



Universidad de Oviedo

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

Metamorfosis: la evolución de la moda contemporánea.

Trabajo de fin de Máster

Autora: Paula Torre Braña
Tutora: Natalia Tielve García

Mayo 2023

Resumen

La historia de la moda puede ser estudiada desde numerosas perspectivas entre las cuales se encuentra la visión revolucionaria de la misma. Al igual que otros procesos, como el de la metamorfosis, la moda evoluciona de manera continuada desde el nacimiento hasta su etapa de madurez, con la diferencia de que siempre acaba reinventándose. Es así, como surgen procesos y épocas revolucionarias en donde los diferentes diseñadores han visto la oportunidad de transformar y evolucionar hacia lo que ellos consideraban oportuno. Destacan así, creadores como Christian Dior, Yves Saint – Laurent, o las recientemente fallecidas Mary Quant y Vivienne Westwood quienes defendieron la lucha revolucionaria de la moda desde sus inicios.

Abstract

The history of fashion can be studied from numerous perspectives, one of which is its revolutionary vision. Like other processes, such as metamorphosis, fashion evolves continuously from birth to maturity, with the difference that it always ends up reinventing itself. This is how revolutionary processes and eras emerge, where different designers have seen the opportunity to transform and evolve towards what they considered appropriate. Notable creators such as Christian Dior, Yves Saint-Laurent, or the recently deceased Mary Quant and Vivienne Westwood stand out, as they championed the revolutionary struggle of fashion from its beginnings.

Palabras clave

Moda, Historia de la moda, Revolución, Identidades, Gusto.

Key words

Fashion, History of fashion, Revolution, Identities, Appreciate.

1. Introducción.....	4
1.1. Elección y justificación del tema.	4
1.2. Objetivos y metodología.	5
1.3. Competencias.	6
1.4. Estado de la cuestión.....	7
1.5. Estructura del trabajo.	8
2. La formación del huevo. Los antecedentes de la moda contemporánea.	9
2.1. Los primeros cuestionamientos entre géneros.	9
2.2. El deporte como punto de partida.	13
2.3. Carles Frederick Worth: la creación de la alta costura.	17
3. El nacimiento de la larva: la moda desde 1900 a 1950.....	20
3.1. El amanecer de la contemporaneidad. Marco económico, político y social. ...	20
3.2. Paul Poiret y la liberación de la moda.	21
3.3. Trilogía revolucionaria.	24
3.3.1. Madeleine Vionnet.	24
3.3.2. Coco Chanel.	26
3.3.3. Elsa Schiaparelli.	30
4. La crisálida. La moda desde 1950 hasta el 2000.....	35
4.1. El después de la guerra.	35
4.1.1. El New Look de Christian Dior.	39
4.1.2. La silueta antagónica de Cristóbal Balenciaga.	44
4.1.3. El aperturismo de la mano de Mary Quant e Yves Saint Laurent.	50
4.2. La era del individualismo.	61
4.2.1. Vivianne Westwood y el desarrollo de las subculturas.	62
4.2.2. La corriente <i>new age</i> : Versace y Jean Paul Gaultiere.	64
5. Metamorfosis: la moda en la actualidad.	70
5.1. Huyendo del canon: las nuevas realidades identitarias.	73
5.1.1. De lo Unisex a lo <i>Genderless</i>	75
5.1.2. La estética ciborg y el metaverso.	77
5.2. La tecnología aplicada a la moda.	79
5.2.1. El metaverso y las nuevas técnicas.	79
6. Conclusiones.	89
7. Bibliografía.	91

1. Introducción.

1.1. Elección y justificación del tema.

La historia de la moda a través de las revoluciones de indumentaria ocurridas desde finales del siglo XIX hasta el siglo XXI como posteriormente se tratará en el apartado dedicado al estado de la cuestión no han sido estudiadas en conjunto y tratando de establecer unos vínculos directos entre todas ellas.

Por ello, se ha considerado esencial emprender un estudio relacionado con los diferentes cuestionamientos sociales que han estado vinculados directamente a la indumentaria y que hasta día de hoy han continuado con su tránsito. No obstante, debido a que la historia de la moda, al igual que la historia general, es sumamente extensa, el trabajo que ahora se presenta se ha centrado únicamente en las revoluciones sociales vinculadas a las cuestiones de género a partir de una relación de prendas que podríamos considerar “revolucionarias” como el pantalón o la minifalda, de la mano de diseñadores y diseñadoras como Paul Poiret o Gianni Versace, por citar algún caso singular, abarcando un periodo temporal que arranca a finales del siglo XIX y llega hasta prácticamente la actualidad.

Así mismo, la elección se ha visto también condicionada, en un plano más íntimo, por mis gustos personales sobre la moda y mi interés por descubrir nuevos aspectos relacionados con ella. Igualmente, en un mundo en constante cambio como este, donde la existencia de nuevas identidades de género están surgiendo y evolucionando, se consideró oportuno realizar un estudio vinculado a estos nuevos aspectos comprendiendo que la moda, en tanto que reflejo de la sociedad, puede contribuir a vislumbrar no solo estas mutaciones recientes, sino también otros cambios que a lo largo de la historia se han sucedido.

Por otro lado, como precedente de este trabajo, puede señalarse un primer acercamiento al mundo de la moda que realicé en mi Trabajo de Fin de Grado a propósito de la contribución de la diseñadora Elsa Schiaparelli a la moda contemporánea. Contando como tutora con la Dra. Natalia Tielve, en él pude desgranar la trayectoria creativa de la diseñadora italiana y contextualizar su trabajo en el marco del devenir cultural de la moda, las vanguardias y, de forma singular, el surrealismo.

Con todo, este Trabajo de Fin de Máster pretende contribuir al conocimiento de la historia de la moda desde un punto de vista de los estudios culturales.

1.2. Objetivos y metodología.

En consonancia con el planteamiento general de este trabajo, como objetivo principal se propone el análisis crítico y contextualizado de las tendencias generadas en la moda contemporánea desde el punto de vista de la identidad. En relación con este objetivo general, se han definido unos objetivos específicos de investigación que a continuación se indican:

OE1- Identificar y analizar las primeras problemáticas relacionadas con la cuestión del género y que afectan a la moda en las décadas finales del siglo XIX, manteniendo el discurso en el binomio masculino y femenino

OE2- Entender el desarrollo de la moda en relación con las vanguardias, particularmente en el periodo de entreguerras, a través de las propuestas más innovadoras realizadas por los principales diseñadores del momento.

OE3- Determinar y analizar los avances revolucionarios que en la moda se han ido desarrollando a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y los inicios del siglo XIX, con especial incidencia en las tendencias asociadas a las identidades como el *genderless* y las nuevas tecnologías.

OE4- Contribuir a la reivindicación de la cultura de la moda y de las cuestiones identitarias que afectan a su estudio.

Para la elaboración del trabajo se ha partido de una metodología transversal y pluridisciplinar que incluye aproximaciones a los estudios culturales, la sociología del arte e incluso los enfoques críticos de la Nueva Historia del Arte. Se ha sustentado, singularmente, en una serie de análisis orientados a comprender la cultura popular en el mundo contemporáneo, pero sin desechar un acercamiento a la antropología, las ciencias políticas y la filosofía. En esencia, se ha acudido a fuentes hemerográficas, recursos bibliográficos y digitales, además de redes sociales y diferentes aplicaciones web que han resultado de especial utilidad para acercarnos a la moda en la actualidad. Más allá del tema principal y objeto primordial de estudio, la moda, se ha tratado con todos estos recursos de conocer y descifrar los entresijos que configuran la sociedad contemporánea para, así, poder llegar al modo de representación de la sociedad a través de su indumentaria.

1.3. Competencias.

Este trabajo cumple con las competencias básicas y generales definidas en el título de Máster en Estudios Avanzados en Historia del Arte: Investigación y Gestión, por la Universidad de Oviedo. Integra, además y de forma específica, las competencias que a continuación se relacionan:

E1 - Comprender, evaluar críticamente y aplicar los fines, principales enfoques y nuevas tendencias metodológicas y códigos éticos de la investigación en historia del arte.

CE2 - Desarrollar la capacidad de análisis los documentos, imágenes y otras fuentes que sirven para la interpretación de la obra de arte, adecuando esa lectura crítica a las metodologías de la investigación o a los propósitos de una gestión profesional del patrimonio cultural.

CE3 - Ser capaz de definir proyectos propios de investigación en historia del arte o en la gestión del patrimonio basados en una reflexión teórica adecuada.

CE6 - Manejar las herramientas propias de los trabajos científicos, aplicando una metodología propia de la historia del arte en la investigación: estado de la cuestión, hipótesis de trabajo, búsqueda de fuentes, estudio del corpus de obras, exposición razonada de argumentos y formulación de conclusiones.

CE7 - Poseer conocimientos aplicados en el manejo bases de datos, sitios web, bibliotecas, archivos y todo tipo de recursos electrónicos y físicos necesarios para desarrollar una investigación, sabiendo utilizarlos en un discurso de investigación en historia del arte.

CE12 - Ser capaz de leer, interpretar y editar fuentes documentales o escritos sobre cualquier soporte que sean útiles para la investigación del hecho artístico en la historia.

CE14 - Ser capaz de analizar directamente la obra de arte de cualquier época como fuente fundamental de la investigación histórica, en su observación, descripción, interpretación de sus características físicas y del lenguaje de sus formas.

CE15 - Conocer las limitaciones legales para el uso de imágenes y los aspectos éticos de la investigación en historia del arte.

CE17 - Conocer en profundidad las principales teorías de la historiografía del arte contemporáneo, identificando los debates historiográficos especializados y las nuevas corrientes del arte actual.

1.4. Estado de la cuestión.

A pesar de ser un tema recurrente, pertinente y de actualidad, sobre el que se han realizado aproximaciones parciales y estudios monográficos de interés indudable, lo cierto es que el estudio de la moda contemporánea no ha sido abordado exhaustivamente en su conjunto y, particularmente, desde el punto de vista de la identidad de género.

Contamos, no obstante, con análisis de diferente calado en los que se ha tratado la evolución de la moda a lo largo de la historia, en el marco de los estudios culturales, que han resultado de interés para emprender esta investigación. Entre las obras más relevantes podemos subrayar la *Historia política del pantalón* (Bard, 2012), en la que se analiza una prenda masculinizada desde sus inicios como es el pantalón a través de la historia y cómo fue transformándose para constituirse como una de las prendas históricamente más claramente revolucionarias. Igualmente, debemos subrayar la *Breve historia de la moda. Desde la Edad Media hasta la actualidad* (Riello, 2012), donde se desglosa la historia de la moda atendiendo a puntos tan influyentes para la misma como la política.

Son también señeros los estudios elaborados por Lourdes Cerrillo dedicados a la historia de la moda, citados a lo largo de este estudio. En la medida en que el conocimiento biográfico de los diferentes diseñadores y diseñadoras que han servido como guía para definir el discurso ha sido relevante para la investigación emprendida, parece oportuno apuntar las diferentes monografías que han analizado detalladamente la vida y el trabajo de los diversos creadores. Entre otros estudios en esta línea podemos destacar *Balenciaga. Mutación y metamorfosis de un genio* (Riera, 2021) y *Moda. El siglo de los diseñadores. 1900 – 1999* (Seeling, 2000), siendo este último uno de los mejores y más completos trabajos publicados que nos permiten adentrarnos en estas cuestiones.

1.5. Estructura del trabajo.

La investigación se divide en cinco grandes apartados dedicados al estudio cronológico de la historia de la moda denominados metafóricamente como las fases de la metamorfosis.

Por ello, el primer apartado toma el nombre de *La formación del huevo. Los antecedentes de la moda contemporánea* dedicado al estudio de los primeros cuestionamientos en la indumentaria por parte tanto de hombres como de mujeres, destacando el papel de estas últimas ya que tuvieron mucha más repercusión a largo plazo en estas primeras rebeliones identitarias relacionadas con la moda, como es el caso de los pantalones, explicado en el apartado. Dentro de este, también se destaca la utilización del deporte como práctica para poner en valor todos aquellos cuestionamientos surgidos en la década y uno de los conceptos más desarrollados a lo largo de la investigación como es la libertad. Finalmente, dentro de este primer apartado se destaca al primer diseñador relevante dentro de este recorrido como es Charles Frederick Worth.

El segundo de los capítulos, y continuando con la metáfora de la metamorfosis, ha sido denominado *El nacimiento de la larva: la moda desde 1900 a 1950*. En él se ha expuesto la presencia de diferentes diseñadores que han contribuido al cambio de indumentaria y por tanto a la revolución de esta como son Paul Poiret, Madelaine Vionnet, Coco Chanel y Elsa Schiaparelli, realizando un recorrido biográfico por cada una de las personalidades y vislumbrando los diferentes cambios significativos en cuanto a la moda se refiere.

El tercero de los apartados, continua con la estructura del anterior, ya que en él se exponen de nuevo diseñadores característicos de las décadas que hayan tenido una repercusión para el mundo de la moda, y por lo tanto para la sociedad del momento. Este ha sido denominado *La crisálida: la moda desde 1950 al 2000* y como anteriormente comentaba se ha distribuido igual que el anterior apartado, es decir, por diseñadores, pero con la peculiaridad de que ha sido dividido internamente en dos apartados, ya que se trata de una época llena de cambios.

Finalmente, el último capítulo es la eclosión de todo lo anteriormente comentado, la *Metamorfosis: la moda en la actualidad*. Dentro de él se han realizado dos caminos de investigación, uno dedicado a las nuevas identidades, junto con sus estéticas y otro dedicado a la tecnología.

2. La formación del huevo. Los antecedentes de la moda contemporánea.

2.1. Los primeros cuestionamientos entre géneros.

El siglo XIX está marcado por diferentes acontecimientos globales que situaron a la sociedad contemporánea en un cambio que a partir de entonces no va a parar. Gracias a la transformación política y económica ocurrida, como por ejemplo el fin del absolutismo o el afianzamiento del capitalismo, este siglo está caracterizado por los cambios entre los cuales se destaca la cuestión de la identidad, la cual comenzó a tornar hacia lo que actualmente conocemos como diversidades identitarias con el surgimiento de diferentes personalidades disidentes a lo que se estaba acostumbrado o era lo normativo.

Por ello, es oportuno señalar que en este momento la diferencia entre género y sexo era inexistente. Actualmente el género tiene muchas definiciones y se han realizado numerosos estudios sobre cómo poder definirlo, hasta llegar a la conclusión de que es lo que la sociedad considera o espera que deba comportarse, vestir, hablar, pensar, etc., una persona. Este razonamiento comienza a cuestionarse décadas después de estos primeros años de lucha contra lo normativo, destacando la figura de Michael Foucault (1926 – 1984) filósofo, historiador, sociólogo y psicólogo francés, quien afirmó en sus múltiples publicaciones como en *Historia de la sexualidad* (Foucault, 1976 – 2018), que no puede establecerse algo predeterminado sobre un individuo y que este adopta la sexualidad que quiera a partir de un proceso de aprendizaje y socialización en donde la genética no siempre es una realidad.

Aún a pesar de que estos términos comenzaron a surgir a partir de la década de los setenta del siglo XX, la mujer del siglo XIX comenzaba a realizarse preguntas acerca de porqué debían comportarse de la manera que unos quisieran o lo que aquí nos concierne, porqué debían vestirse de una forma u otra. Así es como surgen las primeras mujeres revolucionarias.

La moda del siglo XIX cambia radicalmente debido a una transformación de la sociedad. El auge de la burguesía hace que aparezcan nuevos roles sociales y con lo cual, la moda se transforma surgiendo, por ejemplo, la alta costura siendo el máximo exponente de esta y el considerado como creador, Charles Frederick Worth (1825 – 1895).

En este siglo, además, la moda se vuelve femenina. Se habla en un primer momento de una gran renuncia masculina, debido a que los hombres rechazan por completo los ornamentados trajes anteriores para adoptar una estética más austera, sin adornos, ni colores vibrantes. Sin embargo, no cabe olvidarse de la gran renuncia femenina. John Carl Flügel (1884 – 1955), precursor de la anteriormente nombrada, gran renuncia masculina y autor de ensayos tan importantes como *Psicología del vestido* (Flügel, 1935), ya había establecido unos cambios notables en la silueta femenina entorno a los años 1790 y 1800, sin embargo, aún a pesar de los supuestos cambios, la mujer a mediados del siglo XIX estaba quizá más enjaulada que la mujer de finales del siglo XVIII (Riello 2012, 83).

