

El Periódico, 23 de Febrero de 2019

PORT

Luis Landeira

En su libro ‘Geometría y moda’, el matemático Claudi Alsina expone las variables del buen vestir, trata de formular la ecuación de la elegancia y llega a la conclusión de que la moda es una ciencia exacta.

Ecuaciones funcionales, lógica borrosa y espacios métricos probabilísticos. Esas son las especialidades de Claudi Alsina (Barcelona, 1952), un matemático formado en las universidades de Barcelona y Massachusetts, catedrático durante 33 años, autor de más de 60 libros y ponente en más de 1.000 conferencias por todo el mundo.

En su empeño por divulgar los entresijos de los números, Alsina acaba de publicar *Geometría y moda: Secretos matemáticos del vestir* (Editorial Catarata), un libro en el que disecciona las proporciones humanas, los datos antropométricos, la tipología de los rostros, la raíz cuadrada del tallaje y demás variables numéricas de la moda. Para resolver las fórmulas de este entretenido manual sobre elegancia químicamente pura, charlamos largo y tendido con su eminente autor.

¿Cómo surge la idea de este libro? Es poco habitual que un matemático se ponga a escribir sobre moda.

Llevo ya unos años trabajando en la divulgación de las matemáticas y su relación con los usos sociales. *Geometría y moda* es un pequeño libro cuya voluntad es mostrar hasta qué punto la preocupación por las formas geométricas, por las medidas, es omnipresente en el diseño de moda. A lo largo del libro intento demostrar que sin estas fórmulas matemáticas el diseño de moda sería imposible. Los patrones, las tallas, las proporciones... En las prendas y en los complementos hay una presencia ineludible del mundo de los números.

Es un libro que puede leer cualquier persona, pero, ¿puede aportar algo a modistos o a matemáticos?

Bueno, no toco cuestiones matemáticas de gran calado, pero sí asuntos muy específicos, como qué tipo de prendas van a ir mejor para un tipo geométrico de cara o de cuerpo. O el trazado de patrones, donde se utilizan instrumentos como la regla francesa, que permiten trazar las líneas que harán que la ropa se ajuste bien.

Decía Coco Chanel que “la moda es arquitectura: es un tema de proporciones”. ¿Está usted de acuerdo?

Sí, pero sería más exacto si Coco hubiera dicho que la moda es un tema de proporciones... y mucho más. Ahora existe la llamada 'moda geométrica', tanto en joyería como en vestidos como los emergentes diseñadores japoneses, que de alguna manera enlazan con la tradición japonesa del *origami* en sus diseños plegables. La geometría en la moda sirve para articular la creatividad y para adecuar las prendas a los usuarios, que son 7.000 millones en todo el mundo.

Aquí entraríamos en uno de los más acuciantes problemas matemáticos de la moda: dar con la talla perfecta. ¿Por qué es tan difícil?

Porque no se fabrican tallas para todos. La industria de la moda española debería ponerse las pilas para adaptarse mejor a las medidas y tallas de los usuarios. Hay datos que dicen que el 40% de mujeres y el 60% de hombres tienen dificultades para encontrar sus tallas porque la industria está haciendo un énfasis excesivo en las tallas pequeñas. Se necesitaría una gama más fina, más divisiones, más talla, para poder complacer a todos. Es como los zapatos: debería haber punto y medio punto, y anchos de varias clases para que el modelo estuviera disponible para todos los pies.

¿Qué variables debería manejar un hombre para vestir bien?

Tener elegancia, elegir bien formas y colores, pero también tener acceso a ropa adaptada a su talla. Actualmente, en la sastrería industrial es posible adaptar la prenda a cada persona mediante el uso de programas informáticos, cortando los patrones según las características personales de cada uno. Se trata de una adaptación por la vía tecnológica de lo que era la sastrería a medida.

¿Por qué solo una minoría acude al sastre tradicional si nos hace una prenda exactamente a nuestro gusto y a nuestra medida?

