA DE TRABAJO, ¿IMAGEN O FUNCIONALIDAD?

Patricia Doria

Programa Color, Luz y Semiótica Visual, Secretaría de Investigaciones en Ciencia y Técnica, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires Dirección: Ciudad Universitaria, Pabellón 3, piso 4, 1428

Buenos Aires, Argentina Internet: http://www.fadu.uba.ar/sicyt/color/home.htm Dirección particular: Lacroze 941, 1653 Villa Ballester, Provincia de Buenos Aires, Argentina.

indumentaria de trabajo working clothes

diseño design

función function

imagen image

Working clothes: Image or functionality?

In the field of working clothes, two components can be identified as to their design and making. On one hand, there are certain uniforms in which the image prevails over the function (for example, in Banks). These uniforms are selected for subjective values, such as an entrepreneurial position and the image in the market. On the other hand, there are uniforms in which the image loses its preeminent place, which is taken by the function (for example, uniforms to work under a high degree of risk). It can be appreciated that the proportion between image and function varies according to the needs of the user, the nature of the product and the position of the company in the market. However, both image and function are parts of a sign system called functionality.

En indumentaria de trabajo identificamos dos componentes en el diseño y la construcción. Por un lado, tenemos uniformes en los cuales se privilegia la imagen sobre la función (por ejemplo, en instituciones bancarias). Estos uniformes son seleccionados por valores subjetivos: posicionamiento empresarial e imagen en el mercado. Por otro lado, hay uniformes en los cuales la imagen pierde preeminencia ante la función (por ejemplo, en uniformes para trabajos de alto riesgo). Por lo tanto, la proporción entre imagen y función varía según las necesidades del usuario, la naturaleza del producto y el posicionamiento de la empresa en el mercado. Pero tanto la imagen como la función forman parte de un sistema de signos llamado funcionalidad.

a necesidad de vestirse que se manifiesta en el hombre se explica por un lado por el hecho de cubrirse y, por otro lado, por normas culturales, en las que influyen la posición social, la religión, la sexualidad y la psicología. Marshall McLuhan (1969 [1993: 154-155]) nos indica: "El vestido, como una prolongación de la piel, equivale a un mecanismo de control térmico y como un medio para definir el ego socialmente". El vestido es una construcción material que responde a técnicas determinadas y, al mismo tiempo, simboliza, expresa y genera emociones, indica pertenencia,

sugiere relaciones espaciales y temporales. Al crear este signo, el hombre expresa con su apariencia y con su forma el momento social que está viviendo, su contexto ideológico y sensible. Mediante esta apariencia, incita a ser conocido y reconocido por los demás, es su representación social, es su máscara. En cuanto comunicador, el vestido involucra entonces procesos cognitivos y emotivos así como también brinda información a nivel denotativo y connotativo.

Esta necesidad de identidad que se alberga en el hombre, instituciones y empresas, se debe a este deseo de ser reconocidos y al mismo tiempo comunicar el posicionamiento social. Es decir que la apariencia de la que se provee la empresa no sólo se encuentra manifiesta en un producto o servicio sino que involucra a la empresa en su totalidad: su pensar, su actuar, su ser. Esta apariencia es la representación que la empresa hace de sí misma, es lo que incita a conocerla y, aunque se la conozca a través de la cercanía y el contacto de un producto o servicio, en definitiva esta relación se inicia en un hecho visual. Gran parte de este hecho visual se manifiesta en la indumentaria de trabajo, considerando a la indumentaria de trabajo como el conjunto de objetos que además de estar pensados para una determinada función están cargados de información (rango, ocupación, tipo de empresa, etc.).

Los uniformes son una señal de reconocimiento para el que lo porta tanto como para el que lo ve; ellos son en general impuestos por una autoridad, suprimiendo de este modo la identidad y personalidad del individuo portante, jerarquizando al grupo social o empresa a la cual pertenece.

Haciendo un poco de historia, podemos ver que en la Edad Media los escudos de armas estaban ornamentados con los colores del feudo al cual pertenecían. Los pajes estaban vestidos con los colores de su señor, las personas de su casa se adornaban con su blasón. Este traje ofrecido por el soberano a su familia se llamaba *librea*. Estos símbolos, como los escudos de armas, quedaron fijos y se convirtieron en hereditarios bajo el control de un rey, siendo utilizados para distinguirse en las batallas cuando los guerreros tenían el rostro cubierto. El traje puede expresar servidumbre, puede ser una marca de discriminación o, como nos indica Ivonne Deslandres (1985: 255), "un

medio que utiliza la sociedad para designar a sus parias". Es así cómo el uniforme puede expresar diferentes condiciones humanas, asumidas voluntariamente o impuestas.