Debido a todos los cambios sociales del momento, comenzaron a surgir precursoras de un movimiento de reforma de la indumentaria femenina nacido en Estados Unidos por parte de personajes tan importantes como Amelia Bloomer (1818 – 1894), quien fue la primera en proponer en 1851 que las mujeres pudieran portar pantalones al igual que los hombres, no por igualdad atribuida del feminismo, sino por comodidad, higiene y buena salud, términos muy sonados en estos nuevos movimientos asociados a la indumentaria.



Amelia Bloomer

Estas primeras revolucionarias surgen a consecuencia de la creación de aparatos estéticos como la crinolina, una especie de enaguas modernas hechas de aros de acero forrados de tela y que suponían un enorme peso añadido al traje femenino.

Ilustración 1. Retrato de Amelia Bloomer hacia 1860.

https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Amelia_Bloomer.

Las ideas de Bloomer fueron adoptadas y utilizadas para diferentes fines como por ejemplo los políticos, destacando una de las ideas más importantes surgidas a partir de diferentes sociedades médicas como la *London International Health Exhibition* de 1884 quienes relacionaron los conceptos de la reforma de indumentaria femenina con el concepto de libertad, aunque en un primer momento sus ideas no tuvieron demasiado calado. Únicamente un pequeño porcentaje de mujeres adoptaron sus ideas.

La revista *Punch* es el fiel reflejo de la opinión de la clase media en el siglo XIX, quienes publicaron docenas de viñetas en las que se hacía hincapié en las consecuencias de una posible revolución sexual, con un mundo en el que los hombres apocados estarían sometidos por sus lozanas esposas ‘bloomerizadas’ (Laver 2006, 182 – 183).



Ilustración 2. Una de las muchas ilustraciones encontradas en la revista *Punch*, en este caso, por parte del ilustrador Jonh Leech del año 1851. <https://magazine.punch.co.uk/image/1000063BfJCqNrfS>.

La prenda que Amelia Bloomer quería adoptar era aquella que pudiera dar esa libertad que las mujeres necesitaban. Este momento fue el desencadenante de una lucha eterna por el uso del pantalón, prenda masculinizada desde los inicios. ‘Quien calzón tiene, poder tiene’ (Bard 2012, 11), es la frase citada por la autora en la introducción de su obra *Historia política del pantalón* (Bard, 2012), y la cual describe lo que la historiadora e investigadora francesa desarrolla a lo largo de su investigación.

Esta prenda nace asociada a las clases bajas de la sociedad, y no al revés como la historia de la moda relata con el llamado *power dressing*. Por lo cual, no se trata de una prenda directamente asociada al poder, sino que se politiza a través del uso. Son los *sans culotte*, denominados así precisamente por dejar de llevar los culotes, el antecedente histórico del pantalón, quienes ponen en el punto de mira a esta prenda revolucionaria, esta prenda simbólica.

Y ahora la pregunta es, ¿Por qué es el pantalón un símbolo? En 1851 el pantalón adquiere todo su valor por iniciativa de mujeres feministas: por primera vez se utiliza como un arma política para desafiar el dominio masculino (Bard 2012, 98). El hecho de que el feminismo entre en acción transformando el aparato represor en aparato libertador es lo más notable de porque el pantalón es considerado un símbolo.

Se trata de una prenda emancipadora, una prenda capaz de valorar a quien lo llevase puesto, oponiéndose así a la diferenciación sexual. Gracias -o en desgracia- a las guerras mundiales las mujeres comenzaron a entrar en el mundo infranqueable de los hombres debido a que estos tenían combatir siendo ellas quienes comenzasen a trabajar en producciones fabriles, adoptando así, el uniforme masculino.

En el capítulo dedicado a las marisabidillas, vesubianas y marimachos (Bard 2012, 107 - 131) la autora relata como por medio de la burla se ha desacreditado a las mujeres que se sentían libres de llevar la 'prenda prohibida'. Detrás de este título, están todas las connotaciones machistas, en términos actuales, a lo que sería el miedo a la inversión de papeles, la transformación de la mujer femenina en viril, la masculinización, el travestismo, y otros muchos términos que hablan básicamente del rechazo por parte del poder, masculino y femenino, a que esas mujeres que se sentían libres de llevar pantalones, aunque no pudieran.

Dicho esto, pueden entenderse con claridad esas normas sociales impuestas desde lo que se denomina la gran renuncia masculina, anteriormente nombrada, y que encasillan al pantalón con un estatus de poder, dejando relegado el vestido y los ornamentos a las mujeres.

Es aquí donde debo nombrar a la gran George Sand (1804 – 1876) y a Rosa Bonheur (1822 – 1899), entre otras muchas nombradas a lo largo del libro, pioneras en poner en práctica el uso del pantalón masculino aún a pesar de las represalias que conllevaba. Ellas entendían que ponerse pantalones les permitiría entrar en la esfera social y política del hombre, y por lo tanto obtener libertad.

Anteriormente el término libertad fue nombrado en relación con la puesta en rigor de ciertas compañías y congresos médicos que dotaban a estas prendas de un carácter libertario para las mujeres. Sin embargo, el pantalón tiene otros muchos significados y valores relacionados con las funciones prácticas que en el apartado siguiente se desarrollaran como por ejemplo la protección.

Básicamente, entre la década de 1880 y el periodo de entreguerras, la reforma del vestuario se convirtió en un símbolo de la emancipación de la mujer y de las diversas categorías identitarias como los homosexuales (Riello 2012, 87), dándose lugar, esos primeros cuestionamientos identitarios citados al principio que tienen como consecuencia una transformación a la hora de vestirse.

2.2. El deporte como punto de partida.

El deporte ha sido una de las actividades más importantes a la hora de la evolución de la moda. Debido al surgimiento de nuevas necesidades vitales para poder practicar ciertas actividades, la indumentaria tuvo que adaptarse obligatoriamente a ellas.

La población del siglo XIX siempre había practicado algún tipo de actividad lúdica o de ocio como por ejemplo la danza, sin embargo, no es hasta la segunda mitad del siglo XIX cuando son ciertas actividades como por ejemplo el tenis o el fútbol las que se transforman de ocio a deporte. Además de esta nueva resignificación, el deporte pasó a ser un medio de sociabilización para nuevas clases burguesas pues, anteriormente solía estar atado a las clases altas de la sociedad ya que eran los únicos que tenían el tiempo libre suficiente como para practicar dichas actividades deportivas.

El cambio de indumentaria gira de nuevo entorno al concepto de libertad. En este caso, se trataría de libertad de movimiento. A principios de siglo esta mentalidad aún no era aceptada, hombres y mujeres vestían hábitos dentro de los parámetros estéticos normativos de la vida cotidiana, como por ejemplo, en la equitación las mujeres debían sentarse de lado debido a los grandes vestidos que les impedían pasar una pierna al otro lado como los hombres hacían. Ejemplos así ocurrían en la gran mayoría de actividades deportivas de principios de siglo entre las que se destacan la natación, el tenis, andar en bicicleta, y un largo etcétera.

En ambos sexos era necesario un cambio de indumentaria a la hora de realizar dichas actividades. Sin embargo, el papel de la mujer fue mucho más destacado en este caso, debido a que la mentalidad del momento no era la oportuna para que, por ejemplo, las mujeres a la hora de realizar natación pudieran ir enseñando más de lo que era normativo en la época. Por ello, las prendas deportivas son las aliadas objetivas del movimiento de emancipación de las mujeres (Bard 2012, 161).

La necesidad de un vestuario acorde con una mayor movilidad en espacios urbanos y rurales y la de prendas adaptadas a la práctica deportiva se unen en el caso de uno de los vehículos más populares, medio de locomoción por excelencia en el siglo XIX: la bicicleta (Riello 2012, 89). Inventada en 1870 fue una revolución y fue considerada tanto como un deporte como una actividad de ocio. Este aparato tan innovador fue usado desde un inicio tanto por hombres como por mujeres, sin embargo, estas últimas se encontraban con el mismo problema que habían tenido anteriormente, la falta de movimiento debido a sus prendas.



Ilustración 3. Annie Cohen Kopchovsky, más conocida como Annie 'Londonderry' primera mujer en dar la vuelta al mundo en bicicleta. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/annie-londonderry-primera-mujer-dar-vuelta-mundo-bicicleta_16628.

Por ello, se comenzó a proponer el uso de la prenda ya comentada con anterioridad, el pantalón. Las mujeres comenzaron a plantear el uso del pantalón para poder realizar diferentes actividades y así evitar la incomodidad y la falta de movimiento. Esta revolución supuso la crítica de muchos personajes de la época como por ejemplo el periodista Octave Uzanne (1851 – 1931) quien dedicó varios de sus artículos a criticar el uso por parte de las mujeres del pantalón para determinados deportes como el ciclismo debido a que suponía, en sus palabras ‘una amenaza para provocar a corto plazo un verdadero trastorno de nuestras costumbres’.

No solo la bicicleta supuso un cambio tanto en la estética como en la sociedad, sino que la creación de la motocicleta como medio de transporte supuso incluso una ruptura más notable, y por supuesto, un aluvión de críticas a todas aquellas mujeres que se sentían libres, en primer lugar, de poder conducir una motocicleta o un automóvil convencional y en segundo lugar de vestir prendas acordes a la situación.

Aún a pesar de la creciente iniciativa por parte del sector femenino en el uso del pantalón, esta prenda aún no era aceptada por la otra gran mitad femenina. Por ello, y por razones antes comentadas como la libertad de movimiento, la indumentaria femenina tuvo que modificarse casi de manera obligada. Por una parte, con prendas radicales como el pantalón, pero, por otro lado, hubo un sector mucho más clásico y no tan revolucionario que optó por el famoso traje sastre creado para los hombres y que las mujeres adoptan a su manera siendo un conjunto que consistía en chaqueta, falda y blusa.

Ya principios del siglo XX mujeres deportistas comienzan a ser respetadas y a consecuencia de su salto a la fama, aprovechan la ocasión para la continua lucha sobre el uso del pantalón, entre otras prendas, en los deportes. Sus hazañas se perciben como un feminismo en acción (Bard 2012, 206).

Aparecen en estos momentos personalidades trascendentales en el mundo deportivo como Alice Milliat (1884 - 1957), impulsora del auge deportivo femenino, creadora de la Federación de Sociedades Femeninas deportivas de Francia e impulsora de la incorporación de las mujeres a los juegos olímpicos cuya participación había sido negada desde el inicio de estos, y no fue hasta el año 2000 cuando las mujeres pudieron optar a participar en la totalidad de pruebas.



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Ilustración 4. Alice Milliat en 1920 junto con su canoa. <https://www.fondationalicemilliat.com/photos-d-alice-milliat?pgid=ki8lsdx-9fd170e7-5ac5-4af9-8e87-b2f484d974d6>.

2.3. Charles Frederick Worth: la creación de la alta costura.



Charles Frederick Worth nace en Lincolnshire el 13 de octubre de 1825. Worth ha estado vinculado a la industria de la moda desde una edad temprana, en un primer momento trabajando como aprendiz en unos almacenes textiles en Londres, donde además aprovechó su estancia para investigar y visitar las galerías locales estudiando los retratos históricos. En 1845 se muda a París, ciudad que le verá crecer como uno de los modistos más importantes del siglo XIX.

Ilustración 5. Grabado en línea de Charles Frederick Worth de 1880.
<https://www.granger.com/results.asp?image=0113287&itemw=4&itemf=0001&itemstep=1&itemx=1>.

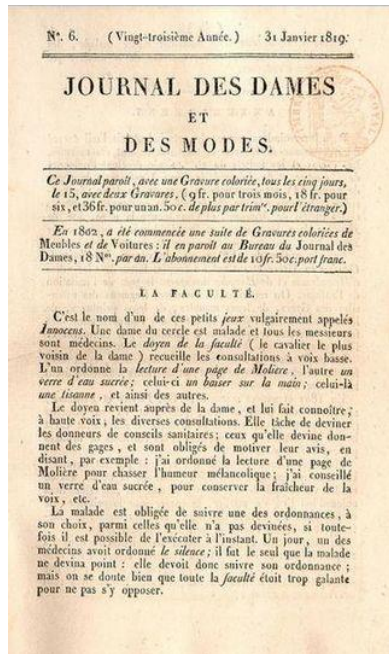
En un inicio trabajo en Gagelin, una importante empresa que vendía productos textiles entre otras prendas confeccionadas. Tras unos cuantos años perfeccionando sus técnicas e introduciéndose en el mundo de la moda de manera más directa, contribuyendo, por ejemplo, a los diseños de grandes firmas de moda premiados con ser exhibidos en la Gran Exposición de Londres de 1851, finalmente abre su propia firma en 1858.

La figura de Worth está vinculada directamente a la creación de la alta costura, término asociado actualmente a aquellas prendas limitadas y de un alto coste, que, sin embargo, en la época de su creación su significado era algo relacionado inmediatamente con la persona.

Para comprender la creación de la alta costura, debe destacarse en primer lugar, el paso de la consideración en un primer momento de artesano, en un segundo momento de comerciante de modas¹ y finalmente como modisto.

¹ Los comerciantes de moda surgieron durante el reinado de María Antonieta. Se trataba de un grupo independiente dentro del gremio del arte encargados de comerciar con todo tipo de telas, pasamanerías, etc., diferenciados de los demás profesionales de la moda por una de las condiciones esenciales en estos momentos, el gusto, que comenzaba a ser estudiado por filósofos como Voltaire. Una de las comerciantes de moda más influyentes en el círculo de la reina francesa fue Rose Bertin (1747 – 1813), dueña de una de las más prestigiosas boutiques llamada Au Grand Mogol.

El origen de esta denominación se debe remontar a los primeros análisis de las imágenes que aparecían en las publicaciones de revistas tan importantes como el *Journal des dames et modes* editado en París, o *La Mode*, escrito por periodistas destacados de la época como Charles Baudelaire (1821 – 1867).



Ilustraciones 6 y 7. Revistas de moda de principios del siglo XIX. En primer lugar, la revista *Journal des dames* (1797), concretamente la portada nº6 publicada el 31 de enero de 1819. https://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:Journal_des_dames_et_des_modes_06_1819.jpg; y, en segundo lugar, la revista *La Mode Nationale*. <http://modesperdues.blogspot.com/2012/11/la-mode-nationale-gravures-1897.html>.

Sus intervenciones sobre la indumentaria en dichas publicaciones iban a coalición con el exaltamiento a los cambios sociales y políticos producidos por las revoluciones y sobre todo por la ilustración, momento en el que la moda se convertía en el perfecto ejemplo de presentación de ciudadano.

Además, y en relación con la creación de la alta costura es necesario destacar la creación por parte de Worth de uno de los organismos más importante en cuanto a la regulación del sistema de la alta costura y el control por los estándares de calidad y exclusividad a los que debía asentarse, *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* en 1868, un organismo clave para evitar la piratería y el intrusismo laboral además de para mantener el peso de la alta costura en el PIB francés.

En segundo lugar, es necesario subrayar el paradigma social que se encontraba en Francia a mediados del siglo XIX. En estos momentos nuevos movimientos artísticos comenzaban a revolucionar el mundo del arte debido a que practicaban y predicaban una pintura completamente diferente a la que se realizaba con anterioridad, destacando algo sumamente importante y aplicable al mundo del diseño de moda, que es que el artista era considerado como un creador de belleza, un experimentador.

Todo lo dicho sobre los artistas como los del movimiento impresionista puede aplicarse al mundo de la sastrería de alta costura: El modisto se convierte en expresión de la sociedad que lo rodea: es innovador, creador y propone nuevas ideas que no pueden - ni deben - estar limitadas por los gustos y las prioridades del encargo (Riello 2016, 106). Worth encarnaba todo lo anteriormente dicho en su taller de costura. Con él se inaugura una nueva era: mientras el sastre producía prendas a mediada según el gusto y las indicaciones del cliente, Worth es quien propone sus creaciones al cliente (Riello 2016, 106 – 107). Se da un cambio de paradigma, un cambio de roles. Ahora es el diseñador quien exhibe sus creaciones y las vende, al contrario de años anteriores en donde era el cliente quien exigía. Además, otro de los cambios destacados en estos momentos, es el que tiene relación con el principio de la fama y del reconocimiento.