Por una cuestión económica, pero también por escasez de hombres que tengan vocación de dedicarse a este viejo oficio que fue tan importante y, en cierto modo, aún lo es. Si se estabiliza la cuestión de las tallas industriales adaptadas, podrían salir trajes como de sastrería.

¿Cómo ha influido el uso de ordenadores y demás avances tecnológicos en la creación de moda?

Ha influido enormemente, porque hoy en día hay programas informáticos magníficos para la creación de las prendas, que antes se hacía con dibujos de acuarela. Hoy existen programas de dibujo para ayudar a los creadores a formalizar sus propuestas, pero también para las máquinas que cortan los patrones, las telas, etcétera. De las viejas máquinas de coser a las actuales máquinas de producción de telas ha habido una evolución enorme.

En el libro apunta usted que los telares de Joseph Marie Jacquard inspiraron el primer prototipo de una computadora. ¿La influencia entre moda y tecnología es mutua?

Sí. Eso me llamó mucho la atención, que los telares acabaran influyendo en la creación de los ordenadores. Jacquard hizo que los telares pudieran funcionar por fichas perforadas para fabricar los tejidos. Y esta idea de las fichas perforadas fue el inicio de cómo comunicar los órdenes a las computadoras.

Sombreros, botones, gemelos, corbatas... ¿Cuál es la importancia del complemento y

qué reglas y variables científicas influyen en ellos?

Cada uno de esos complementos tiene unas formas, unas proporciones y unas medidas determinadas. Por ejemplo, existen infinidad de nudos de pajaritas, corbatas y demás. O los nudos de los zapatos, que también admiten variaciones muy diversas y es una geometría muy curiosa de hilos y nudos. Por no hablar de los poliedros en el tallado de diamantes o piedras preciosas. O los sombreros, que hay que tener en cuenta el perímetro craneal de una persona: la talla ideal es una tercera parte de la altura de la persona. Si usted mide 180 centímetros, su talla de sombrero sería la 60. También está el tema de los colores, o los materiales, que se pueden estudiar científicamente. Como explico en el libro, la matemática de la moda va más allá de las tallas y de los números.

Un poco de geografía. ¿En qué país hay hombres mejor vestidos?

Yo creo que en todos los países del mundo hay hombres muy elegantes y hombres que no lo son. Es un problema de sensibilidad y de elegancia frente a las ofertas del mercado, pero también de posibilidades económicas. Pero podríamos destacar las firmas tradicionales inglesas, si bien en Estados Unidos hay una producción extraordinariamente elegante y en Japón existe una afluencia enorme de nuevas formas geométricas.

Sin embargo, se diría que existe un crepúsculo de la elegancia tradicional, del hombre trajeado de punta en blanco, de geometría impecable, y una tendencia a romper las líneas del atuendo, al desaliño, al sport e incluso al *normcore*. ¿Por qué sucede esto?

El tema de la comodidad y del deporte, y modas de tipo cultural, han llevado a que haya una abundante presencia de ropa, vestidos y complementos informales. En la actualidad casi parece que llevar corbata en el día a día es algo decimonónico. A mi me gusta mucho llevar corbata y ahora no siempre puedo hacerlo para no llamar la atención. Pero la moda es oscilante, y es previsible que también estos complementos resurjan, tal vez con colores y materiales diferentes. Esa es la ventaja de la moda, que vuelve una y otra vez. Por ejemplo, en la actualidad vuelve a haber una gran oferta de trajes de etiqueta para bodas: después de mucho tiempo, los chaqués o los smokings vuelven a verse en las ceremonias.

Desde un prisma científico, ¿cuáles serían los hombres mejor vestidos del mundo?

No le diré ningún nombre porque creo que hay muchísimos. En el mundo mismo de los actores o incluso los políticos hay personas que son elegantes, y elegancia no quiere decir ser estafalario o llevar cosas fuera de tono, sino llevar lo correcto.

Por último, ¿qué aportará en el futuro la ciencia a la moda?

Infinidad de cosas. Cuestiones de fotónica, de térmica, las prendas inteligentes, prendas que puedan estar enfocadas a distintos usos y cambien en cada momento. La ciencia abrirá nuevas dimensiones para la moda.