El decurso histórico establece ciertos códigos, pero en el contexto actual de comunicación global se aceleran los procesos de cambio, los códigos se transmutan y se retroalimentan nuevas simbologías y esto colabora en los resultados efectivos de la identificación empresarial. Deslandres (1985) nos indica que ciertos uniformes de trabajo se encuentran a medio camino entre el *uniforme militar*, símbolo de autoridad y respeto, y la *librea doméstica*, símbolo de servidumbre y servicio. Un ejemplo de estos uniformes son los trajes de los empleados de ferrocarril, guardias de museos, carteros, azafatas, etc.

Con un uniforme podemos ocultar las carencias físicas y las psicológicas o, incluso, eliminarlas: la toga de un juez o la bata de un cirujano puede conseguir disimular una constitución endeble o temores de incompetencia, invistiéndolos de dignidad y seguridad. (Lurie 1994: 37)

Cuando se diseña un uniforme se va más allá del objeto indumentaria en sí; se debe regular toda una apariencia, es decir, el uniforme influye en las formas de pensamiento y relación. Henry Michaux nos indica que "el traje es la concepción de sí mismo que se lleva sobre sí mismo", "el traje también expresa la intuición de lo que los demás esperan ver de nosotros". Ante el total control de la apariencia se adopta un determinado comportamiento, la apariencia arrastra el comportamiento del usuario.

En el diseño de uniformes de trabajo, el diseñador se enfrenta a un proyecto que involucra múltiples ideas y combinaciones, incluyendo la interacción de otras disciplinas, formando una trama o estructura, uniendo y ordenando las posibles soluciones racionales técnico-tecnológicas que cumplan un objetivo determinado. Cuando la urgencia técnica o la importancia tecnológica provoca que se emplee a fondo la construcción estructural, se reduce al mínimo la jerarquía del discurso, tanto la investigación como el desarrollo del diseño se basarán en la coordinación de recursos interdisciplinarios. En el objeto indumentaria, la *fitness* (aptitud) en cuestión se relacionará con la economía, la materia, la

ergonomía, el peso, las dimensiones, la química, acabado, duración, etc., aunque en ropa de trabajo el factor determinante y protagonista será siempre la relación objeto-cuerpo, que es la que hará predominar la complejidad formal. El diseñador no deberá restringirse a las tipologías ya existentes sino que deberá comprometerse con los cambios y mutaciones que se producen como consecuencia de los avances tecnológicos y los procesos industriales. Así, Ricardo Blanco señala que "la forma deja de ser el emergente de la función que cumple y también de la pura visualidad; la forma ha adquirido hoy otros puntos de partida" (1995). Blanco realiza una división tripartita: por un lado, el diseño semántico, por otro lado, el diseño interactivo y, por último, los materiales mutantes.

Al diseño semántico lo define como aquel que expresa cuestiones de forma y contexto o de forma y significado. Estos mensajes icónicos de los objetos de diseño recurrirían a las metáforas para definir las características formales: metáforas históricas que nos recuerdan objetos anteriores, metáforas técnicas que contienen elementos de la ciencia o de la tecnología, metáforas naturales que presentan formas, movimientos o acontecimientos de la naturaleza. El diseño interactivo está definido como una relación cultural entre el objeto de diseño y el usuario. En esta relación, los objetos van adoptando características muy especiales; en nuestro tema específico la relación más importante sería la del cuerpo humano con el objeto indumentaria. Y cerrando esta división, se encuentran los materiales mutantes. Hoy se están produciendo materiales que modifican las propiedades físicas y químicas de los textiles. Según un artículo publicado en el diario Clarín (Braginsky y Villafañe 1995), los laboratorios japoneses, franceses y norteamericanos han logrado grandes avances en el campo textil, y algunos de éstos ya están siendo aplicados, como por ejemplo en un hospital en Lyon, Francia, donde se utiliza un uniforme antibacteriano. Los investigadores obtuvieron un compuesto capaz de retener virus y bacterias, sometiendo las fibras a un bombardeo de electrones que les permitió crear puntos de anclaje a nivel molecular. Allí colocaron componentes químicos y consiguieron las primeras fibras antisépticas. Así también, la vestimenta de los soldados del siglo XXI se asemejará mucho a la piel del camaleón. Para que los guerreros puedan mimetizarse a cada paso, los laboratorios textiles piensan tejer sus ropas con fibras huecas de material transparente y conductor de la electricidad. En su interior, las fibras serían inyectadas con un líquido coloreado con partículas de otro color en suspensión. Aplicando un campo eléctrico a esas fibras, aquellas fibras se dirigirán hacia uno u otro lado de la tela o bien se distribuirán en forma más o menos homogénea. Así, el tejido mostraría el color del líquido, el de las partículas en suspensión o infinitas gradaciones entre ambos. Con respecto a esto, Blanco nos dice (1995): "los materiales han dejado de ser pasivos, transformándose en intérpretes activos de los objetivos de los diseñadores".