Ilustraciones 8 y 9. Diseños de Charles Frederick Worth. El primer vestido aparece denominado *Ball Gown* y está datado en 1872. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/81112>; El segundo vestido se denomina *Evening ensemble* y está datado en el año 1887. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/155770>.

3. El nacimiento de la larva: la moda desde 1900 a 1950.

3.1. El amanecer de la contemporaneidad. Marco económico, político y social.

Anteriormente en el apartado denominado *los primeros cuestionamientos entre géneros* se decía que tras los diferentes acontecimientos revolucionarios ocurridos se dio lugar a un sinfín de transformaciones que avanzaban hacia un futuro cercano. A través de esta primera cuestión se desarrollaba el cambio de indumentaria por parte de hombres y mujeres que acontecían a estas transformaciones desde la primera persona y que fueron adaptándose sin prisa, pero sin pausa, a los cambios sociales que iban a surgir a partir del nuevo siglo denominado como ‘el siglo del cambio’.

El siglo XX es la época de la moda por excelencia. A principios de este periodo la moda se caracterizó por la denominada *belle époque*, que comprendía también los años finales del siglo XIX. Esta etapa estaba caracterizada por la elegancia y el refinamiento, aunque la mujer aún seguía siendo objeto decorativo para las casas de modas. En estos momentos era destacada la figura en ‘S’ y la denominada ‘chica Gibson’ un modelo creado por Charles Dana Gibson (1867 - 1944) dibujante estadounidense que saltó a la fama precisamente por crear lo que se considera como el primer arquetipo de belleza femenina.

La moda, sigue siendo exactamente igual que en siglos anteriores, y en muchas ocasiones, más represiva para la figura de la mujer. No es hasta finales de esta etapa en donde se comienzan a vislumbrar cambios con figuras como Paul Poiret (1879 – 1944) al cual se le dedicará un apartado a continuación.

En el periodo de entreguerras, durante la década de los años veinte y los treinta se evidencia, por un lado una clara crisis económica a raíz de la crudeza de la primera guerra mundial, y por otro un enriquecimiento absoluto del ganador indiscutible de este primer gran conflicto armado como fue Estados Unidos de Norteamérica quien cedió una gran cantidad de dinero a los países europeos aliados para la reconstrucción de sus naciones lo que hizo que surgieran eslóganes como por ejemplo ‘¡la vida es una fiesta, se vive el aquí y el ahora! asociado a los famosos ‘felices años veinte’.

A raíz de estas nuevas ilusiones tras unos años crudos por culpa del conflicto armado y por el papel protagonista que adoptaron las mujeres en los años de este, se dio una transformación en la indumentaria y en la concepción del cuerpo femenino volviendo a destacar un concepto anteriormente descrito como es la libertad, ya perseguida desde el siglo pasado del cual se habló en el capítulo denominado *la formación del huevo: los antecedentes de la moda contemporánea*.

En este caso el papel protagonista en el mundo de la moda lo tienen las mujeres, de entre las cuales destacan Coco Chanel (1883 – 1971), Elsa Schiaparelli (1890 – 1973) y Madelaine Vionnet (1876 – 1975).

Tras unos años de auge económico, social y político, en la década de 1930 la caída de la bolsa de Estados Unidos, país protector económicamente de los países europeos durante estos años, se desploma, con lo que todo debía adaptarse a unos años duros de crisis. Por ello, comienza la denominada década minimalista, destacada por conceptos como la elegancia y la sofisticación que eran acompañados de lo simple.

3.2. Paul Poiret y la liberación de la moda.



Ilustración 10. Fotografía de Paul Poiret tomada alrededor de 1913. https://es.wikipedia.org/wiki/Paul_Poiret#/media/Archivo:Paulpoiret.jpg.

Uno de los grandes revolucionarios de principios del siglo fue el francés Paul Poiret, considerado como el heredero del padre de la alta costura, el anteriormente nombrado Charles Frederick Worth.

Poiret nace en 1879 en un contexto de cambio de mentalidad social y con lo cual de la moda. De familia humilde, el diseñador siempre estuvo rodeado de la industria de la moda debido a que el padre era comerciante de telas, quien le envió a un taller de paraguas para que aprendiera del negocio familiar, lugar donde comenzó verdaderamente sus andaduras en el mundo de la moda.

Al igual que Worth, Paul Poiret sintió desde una temprana edad su pasión por la moda, por lo que, con tan solo quince años, y gracias en gran parte a su carismática personalidad, entra a trabajar para otro de los grandes creadores del siglo Doucet (1853 – 1929) quien fue clave en la deriva de la moda contemporánea.

Como anteriormente comentaba, a Poiret se le considera como el heredero de las propuestas y mentalidad de Worth. Esto se debe a que trabajó junto a él en su taller pocos años antes del fallecimiento de su maestro. Aún a pesar de haberse formado durante un tiempo con Worth, Poiret encarnaba un nuevo tipo de modisto. Había adoptado desde un principio la concepción de creador.

Esto le llevó en muchas ocasiones a ser conocido no solo por sus diseños sino por su persona, siendo esta su creación máxima, el escándalo.

En Poiret, la creación de moda es el producto final de un proceso que compromete al modisto y plasma toda su existencia. Es el primero en intuir que la moda no es solo algo material (un traje, un sombrero, un accesorio), sino que entre el siglo XIX y el XX se está convirtiendo en una parte fundamental de la identidad de los individuos y en elemento transmisor de la esfera cultural. La propia moda debe crear su imaginario, protagonistas, mitos e historias (Riello 2016, 110).

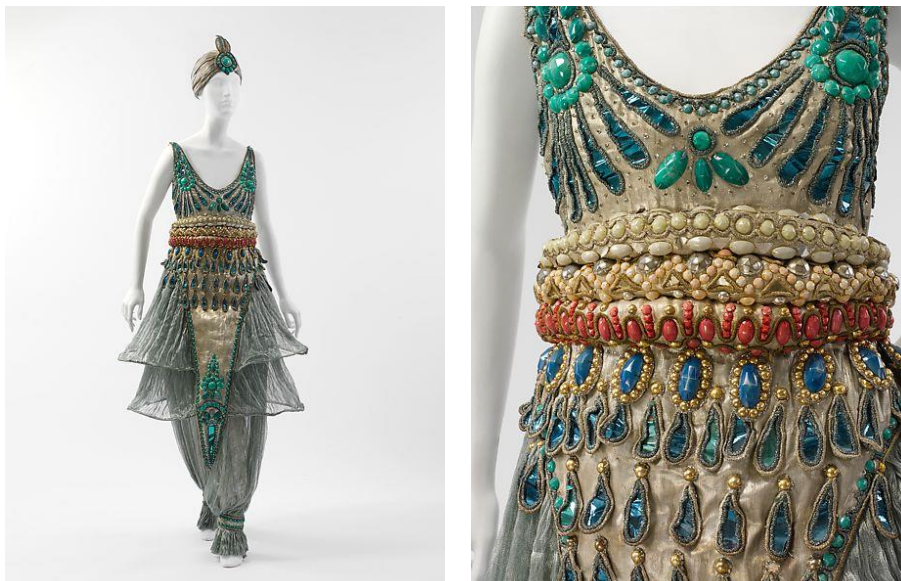
Debido a su ambición por la creación de nuevas siluetas y con un cierto aire vanguardista, Poiret siempre estuvo enmarcado en la persecución de un nuevo gusto. Por ello destacan momentos tan importantes como su etapa orientalista, encaminada a los espectáculos, o las famosas faldas – pantalón de 1911 las cuales fueron creadas como ropa interior para aquellos espectáculos teatrales para los que el diseñador creaba el vestuario, pero que con el paso del tiempo se transformaron en un elemento más del movimiento feminista de la época.

Con sus diseños contribuyó a la liberación de la mujer y a crear la estética que marcaría todo el siglo XX. Pero, en todo caso, Poiret no era un avanzado defensor de la emancipación de la mujer. Suprimió el corsé para hacer a la mujer más seductora. Tuvo la suerte y la sabiduría de ser el primero en captar los deseos de cambio y beneficiarse de ese clima favorable (Arguelles 2007, 125).

Además, Paul Poiret era todo un genio del marketing en términos actuales. Sus creaciones estaban creadas con una clara intencionalidad de crear tendencia, un término que por aquel entonces no se había usado y que, por lo contrario, ahora es común. Su filosofía estaba enfocada a la publicidad. Poiret fue el primer modisto en colaborar con ilustradores, e incluso impulsó la creación de una revista de moda parisina llamada *La Gazette du Bon Ton*. Paul Poiret se había transformado en un hombre con instinto comercial, algo inédito hasta el momento.

Era considerado como uno de los mayores influyentes del momento debido a sus grandes fiestas y eventos en donde su objetivo era el mostrar sus diseños a la prensa convocada. Además, y en relación con ese instinto comercial, vio en Estados Unidos la oportunidad de expandirse, y fue ya en la década de 1910 cuando el propio Poiret realiza un viaje a Nueva York explorando el mercado americano, que finalmente se transformó en su peor enemigo debido a la creación del *prêt-à-porter* de los años sesenta en donde se vivió una auténtica revolución de las copias estadounidenses a la alta costura francesa, lo que propició que se creasen agencias especializadas en evitar la copia de los diseños, como la impulsada por Poiret denominada Asociación Protectora de los Modistos Franceses.

Con el fin de la Primera Guerra Mundial terminó el reinado de un Poiret, que a diferencia de lo ocurrido en la época que le vio triunfar, se había desconectado de las necesidades de una mujer de los veinte. Su tiempo había pasado y el relevo lo tomaron mujeres como Madeleine Vionnet y Coco Chanel (Sánchez 2018, 47) de las cuales se hablará a continuación.



Ilustraciones 11 y 12. Diseño orientalizado denominado como *Fancy Dress* creado por Paul Poiret para el ballet ruso en 1911. <https://www.metmuseum.org/es/art/collection/search/81781>.

3.3. Trilogía revolucionaria.

3.3.1. Madeleine Vionnet.

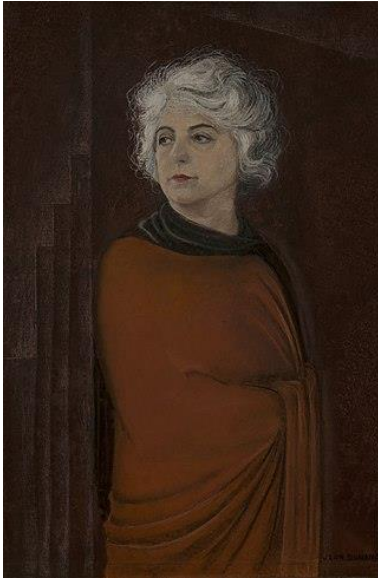


Ilustración 13. Retrato de Madeleine Vionnet por parte del artista suizo Jules John Dunand.
[https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Madeleine_Vionnet.](https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Madeleine_Vionnet)

Madeleine Vionnet también conocida como “la arquitecta de los diseñadores” o “el genio del corte”, fue una de las representantes más importantes de la época de los años veinte en el diseño de moda. Nacida en *Chilleurs – aux – Bois*, Francia, con la corta edad de once años comenzó a trabajar como aprendiz en un pequeño taller de su ciudad natal. Debido a esta joven introducción en el mundo de la moda, Vionnet comienza a realizar sus primeras investigaciones en la historia del arte en estos momentos, lo cual marcará un futuro para la joven aprendiz.

Realizó numerosos trabajos relacionados con la costura como por ejemplo en la casa *Kate Reilly* en Londres donde se fue con la intención de aprender inglés y perfeccionar su técnica como modista, o en su vuelta a Francia en 1900 trabajó para la *Maison Callot Soeurs* quienes producían los diseños que había estado replicando con anterioridad en el trabajo de Londres.

Es a partir de 1906 en donde de nuevo aparece el nombre de Doucet, para el que va a trabajar Vionnet durante cinco años en su taller hasta que se independiza abriendo su propio taller en 1912 en *Rue Rivoli*, París el cual tuvo que cerrar poco después debido a la Primera Guerra Mundial y gracias al cual pudo disfrutar de su plena independencia creativa.

Su interés por la historia del arte hizo que entendiera la confección de moda en términos totalmente diferentes a los de sus compañeros y compañeras. A la manera de Miguel Ángel, Vionnet estudió cada centímetro del cuerpo femenino, sus movimientos y anatomía para crear un vestido perfectamente ajustado a sus parámetros pero que a su vez permitiera la libertad total.

Inspirándose en las formas eternas – círculo, rectángulo, cuadrado y triángulo – la diseñadora consiguió la ejecución de un vestido anteriormente inimaginado creando por primera vez uno de los patrones más utilizados actualmente, el *coup en bias* o traducido al español, el corte al bias. Con esta ejecución, Vionnet consiguió que el patrón del vestido se adaptase a la silueta de la mujer y no al revés (Sánchez 2018, 49).



Ilustración 14. Uno de los diseños al bias de Madeleine Vionnet. <https://www.yolancris.com/es/icons-madeleine-vionnet/>.



Ilustración 15. *Evening Dress* de Madeleine Vionnet, 1932. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/80003784>.

3.3.2. Coco Chanel.



Ilustración 16. Fotografía tomada por Boris Lipnitzky a Coco Chanel en octubre de 1936. <https://www.chanel.com/us/about-chanel/the-history/1883/>.

Gabrielle Chanel, conocida internacionalmente como Coco Chanel fue una de las diseñadoras de moda más importantes durante el siglo XX. Conocida por la elegancia de sus obras, Chanel es actualmente sinónimo de chic, es decir, un clásico.

Cabe pensar que, debido a la fama de la marca desde su creación, Chanel se codeó con grandes influyentes desde una edad temprana al igual que sus compañeros de profesión, nada más lejos de la realidad. Gabrielle Chanel nace en el seno de una familia económicamente miserable. Su vida desde el fallecimiento de su madre a una temprana edad se transforma en una rutina continua dentro de un convento, lugar donde el padre de la diseñadora deja obligado debido a no poder mantenerla, a ella y a su hermana.

Es ahí donde ambas se crían y donde pasan la mayor parte de la adolescencia hasta que en 1900 Chanel interna en el colegio de religiosas de Moulins, donde comenzó a coser y por primera vez se vio vinculada al mundo de la moda gracias a un trabajo como costurera en una mercería de la localidad.

Chanel deja atrás la austeridad del convento a la cual estuvo sometida prácticamente toda su vida para enmarcarse en un viaje por los cabarets parisinos. Es ese momento en el cual comienza a experimentar el mundo de las vanguardias artísticas conociendo a personalidades tan importantes como Picasso, entre otros.

La vida de Chanel se vio relacionada con los hombres desde un inicio. Fue en el colegio de Moulins donde conoció a uno de los hombres que más le influirían en su vida, Étienne Balsan (1878 – 1953), un rico oficial francés a través del cual estableció contacto con la aristocracia francesa en Royallieu.

En aquel lugar, Chanel hizo dos descubrimientos que pueden ser considerados el germen de su exitosa carrera profesional. Por una parte, el estilo de vida deportivo que llevaban en Royallieu era incompatible con las recargadas e incómodas vestimentas que vestían las mujeres de la época, y empezó a hacer sus propias innovaciones cuando salía a montar a caballo: mientras las demás llevaban falda ella prefería vestir pantalones. El otro descubrimiento durante su estancia en la villa se debe al aburrimiento. Las largas horas de ocio se le hacían interminables, y un buen día decidió modificar sus sombreros (Balda 2013, 62).



Otro de los hombres que marcarían el inicio en la moda de Chanel fue Arthur Capel (1881 – 1919), al que llamaban cariñosamente como Boy, un joven y exitoso empresario inglés quien vio las dotes creativas de la joven diseñadora y que fue quien la impulsó económicamente para que abriera su primera tienda en *Rue Cambon*, trasladándose en 1913 a Deauville, una de las localidades más importantes en cuanto al veraneo francés.

Ilustración 17. Gabrielle Chanel frente a su primera *boutique* en Deauville en 1913. <https://www.chanel.com/us/about-chanel/the-history/1910/>.

A partir de entonces comienza realmente la carrera como diseñadora de moda por la que es conocida internacionalmente. Sin embargo, aún a pesar de lo que se puede pensar al recordar su persona, Chanel no tenía ningún conocimiento en diseño. Quizás es este desconocimiento el que hizo que despegara su carrera y que posteriormente fuera conocida por la sencillez y la informalidad de sus creaciones transformadas en una seña de identidad de la década.

Aún a pesar de tener todo en contra, es sorprendente la fama obtenida en poco tiempo por parte de la diseñadora. En pocos años comienza a codearse con el llamado *celebrity system* llevando sus diseños más allá de la alta costura. La novedad de su visión está en considerar la moda como un concepto. Su gran contribución es haber sabido jugar con la relación materialidad y significado (Riello 2016, 119).

Prácticamente aún a pesar de resultar clásico y en comparación con otras creadoras y creadores demasiado formal, la moda de Chanel resultó ser un principio de liberación para las mujeres. Anteriormente se comentó el movimiento denominado como la gran renuncia masculina referida al sentimiento obligado por parte del colectivo masculino de dejar atrás sus atuendos estrambóticos y demasiado decorados para aferrarse a unos conjuntos mucho más austeros.

Dicho esto, muchos consideran a Chanel como la precursora de ‘la gran renuncia femenina’ refiriéndose al cambio de vestimenta orientada hacia algo muy anhelado por la gran parte de las mujeres del momento, que era la funcionalidad, la emancipación y la comodidad en el estilo.

Esta práctica relacionada con la comodidad de las prendas tiene mucho que ver con el pasado, y el presente, que vive la diseñadora en su vida, ya que, al estar continuamente relacionándose en un mundo de hombres, sus diseños destilan un aire inspirado en, por ejemplo, el personaje del dandi, ese hombre moderno que quiere destaca precisamente por sus atuendos y sus modales.

Es importante subrayar que al dandi no lo define la indumentaria que lleva, sino que, por el contrario, las prendas representan los principios que él encarna, entre los cuales destaca la absoluta sobriedad (Riello 2016, 77). El concepto que va detrás de esta parafernalia es lo que Chanel persigue con sus diseños: representar en la moda la elegancia y la originalidad al mismo tiempo, rechazando por completo la ostentación, por ejemplo, a través de la ausencia de adornos.

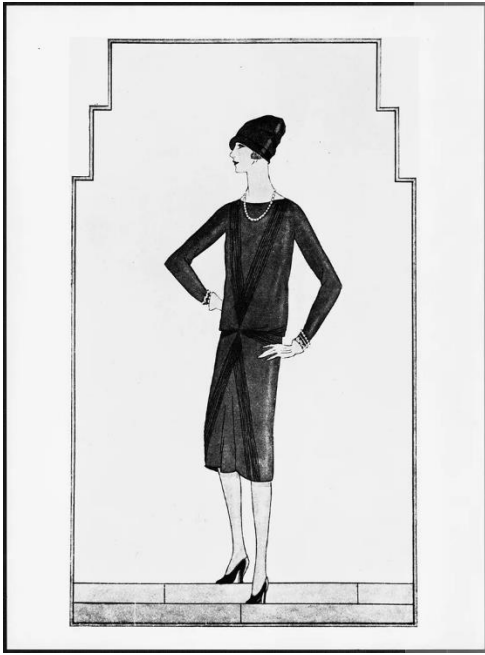


Ilustración 18. Ilustración del primer LBD en Vogue, 1926. <https://www.vogue.mx/moda/estilo-vogue/galerias/little-black-dress/384>.

Su inspiración en el traje del hombre inglés, junto con la falta de experiencia en el diseño de modas, da como resultado la marca Chanel caracterizada por la sencillez minimalista a través de patrones de siluetas rectas, materiales anteriormente inimaginables para clases sociales altas como el punto en el caso de los jerséis, o el clásico *Little Black Dress* lanzado por la diseñadora en 1926 y que se transformó en una de las piezas más virales, en términos actuales, de su marca. El modelo proporcionaba a las mujeres un vestido apto para cualquier ocasión, fácil de copiar y sumamente versátil (Cerillo 2010, 129).

Chanel rechaza por completo la vestimenta otorgada a las mujeres por parte de los diseñadores hombres. Ella pretendía realizar unas prendas que sirvieran para las diferentes funciones que la mujer moderna ejercía en su día a día.

“Yo trabajaba”, confiesa, “a favor de una sociedad nueva. Hasta entonces se había vestido a unas mujeres inútiles, desocupadas, a mujeres a las que sus doncellas tenían que ayudar a enfundarse las mangas; en lo sucesivo tendría una clientela de mujeres activas; una mujer activa necesita estar a gusto en su vestido. Tiene que poder remangarse”. (Delay 1983, 117).

Chanel creaba a medida que avanzaba el tiempo el denominado *total look* caracterizado por una doble articulación de una semiótica figurativa y de una semiótica plástica que combina signos (vestimentarios) para constituirse en signo de un rango más elevado (Floch 200, 2004). La diseñadora francesa rivalizaba directamente con otra de las grandes personalidades del mundo de la moda, Elsa Schiaparelli, de la que se hablará a continuación.

3.3.3. Elsa Schiaparelli.



Ilustración 19. Retrato de Elsa Schiaparelli.
<https://www.vogue.es/moda/modapedia/diseñadores/elsa-schiaparelli/205>.

Finalizando con la trilogía revolucionaria cabe destacar en último lugar, pero no menos importante a Elsa Schiaparelli, diseñadora italiana cuyo nombre comienza a resonar desde casi su nacimiento el diez de septiembre de 1890 en el palacio Corsini.

A diferencia de las dos diseñadoras anteriores, Elsa Schiaparelli, conocida como Schiap coloquialmente, nace en el seno de una familia acomodada, de madre aristócrata y de padre científico lo que le permite desde una temprana edad dedicarse a conocer y viajar por el mundo en búsqueda de su vocación. Se formó en un primer momento en un convento católico de la ciudad romana y más tarde se trasladó a uno protestante. A los veintiún años comienza su acercamiento al mundo de las artes publicando su primera obra, un libro de poesía erótica llamado *Arethusa* mientras realizaba sus estudios de filosofía en *La Sapienza*.

En 1913 Schiaparelli comienza una larga etapa de viajes en donde conoce a personas sumamente importantes para la vida de la diseñadora. En un primer momento viaja a Londres donde conocerá a quien será su primer marido Wilhelm Wendt de Kerlor. Tras esa corta estancia en Reino Unido, viaja a París, ciudad en la que posteriormente se asentará y que presenciara el surgimiento de una de las mejores artistas del siglo XX. Su afán por el conocimiento no la deja permanecer en un mismo lugar durante mucho tiempo, con lo que realiza un tercer viaje esta vez internacional a estados unidos en donde toma contacto por primera vez con artistas vanguardistas tan importantes como Francis Picabia y su mujer, Gabrielle Picabia con quien entablará una fuerte amistad.

Tras la ruptura con su primer marido, la diseñadora necesita estabilidad y decide mudarse junto con su hija María Luisa Yvonne Radha, más conocida como Gogo, a la ciudad que la había cautivado anteriormente, París.

Elsa Schiaparelli comienza sus andaduras en el mundo de la moda hacia mediados de 1920 de la mano de su descubridor anteriormente nombrado, Paul Poiret, para después de realizar trabajos para Maison Lambal en el año 1925, se trasladó hacia el que hasta hoy en día es su casa, La Maison Schiaparelli localizada en el número veintiuno de la Place Vendôme de París decorada en tonos blancos por Jean- Michel Frank junto a Alberto Giacometti.

Como dice Laura Muñoz Pérez en su artículo titulado *Desde Schiaparelli hasta nuestros días. Entre pasado y presente en términos de moda y surrealismo*:

“A través de sus creaciones, Schiaparelli buscará conjugar el nuevo papel adquirido por la mujer, en especial durante y tras la Primera Guerra Mundial, con los originales conceptos estéticos de los que se empapa en sus relaciones con los artistas del momento”. Sus creaciones no interpretan o representan el arte contemporáneo, sino que son arte ellas mismas. Elsa Schiaparelli defiende la utilidad como elemento dialogante con la estética, lo que determina que el valor artístico de la pieza pase a ser justo el equilibrio entre su función y las cualidades formales y plásticas, de la obra. Son objetos de diseño que interpretan el espíritu del tiempo y ponen en discusión el precepto de “arte por el arte” que fue defendido por las vanguardias y en el cual se anclaba el punto de ruptura con el pasado” (Muñoz 2018, 299).

Una de las características más reconocidas por el mundo internacional fue la ruptura con los patrones tradicionales de las prendas destinadas al mundo femenino, que Schiap adaptó y transformó, de manera que rompían con los esquemas cotidianos asociados a la vestimenta de la mujer, siendo así, otro elemento más de su ardua contienda hacia los encorsetamientos que las mujeres llevaban sufriendo desde los inicios de la Historia de la Moda.

Schiaparelli incorpora a sus prendas asimetrías, volumetrías, colores extravagantes que contrastaban con lo clásico de su compañera de profesión Coco Chanel, dinamismos, cortes en zigzag, cuellos en V, etc., dando lugar a nuevas prendas como los monos, los boleros, e infinidad de innovaciones que serán claves en la representación de su marca.



Ilustraciones 20 y 21. La primera fotografía corresponde a la chaqueta perteneciente a la colección *Circus* de 1938. La segunda corresponde al detalle de los botones en forma de trapecista, además de al estampado de caballos de feria. <https://collections.vam.ac.uk/item/O15665/the-circus-collection-evening-ensemble-elsa-schiaparelli/>.

La rivalidad existente entre las dos grandes diseñadoras del momento es del todo llamativa debido a que ambas perseguían, de diferentes modos, la libertad de las mujeres, el fin del encorsetamiento femenino. Mientras que Coco Chanel se inspiraba en los trajes masculinos y en la propia concepción de la masculinidad como personalidad para confeccionar sus trajes y de esa manera empoderar a las mujeres, Elsa Schiaparelli por su parte captaba las ideas del universo surrealista en el que estaba inmersa para crear sus obras.

Para los surrealistas el papel de la mujer siempre fue importante pues en la gran mayoría de casos representaban las musas de los artistas: Dalí y Gala, Max Ernst y Leonora Carrington, etc.

Aún a pesar de ser consideradas parte importante de su imaginario creativo, la mujer en el surrealismo no obtuvo representatividad hasta la década de 1930. Claramente el papel femenino siempre fue uno de los temas a representar por la mayor parte de los artistas surrealistas, interesados sobre todo en la relación entre «objeto y cuerpo, cosa y persona» (Palmegiani 2012, 80).

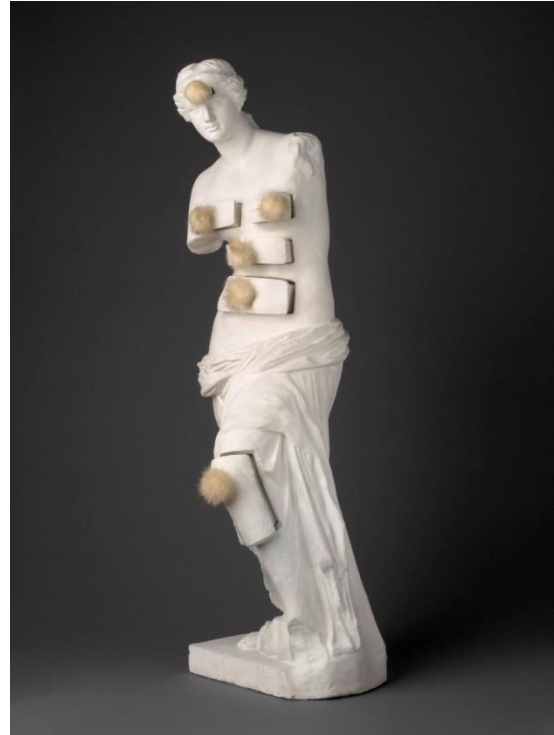
De hecho, el cuerpo se vuelve objeto de diseño que resalta la contundencia del gesto selectivo y contribuye a defender el papel de la mujer como sujeto activo en una sociedad cambiante, concepto que sigue siendo de gran actualidad hoy en día (Palmegiani 2012, 75).

Básicamente los artistas surrealistas veían a la mujer como un objeto de uso y disfrute a través del cual poder investigar e inspirarse para crear sus obras. Elsa Schiaparelli, hace propias estas ideas y transforma esos fetiches referidos a la sexualización de las mujeres en crear prendas y accesorios por y para las mujeres, en algunos casos en cierta clave humorística a modo de crítica hacia esas perversiones surrealistas.

Así pues, la diseñadora realiza prendas adaptadas a la nueva mujer contemporánea, que como Laura Muñoz Pérez dice en Desde Schiaparelli hasta nuestros días. Entre pasado y presente en términos de moda y surrealismo:

“La conjunción de nuevas propuestas, en sintonía con postulados Art Decó, cubistas, fovistas, futuristas, constructivistas, dadaístas y surrealistas, así como de una imagen independiente, fuerte y moderna de la mujer del siglo XX (de la que ella misma es exponente), se acaba trasladando a los patrones de moda con el fin de reivindicar un revolucionario concepto femenino que deje atrás los encorsetamientos y opte por una proyección relajada, libre y cosmopolita de la mujer contemporánea, no por liberada menos atractiva pero sí más conectada con el mundo que la rodea” (Muñoz 2018, 299).

Sus creaciones parten del pensamiento surrealista, pero los adapta a su forma de interpretar la idea de belleza creando un nuevo mundo oportuno para la mujer del futuro, la mujer vanguardista.



Ilustraciones 22 y 23. La primera imagen corresponde al famoso traje de cajones de Elsa Schiaparelli de 1936. <https://www.pinterest.es/pin/411023903475359366/>; la segunda de las imágenes es la reinterpretación de la Venus de Milo creada por Salvador Dalí y en la cual se inspiró la diseñadora italiana para el anterior traje. <https://www.salvador-dali.org/es/obra/catalogo-razonado-esculturas/obra/66eab9bd42ece411947100155d647f0b/venus-de-milo-con-cajones>.



Ilustración 24. Vestido esqueleto de 1939. <https://www.rtve.es/noticias/20171107/schiaparelli-dali-moda-surrealista/1632946.shtml>.

4. La crisálida. La moda desde 1950 hasta el 2000.

4.1. El después de la guerra.

Todo cambio viene dado a partir de un acontecimiento a gran escala. Anteriormente en el apartado dedicado a *El amanecer de la contemporaneidad. Marco económico, político y social* se desarrollaba lo ocurrido durante el periodo de entreguerras y la primera guerra mundial, momento en el cual la sociedad se transforma drásticamente afectando directamente a la moda. Tras el crack del veintinueve de Estados Unidos, se dan por finalizados los años veinte, los conocidos como ‘años locos’ y se pone comienzo a un nuevo periodo social, económico y político: la segunda guerra mundial.

Durante este nuevo periodo de conflicto internacional la moda se vio dividida en tres bandos. Por un lado, se encontraba Estados Unidos, quien resultó ser el ganador indiscutible del conflicto y que durante los años del mismo al tener más reservas, en cuanto a manufactura y mano de obra se refiere, la moda evolucionó partiendo de modelos de preguerra. Y, por otro lado, Europa, en donde este tipo de evolución no pudo darse debido a la escasez de todo tipo de elementos necesarios para la confección de ropa.

Estados Unidos consiguió establecerse en una independencia absoluta en cuanto a moda se refiere. Con anterioridad, los modistos estadounidenses habían dependido directamente de la creación de la alta costura francesa para su inspiración, además de para la importación de prendas. Sin embargo, dado el comienzo de la guerra, este planteamiento fue arrebatado y la gran potencia mundial tuvo que ingeniar un plan de auto creación, construyendo el llamado *American Look* caracterizado por prendas deportivas y el estilo de las chicas *pin up*.