Junto a estos avances técnico-tecnológicos tenemos también los aspectos perceptualessemánticos que otorgarán al objeto indumentaria de trabajo la jerarquía de discurso (psicológicos, sociales, históricos).

Baudrillard nos indica que "la 'funcionalidad' no califica de ninguna manera lo que está adaptado a un fin, sino lo que está adaptado a un orden o a un sistema: la funcionalidad es la capacidad de integrarse a un conjunto" (1968 [1994: 71]). Esto será entendido como la capacidad que tiene el objeto de superar su función específica y lograr integrar un sistema de signos. Este sistema funcional estará caracterizado por su dilogía. Por un lado el sistema tradicional compuesto por las funciones primarias del objeto, las necesidades primarias de ese objeto y las relaciones simbólicas existentes entre uno y otro. Y por otro lado la negación de este sistema tradicional, porque tanto el objeto como los aspectos que lo conforman (color, forma, etc.) no tienen un valor propio, sólo lo consiguen dentro de un sistema de signos. Es decir que estos dos sistemas se incluirían uno dentro de otro en un sistema de signos que es llamado funcionalidad.

Retomando la pregunta inicial acerca de si en diseño de indumentaria de trabajo la importancia está centrada en la imagen o en la funcionalidad, podemos decir que son dos caminos paralelos, los cuales siempre permanecerán unidos, aunque las proporciones de cada uno irán variando según la naturaleza del producto en cuestión y las características propias del usuario portante.

Referencias

BAUDRILLARD, Jean. 1968. Le sisteme de objects. Trad. española por Francisco Goya Aramburú, El sistema de los objetos (México: Siglo XXI, 1994).

BLANCO, Ricardo. 1995. "El diseño que viene", *Tipográfica* 27, 11.

BRAGINSKY, Ricardo y VILLAFAÑE, Dardo. 1995. "La ropa del siglo XXI", *Clarín*, 25 de marzo, Sección Tecnología, 4-5.

DESLANDRES, Yvonne. 1985. Le costume, image de l'homme. Trad. española por Lola Gavarrón, El traje, imagen del hombre (Barcelona: Los 5 Sentidos, 1985).

LURIE, Alison. 1994. *The language of clothes* (Londres). Trad. española por Fernando Inglés Bonilla, *El lenguaje de la moda* (Barcelona: Paidós, 1994).

McLUHAN, Marshall. 1969. Understanding media: The extensions of man. Trad. española por Ramón Palazón, La comprensión de los medios como las extensiones del hombre (México: Avelar, 1993).

Recibido: 15 febrero 1996; aceptado: 20 septiembre 1996

Patricia Doria es diseñadora de indumentaria, graduada en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. Integra el Programa de Investigación Color, Luz y Semiótica Visual en la Secretaría de Investigaciones de dicha Facultad y es miembro de la comisión directiva del Grupo Argentino del Color, siendo además miembro de la Asociación Internacional de Semiótica y de la Asociación Internacional de Semiótica Visual. Ha presentado trabajos en congresos nacionales e internacionales. Actualmente es docente en la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil de la UBA, en la Universidad de Palermo y en el Centro Argentino de Estudio de Modas. Es consultora independiente en imagen corporativa empresarial e indumentaria laboral.