Debido a esta situación en países europeos como Gran Bretaña, se realizó en 1941 una legislación, denominada ropa bajo el esquema CC41. El estallido de la guerra había provocado que todos los materiales necesarios para la confección de prendas para la población civil se reorientaron para la producción de uniformes y equipos militares. En un principio estos sistemas de racionamiento se dieron en forma de cupones, de manera que, en cada familia y por cada adulto se daban unas libretas de cupones, en total unos 66, los cuales debían administrar. Por ejemplo, para obtener un vestido era necesaria la entrega de once cupones. Posteriormente a este primer sistema, se creó por parte de la Junta de Comercio el esquema CC41.



Ilustraciones 25 y 26. Abrigo y etiqueta asociados a las restricciones de la política CC41. <https://museumofcornishlife.co.uk/2021/04/28/clothing-in-ww2-cc41-and-the-utility-clothing-scheme/>.

Este esquema servía para controlar, además del racionamiento de las prendas y la calidad de estas, era un sistema que tenía como objetivo simplificar la fabricación para que la ropa pudiera producirse en masa según unas pautas específicas que buscaban la asequibilidad de la ropa y también la durabilidad de esta.

En Estados Unidos, aunque no existía tal legislación, si es cierto que se vivieron unas épocas de racionamiento de los materiales necesarios para la creación de indumentaria, aunque como anteriormente se comentaba, la moda evolucionó independientemente de Europa.

En un momento dado, Gran Bretaña estableció contacto con Francia, momento en el cual los modistos ingleses vieron la única oportunidad para ensanchar su mercado, que hasta ese momento había estado atado a la creación de ropa utilitaria y de uniformes como la ley dictaba. Fue en este momento en el que el *Royal College of Art Fashion School* una de las escuelas más privilegiadas en cuanto a diseño de Londres, nacida en 1837 como la Escuela de Diseño del Gobierno y que tras la Gran Exposición de 1851 se convirtió en la escuela referencia para muchos creadores.

El tercer país más importante en cuanto a moda se refiere, Francia, y concretamente el caso de París, como capital indiscutible de la moda, en estos años de conflicto vivió una situación parecida a la de sus aliados. Muchos de los modistos vieron oportuno quedarse en el país durante la guerra aún a pesar de las consecuencias que podrían acarrear como por ejemplo la falta de libertad de creación debido, de nuevo, a la falta de materiales necesarios para la confección de ciertas prendas como seda y encaje. Sin embargo, es cierto que la alta costura francesa sobrevivió casi impertérrita a la guerra, aunque con modificaciones debido a la ocupación nazi del país transformando por completo todos los aspectos relacionados con la sociedad, la economía, y obviamente la política, a lo que iba explícitamente unida la moda.

Aún a pesar de las grandes consecuencias de la segunda guerra mundial para la moda, el ansia por crear y por restablecer la industria de la moda, tanto por los diferentes gobiernos como por los propios creadores dieron lugar en 1945 en París a la exposición conocida como ‘El teatro de la moda’ en el Museo de Artes Decorativas, el anterior pabellón de Marsan en París.

La iniciativa fue dada por Raoul Dautry (1880 – 1951) político francés encargado en coordinar las ayudas en el periodo de guerra y Robert Ricci (1905 – 1988), hijo y fundador de la casa Nina Ricci, como recaudación de fondos para la reconstrucción y ayudas a la población después de la guerra. Su idea principal fue la de crear una especie de teatro a partir de la creación de muñecas en miniatura de los siglos XVII y XVIII conocidas como Pandora, que portasen las creaciones de diferentes diseñadores de la época como por ejemplo Elsa Schiaparelli, o la casa Worth, de los cuales se habló con anterioridad.



Ilustración 27. El “Palais Royale,” original de 1946 del set de André Dignimont (recreado por Anne Surgers). Colección del Maryhill Museum of Art. <https://www.vogue.es/moda/articulos/teatro-de-la-moda-historia-alta-costura-paris-segunda-guerra-mundial>.

En estos momentos de guerra el papel de la mujer volvió a ser protagonista en todos los aspectos. Las mujeres volvieron a ser parte activa en el conflicto armado ejerciendo todo tipo de trabajos relacionados anteriormente con el sector masculino única y exclusivamente. A principios del conflicto, y debido a las causas anteriormente nombradas como la ropa de racionamiento en Gran Bretaña o el cambio de indumentaria dado en Francia tras la ocupación nazi, se dio una dualidad femenina en la moda.

Por un lado, se encontraba el denominado como estilo militar que obedecía directamente a la austeridad económica del periodo además de a los nuevos roles que ejercían las mujeres. Este tipo de vestimenta se caracterizaba por una falda por debajo de la rodilla, guerreras y chaquetas ajustadas a la silueta de cada mujer, acompañado de un maquillaje y un peinado apto para las labores que debían ejercer.

Un dato interesante dentro de la tendencia militarista de la indumentaria es que en estos momentos las mujeres eran animadas a alistarse al ejército, algo inédito hasta el momento puesto que estos puestos estaban reservados para los hombres y las mujeres únicamente debían regirse a las labores domésticas y otros trabajos externos que no requieran fuerza física. Sin embargo, en la segunda guerra mundial, la mujer que sirviera al ejército eran consideradas como heroínas y abrieron un hueco a todas aquellas que quisieran participar en las labores del ejército.

Continuando con otro de los estilos predominantes durante la segunda guerra mundial, fue el conocido estilo de las chicas *Pin Up*. Al contrario que la representación más masculinizada de las mujeres que portaban ropa al estilo militar, este fenómeno generado en Estados Unidos y trasladado a Europa, quienes eran la expresión de una revolución del rol de la mujer, la cual se hace pública y libremente uso de su cuerpo y su belleza (Berrazueta 2015, 10).

4.1.1. El New Look de Christian Dior.



Ilustración 28. Fotografía de Christian Dior.

<https://www.weekshoes.com.br/christian-dior-e-a-historia-da-moda/>.

Finalizada la segunda guerra mundial, la moda había quedado sumamente devastada y, sobre todo, la alta costura. Es entonces cuando Francia, país representante de la moda por excelencia comienza a replantearse cómo recuperar esa esencia que les caracterizaba con anterioridad a la guerra apareciendo, como si de un milagro se tratase, Christian Dior (1905 – 1957).

El diseñador francés marca el punto de inicio para aquellos diseñadores de posguerra que transformaran la moda de manera continuada. Christian Dior nace en Granville, un pequeño pueblo de Francia hijo de un matrimonio burgués. Como la gran mayoría de creadores, su suerte no se encontraría en la pequeña villa, sino que sería en la gran ciudad, la ciudad de la moda, París a la que se muda junto con su familia y donde comenzará a insertarse en los círculos artísticos y conociendo a grandes artistas como Max Jacob o Pablo Picasso entre otros.

Debido a la empresa familiar, dedicada a los abonos, Dior estudio Ciencias Políticas, sin embargo, esos primeros años en París y al establecer contacto con círculos vanguardistas al finalizar sus estudios comienza sus andaduras en el mundo del arte, abriendo una galería en *Rue de la Boétie* que fue clausurada con el surgimiento del Crack del 29.

Esta gran crisis económica por parte de Estados Unidos, pero que afectaba directamente a sus aliados en la guerra como Francia, fue el punto de inflexión para el joven Dior debido a que su familia entró en una espiral de tragedias que afectaron a la vida del diseñador para siempre, como fueron el fallecimiento de su madre a causa de tuberculosis y la quiebra de la empresa familiar.



Ilustración 29. Uno de los primeros diseños realizados por Christian Dior para Lucien Lelong.

<https://www.galeriedior.com/es/historia>.

Con estas dos premisas, Dior, con contactos directos en el mundo del arte debido a sus relaciones personales, decide empezar a realizar trabajos relacionados con lo que realmente él quería, el diseño. Por ello, gracias a la venta de dibujos y bocetos sobre sombreros a periódicos locales comienza a trabajar para el suizo Robert Piguet (1898 – 1953), a quien tuvo que abandonar debido al servicio militar, pero que a su vez le dio paso para trabajar y formarse en 1942 con uno de los diseñadores más reputados del París de entonces, Lucien Lelong (1889 – 1959) considerado como el hombre que salvó a la moda de los nazis.

La fundación de la casa Dior podría ser considerada como una mera casualidad, debido a que las intenciones del diseñador en un principio no eran las de fundar su propia marca. Sin embargo, la ‘Casa Dior’ se funda finalmente el 8 de diciembre de 1946, y fue fruto de la coincidencia.

Según las fuentes, Christian Dior era un hombre supersticioso. Desde una temprana edad el diseñador había confiado en las predicciones que realizasen todo tipo de pitonisas, siendo Madame Delahaye quien le influenció para que se decidiera finalmente para abrir su casa de modas.

Aparece pues, un gran amigo del diseñador, Georges Vigouroux quien le habla de Marcel Boussac (1889 – 1980), un gran magnate en la industria de la moda conocido como el rey del algodón quien buscaba un candidato para la sustitución de su anterior modisto. Sin embargo, en un primer momento Dior, denegó la petición de su amigo. No fue hasta el 8 de diciembre de 1946 cuando el diseñador le propuso al magnate, no reflotar su anterior marca, sino crear una nueva basada en su persona, formando así, la ‘Casa Dior’.

Anteriormente se comentó que el diseñador era un hombre supersticioso, y que, además la fundación de su marca había sido pura coincidencia. Esto, puede comprobarse debido a que la historia de Dior se ha visto marcada por el número ocho desde sus inicios: fue el día 8 de diciembre cuando funda su casa, el edificio destinado a taller y venta de los diseños se encontraba emplazado en el distrito 8 de París, y, además, su presencia en el mundo de la moda se hizo notar cuando presentó su colección 'En 8', precisamente homenajeando a este número de la suerte del diseñador.

Como decía al principio Christian Dior llegó para revolucionar la industria de la moda tras los años de conflicto armado en donde apenas hubo ningún tipo de evolución y donde la moda, de alguna manera, se quedó estancada. Mas exactamente la revolución llegó en 1947, un año después de la fundación de la casa Dior, y fue dada al conocido como *New Look*.

La creación del término *New Look* fue dado por Carmel Snow (1887 – 1961), periodista de moda y por entonces editora jefe de la revista estadounidense Harper's Bazaar a raíz de la primera colección denominada como 'Corola' presentada por el diseñador en 1947 en el número treinta de la avenida Montaigne en París. La colección se caracterizaba por la silueta en reloj de arena formada por los hombros disimulados debido al encorsetamiento de la cintura y las grandes y anchas faldas que sobresalían en la parte baja.



Ilustración 30. *New Look* de Christian Dior.
<https://www.vogue.es/moda/modapedia/hitos/new-look/344>.

El objetivo de Dior con esta colección, y, sobre todo, con este nuevo corte, era la vuelta a la silueta femenina vista a principios de siglo, con anterioridad a la segunda guerra mundial. Se acentuaron de nuevo las siluetas establecidas en los años sesenta del siglo anterior quizás, evocando a esos años nostálgicos que procesaban muchas de las personas que sufrieron la crueldad de la guerra.

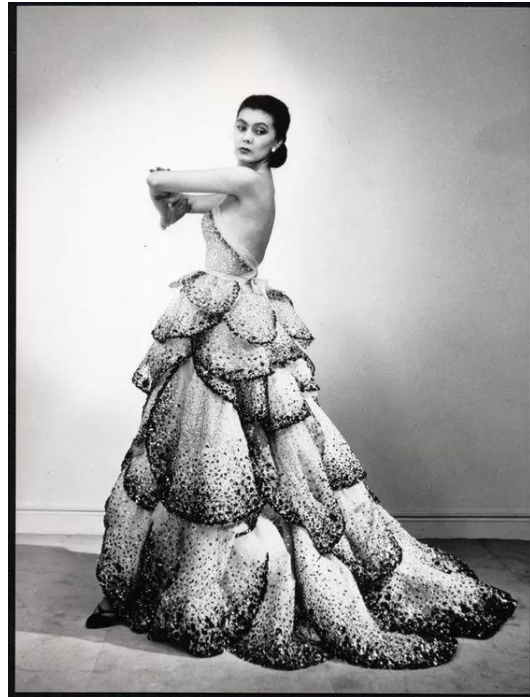
La catalogación de revolución viene dada, en primer lugar, no porque nunca se viera ese tipo de siluetas, sino porque en los años previos a la guerra se habían establecido nuevas líneas y formas de la mano de diseñadoras anteriormente nombradas como Coco Chanel o Elsa Schiaparelli; y, en segundo lugar, debido al uso excesivo de todo tipo de materiales y materias primas que por aquel entonces aún escaseaban en todo Europa.

Recordar, en relación con esto, que durante la segunda guerra mundial se vivió una época de racionamiento de materiales en la industria de la moda, y que fue esta la causa para la pérdida de consideración de la alta costura durante el conflicto. Es por ello, por lo que Dior, optó por utilizar todo tipo de materiales, devolviendo ese gusto por el glamour, el lujo y la feminidad a los armarios, transformando lo que muchos denominaban exceso, en una virtud, y en una de las características de todos sus diseños.

En resumen, Dior aporta una vuelta a un clasicismo ya visto y que fue sumamente aceptado por la sociedad del momento al ser visto como una nueva revolución debido a la tristeza y la precariedad provocadas por la guerra. La sociedad aceptó esta vuelta a los clásicos sin ningún tipo de planteamiento sobre cuáles podrían ser las consecuencias que se transmitieran por parte de la moda al comportamiento, es decir, la moda es el reflejo de la sociedad, y por lo cual, el hecho de que Dior marque los parámetros para el re - encorsetamiento de las mujeres y su vuelta a la sumisión después de unos años de progreso femenino, se ven claramente reflejados en el New Look.

Los roles como trabajadora y liberal de épocas pasadas cedieron ante un modelo de feminidad basado en la idea del protagonismo en el cual se promete tener la atención y admiración social por su propiedad femenino en las funciones del hogar y la maternidad, así como la dependencia y la protección del hombre, en vista de que se retomó y se fortaleció el liderazgo masculino dentro de la célula familiar, producto del retorno de la guerra. La figura del esposo como columna de la unidad familiar y sustento económico construyó una imagen de familia ideal (Quinaya 2018, 30).

Aún a pesar del éxito de esta nueva silueta, en 1949 Christian Dior presenta su sexta colección a la que denominó '*Milieu du siècle*' en francés, que traducido sería 'Mitad de siglo' en donde pretende romper con lo establecido por el mismo con el *New Look* aportando un nuevo aire para esa silueta que había marcado el inicio de los años cincuenta. Es en estos momentos en donde opta por una silueta más recta, dándole menos volumen a las faldas aportando elementos de la sastrería masculina. Una de las piezas más destacadas dentro de esta colección y que describe a la perfección esos elementos masculinos fue el modelo *Frac*, aunque sin duda la pieza clave dentro de la colección fue el espectacular vestido *Junon*.



Ilustraciones 31 y 32. *Junon dress* parte de la colección 'Mitad de siglo' de 1949. Primera fotografía: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/83233>. Segunda fotografía: <https://www.galeriedior.com/es/ministories/junon-y-new-junon>.

También dentro de este nuevo aire comienza a utilizar el color negro, siendo uno de los colores por excelencia en la década de los cincuenta y sesenta y que posteriormente se destacará en el apartado dedicado a Cristóbal Balenciaga.

Christian Dior fallece repentinamente el 24 de octubre de 1957 habiendo visto su *maison* crecer pocos años. Su muerte provocó un tiempo de crisis dentro de su marca debido a que el integraba el papel de diseñador principal además de director creativo. En estos momentos, aparece pues el nombre de Yves Saint Laurent (1936 – 2008), un joven asistente de diseño que había comenzado a formarse en la propia compañía y al que posteriormente se le dedicará un apartado.

4.1.2. La silueta antagónica de Cristóbal Balenciaga.



Ilustración 33. Fotografía de Cristóbal Balenciaga. <https://www.cristobalbalenciagamuseoa.com/descubre/cristobal-balenciaga/>.

Casi a la par que Christian Dior aparece otro de los grandes revolucionarios del siglo, el vasco Cristóbal Balenciaga Eizaguirre, nacido el 21 de Enero de 1895 en un pequeño pueblo de Guipúzcoa llamado Guetaria en donde se crio en un seno familiar completamente opuesto al de su compañero de profesión, una familia de orígenes humildes, madre modista y padre pescador.

Balenciaga destacó desde una temprana edad. Su madre, Martina Eizaguirre, como en el párrafo anterior se comentaba era modista y en muchas ocasiones le realizaba arreglos a la Marquesa de Casa Torres, Blanca Carillo de Albornoz y Elío (1892 – 1981), la cual ostentaba una villa de veraneo en el pueblo del diseñador llamada Villa Ona.

Fue ella quien descubrió el talento del joven Balenciaga debido a una mera casualidad. Su madre se había puesto enferma y era él quien debía encargarse de realizar la entrega de un encargo por parte de la marquesa. Fue en ese momento cuando ella misma le preguntó como pensaba ayudar a su madre y el pequeño respondió que podría realizar incluso diseños mejores si tuviera la suficiente tela. Así fue como Blanca Carillo de Albornoz y Elío le mandó realizar un vestido para ella dando como resultado la primera obra de Cristóbal Balenciaga a la corta edad de doce años. desde entonces, la marquesa se transformó en la descubridora y mecenas del joven.

Desde entonces, Balenciaga comenzó en el mundo de la alta costura y fue creciendo poco a poco. Su estilo está influenciado directamente por varios momentos en su vida y concretamente por dos ciudades con culturas totalmente opuestas, España y París, en las cuales vivió el propio diseñador.

En primer lugar, destacar las influencias francesas dentro de los diseños de Balenciaga. En la década de 1887 la nobleza española comenzó a emigrar a país vasco y concretamente a la costa de Guipúzcoa por lo que el joven Balenciaga comenzó a tener referencias visuales de aquellos diseños llevados por la aristocracia española de diseñadores tan importantes como el inglés Worth entre otros creadores de origen francés. Por lo cual Balenciaga desde su infancia estuvo impregnado de la estética de la moda parisina a la que pudo acercarse aún más gracias al amadrinamiento por parte de la Marquesa de Casa Torres que con anterioridad se comentó, en 1911 cuando fue contratado por la sucursal donostiarra de los grandes almacenes parisinos *Les Grands Magasins du Louvre* para quienes realizó trabajos de confección y elección de telas teniendo la oportunidad de viajar a la ciudad de la moda por excelencia, París, en donde pudo establecer contacto con las prestigiosas casas de costura francesas, algunas de cuyas creaciones había tenido la ocasión de admirar en casa de los marqueses de Casa Torres (Balda 2013, 30).

Dentro de estas influencias francesas cabe destacar que durante la primera guerra mundial muchas de las diseñadoras más destacadas de principios de siglo como Coco Chanel o Madelaine Vionnet, a las que se dedicó un capítulo con anterioridad habían decidido instalarse en Biarritz, una pequeña localidad del llamado País Vasco Francés. Es entonces cuando Balenciaga conoce a ambas diseñadoras por las cuales sentía gran admiración y de las que se vio influenciado en gran mayoría de sus trabajos.

El modisto descubrió en el estilo de Chanel que en la eliminación estaba la clave de la verdadera elegancia (Balda 2013, 65). Balenciaga realizaba sus diseños como si de propias esculturas se tratase. Eran prácticamente obras escultóricas talladas en tela. En sus primeras décadas como diseñador esta característica está aún por ser desarrollada, puesto que no va a ser hasta la última década de su carrera en donde se vea con más claridad el interés del diseñador por estudiar y desarrollar el potencial escultórico de sus trajes. Esta, el uso a la perfección de las técnicas era la gran diferencia entre ambos diseñadores. Mientras Chanel tenía que acabar sus diseños con detalles como ribetes, Balenciaga finalizaba sus diseños a la perfección.

Otra de las grandes influencias de Coco Chanel sobre Balenciaga era la transgresión de la norma sobre la vestimenta femenina. A diferencia del *New Look* de Dior anteriormente comentado en donde prácticamente se moldeaba el cuerpo de la mujer a través del vestido, Balenciaga, con influencias de Chanel, moldeaban el vestido a semejanza de la mujer, provocando así un mayor interés por la portadora, por su audacia para ir en contra de las modas vigentes, por no necesitar mostrar las evidencias de su cuerpo, bello o no, y querer mantenerlo en el ámbito de la privacidad (Balda 2013, 70). Este cambio estético se ve en el trabajo del diseñador vasco a partir de la década de 1950 – 1960, tras la segunda guerra mundial, algo de lo que se hablará a continuación.

Por otra parte, se encuentra Madeleine Vionnet, nombrada en el capítulo titulado *Trilogía revolucionaria*. El joven Balenciaga presencié en San Sebastián alguno de los vestidos al bias realizados por la diseñadora francesa debido a que la reina Victoria Eugenia lució algunos en sus visitas al País Vasco. Es entonces, cuando debido a su interés nato por las novedades de la alta costura francesa, Balenciaga comienza a introducirse en el complejo mundo del patronaje creado por Vionnet, que finalmente dominó a la perfección como puede observarse en uno de los pocos vestidos confeccionados íntegramente de tul al bias conservados en el Museo Balenciaga de Guetaria.

Además de las influencias de la alta costura francesa, Balenciaga nunca olvidó sus orígenes españoles. Es por ello por lo que muchas de sus prendas se caracterizaron por ese aire español reflejado en los colores de las telas y en los patrones de los diseños. Al igual que con anterioridad se comentó su capacidad escultórica sobre los diseños, cabe mencionar que Balenciaga también poseía una capacidad pictórica. No solo en cuanto a los contrastes de telas, sino en que se basó en su conocimiento sobre los artistas más importantes de la historia del arte española como Velázquez, Goya o Picasso para realizar muchos de sus diseños.

Del primero por ejemplo destaca su colección de invierno de 1939 en donde Balenciaga mostraba un conjunto de vestidos de noche en donde se veía la directa inspiración en los retratos de Velázquez a la Infanta Margarita y sus damas de 1650, entre los que se encontraban Las Meninas. Por su parte, las referencias a Goya se ven reflejadas en un vestido *cocktail* de invierno de 1948 de seda rosa con encaje en negro que hace alusión a la pañoleta que lleva la Duquesa de Alba en su famoso retrato de 1797. Finalmente, en relación con Joan Miró, se destacan algunos de los diseños de Balenciaga a partir de la década de 1950, su etapa más experimental, en donde gracias a su compromiso con el arte contemporáneo realizó, por ejemplo, un vestido de *cocktail* de invierno de 1967 inspirado en el Cuadro Azul de 1927 de Miró.



Ilustraciones 34 y 35. El primer vestido aparece denominado 'Velazquez' inspirado precisamente en uno de sus retratos a la Infanta Margarita datado en 1939. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/84758>. El segundo vestido es el de la colección de 1967 inspirado en el cuadro azul de Miró. <https://www.anniversary-magazine.com/all/balenciaga-shaping-fashion-from-cristobal-balenciaga-to-demna-gvasalia>.

No solamente la inspiración de la cultura española se vio en cuanto a ese carácter pictórico que poseía Balenciaga, sino que su propia educación inspiró a muchas de sus creaciones en donde además de las telas de encaje, destacan por ejemplo aires flamencos y religiosos a través de elementos como las mantillas, las batas de cola, las toreras y los fajines, entre otros muchos detalles característicos de sus diseños.

A partir de la Segunda Guerra Mundial comienza su etapa de experimentación. Es entonces cuando aparece una de las máximas revoluciones dentro de sus diseños relacionado con los nuevos patrones y formas generadas en sus prendas. Balenciaga debido a sus anteriores años explorando el mundo de la moda, y aprendiendo nuevas técnicas como el bias de Madelaine Vionnet, comienza a partir de 1950 a generar nuevos conceptos relacionados con la fluidez y el concepto de libertad, del cual ya se habló en capítulos anteriores como el llamado *La formación del huevo. Los antecedentes de la moda contemporánea*, en donde se destacó la adopción de los pantalones por parte de las mujeres.

Balenciaga, un siglo después, continúa con lo que sus antecesores y contemporáneos habían realizado y seguían realizando, que era una revolución en la figura femenina. A diferencia de Dior, en donde la silueta femenina volvió a los años sesenta del siglo XIX como en el capítulo anterior se detallaba, Balenciaga evita las figuras encorsetadas consiguiendo crear unas prendas que se ajustasen al cuerpo sin oprimirlo. A la par que Dior lanzaba en febrero de 1947 el *New Look*, Balenciaga presentó la línea *Barril* que era totalmente opuesto al concepto de Dior.

De esta manera, y con cierta influencia de Chanel, Balenciaga había creado una nueva figura femenina en donde sin negar las curvas del cuerpo de la mujer, las difuminaba para interpretar a una mujer más alejada de un rol tan explícitamente sexual como el de Dior (Balda 2013, 74).

En continuación a esta nueva etapa experimental, Balenciaga saca en 1955 su línea *Túnica*, culmen de todo lo aprendido con la línea *Barril* y a partir de la cual se formó el Balenciaga moderno. Con esta creación dejaba atrás los diseños de la *belle époque* francesa y se centraba en la creación de la mujer moderna, la mujer contemporánea acorde a los tiempos en los que se vivía, generando una moda práctica y funcional gracias a la libertad que otorgaban sus diseños. Pocos años después, concretamente en 1955, saca el vestido Saco, el cual se transformó en el culmen de su experimentación.



Ilustraciones 36 y 37. El primer vestido es el diseño de la línea barril fotografiado por Henry Clarke en 1950. <https://www.parismuseecollections.paris.fr/es/node/410126>. El segundo vestido es uno de los vestidos túnica, concretamente del año 1964. <https://apps.euskadi.eus/emsime/catalogo/titulo-vestido-tunica-en-punto-gofrado-y-fajo-falda-en-punto-gofrado-negro-/objeto-vestido/ciuVerFicha/museo-93/ninv-CBM%201998.68ab>.

Había comenzado en un primer momento con simplemente diseños en donde se marcara la figura femenina sin constreñirla, y había finalizado con una prenda que las ocultaba totalmente, rompiendo así, todos los esquemas de belleza femenina del momento.

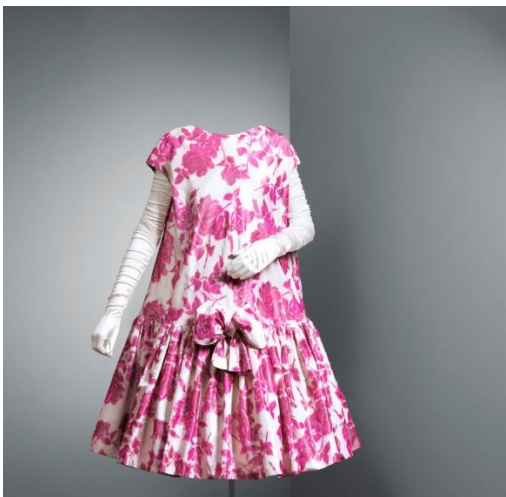


Ilustración 38. Vestido *baby doll*, 1958. <https://apps.euskadi.eus/emsime/catalogo/autoria-balenciaga-cristobal-/titulo-vestido-babydoll-en-tafetan-de-seda-de-color-marfil-con-estampacion-floral-en-varios-tonos-de-rojo-y-fucsia/objeto-vestido/ciuVerFicha/museo-93/ninv-CBM%2006.1999>.

Estas creaciones no solo fueron referentes a la hora de la libertad de las mujeres en cuanto a la vestimenta, sino que son claros ejemplos de la evolución artística del diseñador, quien en sus comienzos ya había romantizado con la abstracción a través de los patrones de sus primeros diseños a modo de esculturas, llegando al culmen de su trabajo con la máxima abstracción como por ejemplo el vestido *baby doll*, caracterizado por la sencillez de la silueta trapezoidal que elimina el talle (Castillero 2016, 39).

4.1.3. El aperturismo de la mano de Mary Quant e Yves Saint Laurent.

Tras una etapa de transformaciones de la moda a través de la alta costura siendo destacados diseñadores anteriormente nombrados Balenciaga y Dior, surge en los sesenta un verdadero cambio, una verdadera revolución en el mundo de la moda que va a transformarla por completo de la mano de creadores tan importantes como Mary Quant e Yves Saint Laurent.

La década de los años sesenta está caracterizada por una serie de cuestionamientos sociales, sobre todo por parte de gente joven, que había vivido en su juventud rodeados de conflictos internacionales como la segunda guerra mundial. La revolución es internacional destacando tres países.

En primer lugar, en Estados Unidos surge lo que se conoce como la *Beat Generation*, un grupo de amigos dedicados a la literatura y que a través de sus numerosas obras se encontraba un discurso común abogando por la libertad sexual, la filosofía, y la oposición a un sistema represor. Además, debido a su impacto social son considerados como los progenitores del movimiento hippie surgido en esta década quienes se dedicarían a vivir una vida alejada de la obligatoriedad social y que destacaron, entre otras muchas cosas, por su vestimenta. Debido a que eran totalmente opuestos al sistema, no podían consumir ropa, por lo que en muchas ocasiones se realizaban sus propias indumentarias o la obtenían de segunda mano.

Por otro lado, en Francia y con influencias de los Estados Unidos, la juventud también comienza a revolucionarse destacando entre todos los eventos, el que se conoce como Mayo del 68, una serie de protestas universitarias y que posteriormente fueron adoptadas por diferentes sindicatos franceses.



Ilustración 39. Yves Saint - Laurent, 1958.
<https://museeyslparis.com/en/biography/le-neiman-marcus-award>.

Dentro de este país destacó durante la década de los sesenta el diseñador argelino Yves Henri Saint - Laurent (1936 – 2008) quien apostó por la revolución con uno de los conceptos en los que se pueden basar sus diseños: antimoda. Su genialidad fue descubierta desde una edad temprana debido a que su madre, Lucienne Andree Mathieu – Saint – Laurent (1914 – 2010) era una aclamada socialité, y siempre había estado rodeada por los mejores diseñadores.

Por ello, desde una corta edad el joven diseñador comenzó a realizar dibujos y bocetos de diferentes vestidos inspirados en el vestuario de su madre, hasta alcanzar el reconocimiento internacional convirtiéndose en el asistente de Christian Dior durante 1954 a 1957 momento en el cual fallece su maestro y en el que Yves Saint – Laurent, con tan solo veintiún años se transforma en el sucesor de la firma.



Ilustración 40. Christian Dior e Yves Saint Laurent en el *backstage* de uno de sus desfiles entre 1955 y 1957.
<https://museeyslparis.com/en/biography/les-debuts-chez-dior>.

Conoció a quien posteriormente se convertiría en su mentor debido al concurso *Secrétariat International de la Laine*, al cual se presentó con diecisiete años y que ganó con el famoso ‘vestido cocktail’. Gracias a la victoria dentro de este concurso, y también gracias a las influencias de su padre, el joven Yves Saint – Laurent pudo conocer a Michel de Brunhoff (1892 – 1958) editor jefe de Vogue en París y quien le animo a seguir en el mundo del diseño de moda.



Ilustración 41. Yves Saint - Laurent presentando su 'vestido cocktail' ganador del concurso en 1957 fotografiado por François Pagès. <https://museeyslparis.com/en/biography/premier-sejour-a-paris>.



Ilustración 42. Boceto y diseño realizado por el diseñador para el concurso *Secrétariat International de la Laine* en París, 1953. <https://museeyslparis.com/en/biography/premier-sejour-a-paris>.

Con su ascensión al puesto de director creativo de una de las casas de moda más importantes de la historia de la moda, Yves Saint – Laurent decide darle una vuelta a lo que su maestro había realizado, transformando la silueta encorsetada que Dior había recuperado con su *New Look* anteriormente comentado, a una silueta completamente liberada de encorsetamientos, siendo considerado como uno de los máximos representantes de la liberación femenina en la moda.



Ilustración 43. Uno de los diseños presentados por Yves Saint - Laurent en su colección 'Trapezio' en 1958. <https://museeyslparis.com/en/stories/les-annees-dior-1-1#photos-of-the-trapeze-collection-24>.

Tras unos años ejerciendo como el director de Dior y sacando colecciones como la 'línea Trapecio', Yves Saint – Laurent tuvo que ausentarse en 1960 debido al servicio militar que debía realizar en su país natal, Argelia y por el cual, fue sustituido y despojado de su puesto como director creativo en la Maison Dior.

Debido a estos acontecimientos, Yves Saint – Laurent funda su propia Maison el 4 de diciembre 1961 junto con Pierre Bergé (1930 – 2017), el hombre de su vida a quien había conocido tras el fallecimiento de Christian Dior, ubicando la casa en los antiguos talleres de Manguin en el número 11 de la calle Jean – Goujon.

Como anteriormente se comentaba, Yves Saint – Laurent decidió optar por una nueva concepción de la silueta femenina queriendo diferenciarse de los primeros diseños realizados para Dior y de todo lo que se había creado con anterioridad, de manera que a partir de su primera colección presentada el lunes 30 de enero de 1962 el que era conocido como el ‘pequeño príncipe de la moda’ revolucionó la moda para siempre.



Ilustración 44. Boceto original de uno de los trajes presentados en su primera colección en su propia Maison en 1962. <https://museeyslparis.com/en/biography/presentation-de-la-premiere-collection>.



Ilustración 45. Uno de los conjuntos presentados en su primera colección. <https://museeyslparis.com/en/biography/presentation-de-la-premiere-collection>.

A partir de la apertura de su Maison, el genio creativo de Yves Saint – Laurent que había estado cultivando desde una edad temprana pudo ser contemplado a través de diseños y colecciones tan rompedoras como por ejemplo su colección de otoño – invierno denominada ‘*Formal Ensembles*’ de 1965 en homenaje al pintor holandés Piet Mondrian que mediante sus obras pictóricas creó una serie de vestidos basándose íntegramente en las obras del artista como por ejemplo Composición C (III) de 1935. Gracias a esta colección Yves Saint – Laurent derribó los muros entre el museo y la moda (Díez – Garde 2022, 1). Poco tiempo después, concretamente en el año 1966 el diseñador continuando con su pasión por el arte contemporáneo realiza una segunda colección esta vez inspirándose en el movimiento Pop Art.



Ilustración 46. Bocetos originales junto con el muestreo de las telas utilizadas en los diseños en la colección ‘*Formal Ensembles*’ de 1965 inspirada en Piet Mondrian.
<https://museeyslparis.com/en/biography/lhommage-a-piet-mondrian>.

Como anteriormente se comentaba, la década de los años sesenta supuso una revolución completa para el mundo de la moda amparada a su vez por una revolución social. Fue en el año 1966 cuando se anunció el inicio de la revolución sexual impulsada por la segunda ola feminista surgida tras la segunda guerra mundial basándose en las posturas filosóficas de Simone de Beauvoir (1908 – 1986) con su libro *El Segundo Sexo* publicado en 1949, y en esas nuevas contraculturas surgidas en esta década como la hippie entre otras.

Esta supuso un impulso a una mayor libertad al reivindicar el placer, la desnudez y la sexualidad como parte integrante de la vida y del desarrollo personal (Sánchez 2021, 371). Un ejemplo de ello fue la comercialización de la píldora anticonceptiva fueron las mujeres quienes fueron beneficiadas en este contexto pudiendo recuperar la capacidad decisiva de su cuerpo. Esto va a provocar que la mujer comience a sentirse liberada en cuanto a mostrar partes de su cuerpo anteriormente vetadas socialmente creándose pues, prendas como la minifalda de la que posteriormente se hablará en referencia a Mary Quant.

Es por ello por lo que diseñadores como Yves Saint – Laurent, basándose en la propia revolución de ensalzamiento femenino crea en 1968 el *Nude Look*, un vestido de gasa negra totalmente transparente que deja a la vista el pecho femenino. Continuando con esta revolución entorno al papel de la mujer, fue en el año 1966 cuando Yves Saint – Laurent creó uno de los elementos distintivos de su marca, el esmoquin femenino. Históricamente esta prenda había estado reservada para los hombres y únicamente se utilizaba para que el humo de sus cigarrillos no traspasase a la ropa, sin embargo, el diseñador decidió adaptar esta prenda masculina al cuerpo femenino siendo uno de los diseños más rompedores del momento y rechazado por muchos en aquel momento.

En relación con el esmoquin femenino, Yves Saint – Laurent continuó con la adaptación de prendas históricamente masculinas al cuerpo de la mujer creando por ejemplo el primer traje pantalón en su colección de primavera – verano de 1967.

Esta revolución sexual no únicamente afectaría al sector femenino de la sociedad, sino que los hombres también sintieron la libertad de mostrarse libremente, siendo de nuevo referente en ello Yves Saint – Laurent con uno de los primeros desnudos integrales de un hombre en la publicidad en la promoción de su perfume masculino *Pour Homme*.



Ilustración 47. *Nude Look* de 1968. <https://museeyslparis.com/en/biography/premieres-transparences-pe>.



Ilustración 48. Primer esmoquin femenino presentado por el diseñador en 1966. <https://museeyslparis.com/en/biography/premier-smoking>.



Ilustración 49. Yves Saint - Laurent. Primer desnudo masculino para su perfume *Pour Homme* de 1971. https://www.larazon.es/historico/5680-un-desnudo-que-creo-escuela-SLLA_RAZON_417022/.

Finalmente, uno de los países destacados dentro de estas revoluciones sociales y sobre todo juveniles fue Inglaterra, y sobre todo este cambio se dio en la capital de Reino Unido, Londres, concretamente en uno de los barrios más conocidos de la ciudad, Chelsea, creándose lo que se conoce como el *Swinging London*. Los factores que impulsarían dichos cambios revolucionarios en Inglaterra vinieron impulsados por lo que estaba sucediendo en países extranjeros como por ejemplo la revuelta de Mayo del 68 iniciada en París pero que rápidamente se trasladó a otros países europeos, o la creación de las contraculturas como los hippies en Estados Unidos que iba unida a la revolución sexual anteriormente comentada.

Otro de los factores relevantes sería el fin del Imperio británico, con la consiguiente llegada a la metrópoli de grandes contingentes de inmigrantes provenientes de las antiguas colonias que traerían consigo sus pautas estéticas y culturales, agrupándose en barrios pluriétnicos (Solé 2006, 289) como es el caso de Chelsea.

Una de las máximas representantes de este barrio y de los cambios estéticos dados en la juventud londinense de los años sesenta es la diseñadora Mary Quant (1930 – 2023) quien revolucionó el mundo de la moda con la puesta en tendencia de la minifalda y las medias de colores.



Ilustración 50. Fotografía de Mary Quant.
<https://www.vogue.es/moda/articulos/mary-quant-muere-disenadora-minifalda-93-anos>.

Mary Quant nace en el barrio londinense de Blackheath en una familia de orígenes humildes y padres profesores. Su pasión por la ilustración y la moda comienzan a edad temprana pero sus padres le niegan el poder realizar sus estudios de diseño con lo que la futura diseñadora opta por cursar ilustración en Goldsmiths, una de las universidades más prestigiosas de Londres especializados en los estudios creativos, culturales y sociales. Allí conoció a quien sería su futuro marido, Alexander Plunkett - Greene (1932 – 1990) un joven aristócrata inglés

quien impulso la carrera en el mundo de la moda de Mary Quant gracias a la apertura de su primera tienda Bazaar.

Es aquí donde la joven diseñadora comienza a explorar el mundo de la moda y donde creará una de las mayores tendencias de los años sesenta, la minifalda, una prenda que con anterioridad se consideraría una aberración pero que en estos años revolucionarios se transformaría en el elemento clave de la libertad.

Históricamente ya se ha apuntado en capítulos anteriores como por ejemplo en *los primeros cuestionamientos entre géneros* que la indumentaria femenina fue un elemento de control. Gracias en estos momentos a la liberación completa de la sociedad joven, quienes pretendían abstenerse de todo lo que sus abuelos y padres habían generado y vivido, permitieron que la moda evolucionase hacia límites insospechados creándose prendas como la minifalda.

La minifalda sería el gran reto de la juventud contra la sociedad adulta: era mucho más que una provocación, era un símbolo identificativo que los adultos no podían asumir, ni tan solo tratar de adaptar. Aunque quisieran, en aquellos momentos (no después) muchas mujeres adultas no la podían llevar, excepto en un gesto de claro mal gusto o provocación (Solé 2006, 285).



Ilustración 51. Mary Quant junto a sus modelos en su boutique Bazar mostrando las minifaldas y las medias de colores características de su marca. <https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/mary-quant-la-disenadora-de-la-epoca-de-la-margarita>

Su autoría estuvo siempre relacionada con Mary Quant, sin embargo, André Courrèges (1923 – 2016) uno de los diseñadores más trascendentales del siglo XX, ya había propuesto diseños en los que se vislumbraba la subida del bajo de las faldas por encima de la rodilla, a modo de minifalda. La autoría nunca fue dada a ninguno de los dos, sin embargo, si es cierto que fue la diseñadora londinense quien comercializó con la prenda además de transformarla en uno de sus elementos clave.

Fue en esta década cuando los jóvenes tuvieron las riendas de las tendencias, pantalones de campana, vestidos de terciopelo, transparencias, nuevos materiales como el plástico, indumentaria inspirada en países como la india, etc., fueron las tendencias marcadas en esta época de liberación total.

Se dibujaba así una criatura diferente, a gusto con su imagen externa, alegre, con colores y formas que en nada recordaban a las estiradas damas de los años 40 y 50. Los 60 significaron el comienzo de la emancipación femenina, en la vida hogareña, en el trabajo y en la indumentaria: ya nada las detendría nunca más (Gavarrón 2007,136)



Ilustración 52. Mary Quant junto a sus creaciones. <https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/mary-quant-la-disenadora-de-la-epoca-de-la-margarita>.



Ilustración 53. Modelos de la firma de la diseñadora inglesa. <https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/mary-quant-la-disenadora-de-la-epoca-de-la-margarita>.

Los años sesenta por lo tanto ven florecer a todas aquellas subculturas como los hippies en estados unidos o los *teds* y los *rockers* en Inglaterra que buscaban la emancipación total con toda la cultura en la que habían crecido y en la que se habían desarrollado como parte de una sociedad heredera de la época de sus padres y abuelos. Pretendían por lo cual, diferenciarse estéticamente de esa cultura vigente creando sus propios estilos y comportamientos sociales.

Una de las subculturas que merece mención y que posteriormente se tratará es la que está relacionada con la liberación sexual, la homosexualidad la cual estuvo penada socialmente hasta bien entrados en el siglo XX y que constituyó una de las subculturas más potentes en la década de 1960. Su clandestinidad hizo necesaria la creación de un comportamiento, estilo y vestuario que permitiera reconocer a otras personas de las mismas tendencias sexuales (Riello 2012, 149).

Unido a la revolución sexual de esta década, está el surgimiento de la ropa unisex, entendiéndose como todo aquello que no es de uno u otro género, sino que pertenece a ambos; “lo que une” y “lo universal” (Fernández 2021, 369).

Es importante destacar uno de los aspectos más interesantes dentro de la relación de las subculturas y la moda, ya que, estos grupos veían a la moda como parte del proyecto de la cultura vigente a la que se oponen (Riello 2012, 150). Es por ello, interesante destacar el importante papel que ejerce la moda sobre la población, que aun a pesar de oponerse a sus estándares de consumo, está siempre va a adaptarse a los estándares que el público reclama. Las subculturas miran la moda con desdén; en cambio, a la moda le interesa inspirarse o incluso utilizar una subcultura para ‘hacer moda’ (Riello 2012, 150).

Diseñadores como los anteriormente nombrados, Mary Quant e Yves Saint – Laurent marcan unas pautas estilísticas en la década de los sesenta que van a influir directamente en la sociedad rebelde que se había generado en estos años, e incluso, muchos de ellos pertenecientes a las subculturas que huían de los cánones preestablecidos. Ellos han abierto el mundo de la moda a la continua transformación que vendrá a partir de los años sesenta, y que a continuación se verá reflejado en el trabajo de Vivianne Westwood entre otros.

4.2. La era del individualismo.

Los años setenta no marcaron un punto de inflexión respecto a la década pasada, sino que más bien se vieron contagiados por ella debido a que se continuaron exponiendo las crisis políticas, económicas y sociales internacionalmente.

En un primer lugar, la guerra volvió a sacudir el panorama mundial, siendo una de ellas, la guerra de Vietnam, la que afianzaría la mentalidad de la sociedad contra las guerras y el espíritu surgido en los años sesenta respaldado por la subcultura de los hippies de Estados Unidos. Además, las protestas estudiantiles surgidas con anterioridad se unificaron con mayor fuerza durante los años setenta, precisamente con un objetivo común: la paz mundial, frente a los conflictos que se estaban dando en aquellos momentos.

Esto desencadenó de nuevo en la moda, debido a que esta es el reflejo más transparente de la sociedad. Los vestidos expresaban opiniones contrapuestas y controvertidas que fluidificaban el modo de pensar, que paulatinamente fue contagiado a toda la sociedad en general y que se abrió a las múltiples posibilidades de expresión del propio ser (Fernández 2021, 385).

La revolución sexual surgida en los años sesenta había seguido floreciendo, creando una imagen unisex en donde la confusión entre géneros comenzó a ser fruto de propuestas políticas. En relación con esto, anteriormente en el capítulo dedicado a *El aperturismo de Mary Quant e Yves Saint Laurent*, se comentaba la segunda ola de feminismo con la propuesta filosófica presentada por Simone de Beauvoir en su libro 'El Segundo Sexo'. Esta segunda ola feminista fue evolucionando en los años setenta bajo el lema "lo privado es político" haciendo especial alusión a la presencia de la mujer en la sociedad. La mujer se transformó en una reivindicación contra todo aquello a lo que habían estado sometidas, transformando sus propios cuerpos en signos de lucha feminista, transformando pues, su forma de vestir. Su cuerpo se convirtió en un símbolo del activismo político.

Finalmente, se generaron nuevos estilos agrupados dentro de las subculturas anteriormente descritas, añadiéndose a las ya existentes de los sesenta, la corriente disco, la *glam* y una de las más destacadas, el punk, protagonizado en el mundo de la moda por Vivianne Westwood de la que se hablará a continuación.

4.2.1. Vivianne Westwood y el desarrollo de las subculturas.



Vivianne Isabel Swire (1941 – 2022), más tarde apodada como Vivianne Westwood nace en Derbyshire una pequeña localidad de reino unido dentro de una familia humilde y sin aspiraciones iniciales dirigidas al mundo de la moda.

Ilustración 54. Vivianne Westwood.
<https://www.vogue.mx/belleza/bienestar/articulos/vivienne-westwood-truco-antiedad-antiaging-beneficios-de-no-banarse-secreto-de-la-eterna-juventud/8433>.

Todo cambia en el momento en el que la creadora inglesa se muda a la gran ciudad, Londres en donde comienza a integrarse dentro de los grupos revolucionarios de la época. Por entonces, Westwood divorciada y aparentemente una mujer dentro de los estándares estéticos del mundo de los adultos, rompe con todo lo vivido hasta entonces y comienza su romance con una de sus grandes inspiraciones Malcom McLaren (1946 – 2010) quien fue el introductor del punk en Londres debido a que este estilo o subcultura había sido desarrollado en Nueva York por diferentes grupos de música como por ejemplo los New York Dolls.

A partir de entonces, ambos comenzarían su hazaña por la representación de esta tribu urbana. Vivianne junto a su por entonces novio, abrieron su primera tienda en el 430 de *King's Road*, llamada *Let it Rock* en donde se crearán las bases para la anti – moda y donde la diseñadora se erigiría como el icono del movimiento punk. Antes de comenzar sus hazañas por el mundo del punk, la diseñadora exploró otras estéticas como por ejemplo la cultura de los *Teddy Boy* una subcultura basada en un *revival* de los años cincuenta caracterizada por las chaquetas de cuero negras, cremalleras, corchetes, etc., vinculados al rock estadounidense. Por ello, Vivianne Westwood renombra su tienda como '*Too Fast to Live, Too Young to Die*' en referencia a la subcultura que se había apoderado de la mayor parte de las ventas de la tienda.

Debido a la controversia que habían provocado muchos de sus diseños, Vivianne ve la oportunidad clara de la generar una revolución a imagen y semejanza de las que ya habían ocurrido durante los años sesenta. Por ello, en 1974 de nuevo le cambia el nombre a su tienda que paso a llamarse *Sex* en honor a la banda que su novio representaba, los Sex Pistols, uno de los grupos musicales más exitosos y controvertidos del momento que estaban caracterizados precisamente por los estándares estéticos que Vivianne Westwood representaba.

El punk había nacido como la corriente antagónica a lo que representaban los hippies. Se caracterizaban por la mezcla de prendas de moda como las chaquetas de cuero negras, las tachuelas, los imperdibles, el látex, las máscaras, los elementos del bondage, peinados tribales, creando pues un look agresivo y controvertido. Con ello pretendían la emancipación total de cualquier característica estética del momento, queriendo diferenciarse en todos los aspectos sociales, desde su comportamiento hasta el propio lenguaje. De esta manera, se generó una anti – estética conformada por unos estándares basados en la deconstrucción del filósofo Jacques Derrida desarrollada en relación con las vanguardias artísticas.



Ilustración 55. La diseñadora junto con dos modelos mostrando al mundo el nuevo nombre de su tienda. <https://www.vogue.mx/moda/articulo/estilo-de-vivianne-westwood>.

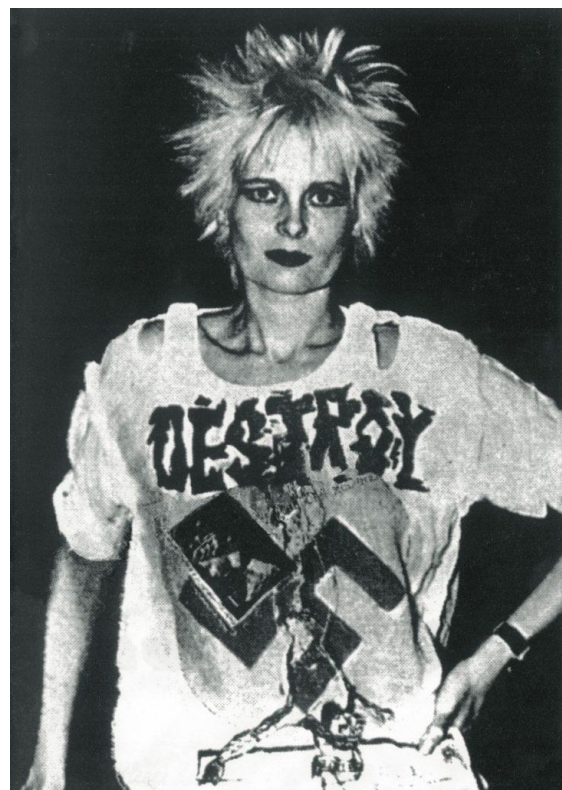


Ilustración 56. Vivianne Westwood con una de las primeras camisetas diseñadas por ella misma. <https://blog.viviennewestwood.com/history/1971-1980/>.

4.2.2. La corriente *new age*: Versace y Jean Paul Gaultiere.

Tras unas épocas de revolución social en pleno apogeo, a partir de la década de los ochenta se debilitaron los ideales contestarios y el compromiso social de los años precedentes (Fernández 2021, 399). Lo importante a partir de ahora es la individualidad que ya había empezado a surgir en los setenta, pero de manera mucho más clara. Ahora se buscaba la manera de resaltar en la sociedad sin tener en cuenta los problemas ajenos, quizás, tras el cansancio social de no encontrar soluciones a los problemas que se habían dado a conocer en décadas anteriores.

Otro de los factores influyentes en cuanto a ese individualismo generalizado fueron las nuevas políticas económicas de las grandes potencias mundiales que inundaron la sociedad y que despreocuparon a los países, sobre todo, del conocido como primer mundo.

Esta nueva vertiente social influyo directamente en el mundo de la moda imponiéndose nuevas tendencias estéticas asociadas al cuerpo y al lujo. Sin embargo, no todo fueron cambios, ya que, por ejemplo, la revolución sexual anteriormente comentada en el capítulo dedicado a *El aperturismo de Mary Quant e Yves Saint Laurent* se hizo aún más fuerte.

Por una parte, las mujeres consiguieron establecerse en el mundo laboral obteniendo las mismas oportunidades que los hombres, aunque, debido a ese culto al cuerpo y a los nuevos cánones de belleza impuestos en la sociedad del momento, muchas de ellas comenzaron a ser conscientes de que verse bella, joven y delgada aumentaría sus posibilidades en cuanto a su posición social y de liderazgo. Esta nueva condición estética conllevó al surgimiento masificado de enfermedades relacionadas con trastornos de alimentación como la anorexia o la bulimia.

Por otro lado, los hombres también se vieron influenciados por el aspecto del cuerpo perfecto escultórico que se relacionaba directamente con el éxito, la sexualidad y el poder.

En relación con la revolución sexual, a partir de los años ochenta la ambigüedad estaba de moda. Conceptos como lo andrógino ya habían sido desarrollados con anterioridad, pero no es hasta esta década cuando realmente se exploran las nuevas posibilidades estéticas que aportaban estos nuevos conceptos. El mundo de la moda se llenó de hombres y mujeres que no querían ser identificados con ninguno de los géneros conocidos hasta el momento, sobre todo dentro del binomio de masculino y femenino, por ello, los códigos estéticos se modificaron, se proponía una nueva plasticidad con la que diluir la masculinidad y la feminidad tradicional (Fernández 2021, 408).

Todo ello fue posible gracias a esa liberación sexual de los años sesenta que también influyó al colectivo homosexual tras los disturbios de *Stonewall* el 28 de junio de 1969, primera manifestación espontánea a favor de los derechos de la comunidad LGBT tras la represión sufrida históricamente y que se había incrementado durante esos años. Fue también durante los ochenta cuando se empezaron a desarrollar términos como lo queer, lo camp, el drag, relacionados precisamente con la liberación sexual y de lo que posteriormente se comentará en profundidad.

Tras ello, el mundo de la moda volvía a centrarse directamente en la sociedad, y en las necesidades de esta, surgiendo un furor por la moda deportiva relacionada con el culto al cuerpo, donde se optaba por ropa cómoda, pero a la vez estética en donde se destacaban los nuevos tejidos como poliéster, el neopreno, etc., los cuales se adaptaban mejor al cuerpo, los colores vibrantes y contrastados, los estampados llamativos, etc.

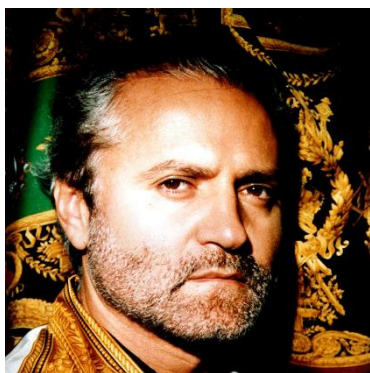


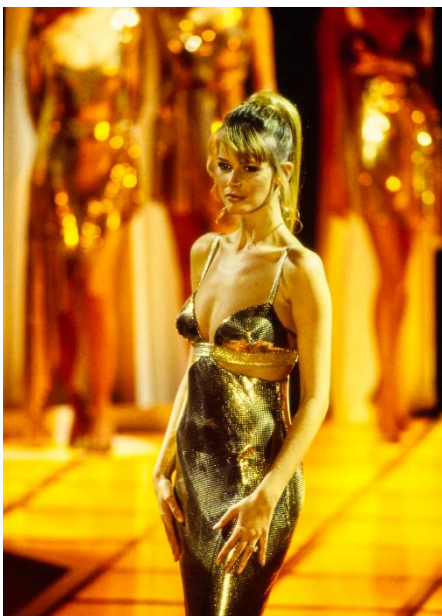
Ilustración 57. Gianni Versace.
<https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/gianni-versace-biografia-como-murio-y-legado-del-disenador-de-modas>.

Por otro lado, relacionado con la individualidad y el lujo surgieron diseñadores trascendentales como Gianni Versace (1946 – 1997) uno de los grandes creadores del siglo. Su pasión por el diseño surgió a temprana edad debido a que su madre ostentaba un pequeño negocio de costura en su ciudad natal Reggio di Calabria al sur de Italia.

Debido a esta pasión, decidió mudarse a Milán, conocida internacionalmente como una de las ciudades de la moda por excelencia en donde estudio diseño de moda y posteriormente trabajó para una firma de ropa italiana llamada Byblos para la que realizó una pequeña colección capsula que conquistó a quienes serian sus mecenas, la familia Girombelli.

Gracias a la ayuda económica de esta familia de inversionistas de la moda, Gianni Versace a la edad de veintisiete años crea su propia compañía en 1978 abriendo su primera tienda física en *Via della Spiga*, Milán. Acompañado de sus dos hermanos, Santo y Donatella la casa Versace comenzó a hacerse hueco rápidamente en el mundo de la moda italiana gracias a su estridente estilo.

Es precisamente el estilo que marca la época en la que crece el diseñador. Amante del arte gracias a su padre, Versace comienza a realizar diseños inspirados en el arte greco – romano, el bizantino, el renacentista, el neoclasicismo, además del arte contemporáneo. Desde sus primeras colecciones sus diseños se llenan de referencias claras a elementos artísticos, desde los drapeados inspirados en el tratamiento de los vestidos de las esculturas helenísticas, así como de las grecas, guirnaldas, cariátides o personajes mitológicos como la cabeza de Medusa, que fue el icono identificativo de la casa Versace y que aparece a lo largo de la carrera del diseñador sometidos a su estética inconfundible (Museo del traje 2012, 13).



Ilustraciones 58 y 59. La primera imagen corresponde a Claudia Schiffer en el desfile de otoño de 1994. <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1994-ready-to-wear/versace/slideshow/collection#84>. La segunda es Naomi Campbell en el desfile de primavera de 1991. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1991-ready-to-wear/versace/slideshow/collection#91>.



Ilustración 60. Jean Paul Gaultier.
<https://www.jeanpaulgaultier.com>.

Por otro lado, y relacionado con la tendencia ochentera de lo andrógino se encuentra a Jean Paul Gaultier (1952) uno de los diseñadores que mejor mostraron la ruptura de la sociedad del momento con el binomio de género establecido históricamente y que es en estos momentos, como anteriormente se comentó que se rompen.

Jean Paul Gaultier nace en un pequeño barrio de los suburbios al sur de París el 24 de abril de 1952 momento en el cual comienzan a surgir diseñadores tan importantes históricamente como el anteriormente nombrado Christian Dior. Nace en un momento en el que la sociedad está en continua transformación, lo que influirá directamente sobre su personalidad desde muy joven. Su curiosidad por el mundo de la moda llega a través de su abuela, con la que pasa la mayor parte de su infancia debido al trabajo de sus padres. Gracias a ella Jean Paul Gaultier se introduce en la moda descubriendo lo que posteriormente será parte importante de sus diseños, como por ejemplo el corset.

En 1966 Yves Saint Laurent crea el smoking para mujer, en estos momentos el joven diseñador francés aún tiene catorce años, sin embargo, estos nuevos conceptos de libertad creativa marcarán al diseñador para toda su posterior carrera.

Sin formación en diseño, y con dieciocho años, formándose de manera autodidacta desde muy pequeño en moda, Jean Paul Gaultier comienza a enviar sus propuestas de diseño a grandes creadores del momento como el anteriormente mencionado Yves Saint Laurent o Pierre Cardin (1922 – 2020). Fue este quien sorprendido por su capacidad creativa le contrata como asistente, y gracias al cual, Jean Paul Gaultier se introduce en el diseño profesional de moda.

Su estética fue clave en su éxito. Basándose en la revolución propuesta por los diseñadores de su infancia en cuanto al rompimiento de barreras entre géneros, Jean Paul Gaultier supuso en los años ochenta uno de los diseñadores más icónicos en cuanto a estos nuevos conceptos identitarios.

Dentro de su estética la belleza no tiene definición. Desde su apertura de la Maison Gaultier en 1976 el diseñador francés explora todas las formas posibles de libertad. Jean Paul Gaultier se dedica a coser y descoser los códigos, los géneros y las normas creando un universo en donde sus diseños puedan ser llevados por todo tipo de persona sea cual sea su identidad.

Jean Paul Gaultier toma de ejemplo grandes creaciones históricas dentro del diseño de moda y las transforma basándose en la sociedad del momento. La frase ‘la moda es el reflejo de la sociedad’ no puede ajustarse mejor a las creaciones del diseñador francés. La falda fue una de las primeras prendas que Gaultier transformó. Esta prenda creada o puesta en valor por Mary Quant, como con anterioridad se comentó en el capítulo *El aperturismo de Mary Quant e Yves Saint Laurent*, era considerada hasta este momento como una prenda únicamente femenina. Jean Paul Gaultier rompe con este estereotipo transformándola en una prenda unisex combinada con el típico jersey marinero de su marca.

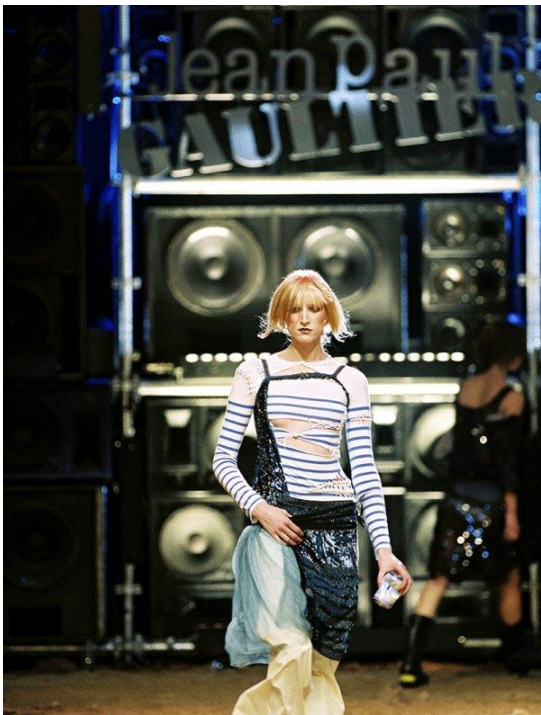


Ilustración 61. Diseño con la histórica camiseta de rayas marinera.
<https://www.jeanpaulgaultier.com/ww/es/fragancias/ho-use-of-gaultier/las-creaciones-miticas>.



Ilustración 62. Diseño de falda para hombre por Jean Paul Gaultier.
<https://www.jeanpaulgaultier.com/ww/es/fragancias/ho-use-of-gaultier/las-creaciones-miticas>.

Otra de esas prendas históricas que Gaultier reinventa fue el corset. Históricamente esta prenda había sido atribuida a la represión femenina utilizado para estrechar la cintura de las mujeres ya que el canon de belleza era lo que dictaba. El diseñador coge todas los estereotipos atribuidos a esta prenda, considerada como íntima y lo saca a la luz generando una prenda revolucionaria con la que es posible mostrar empoderamiento. Así es como Madonna (1958) lo convirtió en un símbolo de la revolución feminista durante su gira *Blond Ambition Tour* en donde llevó su icónico corset con los pechos cónicos creado precisamente por Jean Paul Gaultier.



Ilustración 63. La cantante Madonna portando el corset con el pecho cónico creado por Jean Paul Gaultier para su gira *Blond Ambition Tour*. https://los40.com/los40/2022/03/06/los40classic/1646403089_396041.html.

5. Metamorfosis: la moda en la actualidad.

A lo largo de los capítulos de trabajo se ha hablado de las diferentes etapas de la historia de la moda en donde se ha reflejado un cambio notable en la sociedad y que difiere directamente en la manera de vestirse, contrayéndose poco a poco un mundo en donde todo sujeto, sea cual sea su identidad pueda sentirse libre de mostrarse tal y como se sienta.

El concepto de libertad ha sido uno de los más nombrados a lo largo de los apartados, prácticamente desde el inicio de ellos, concretamente el denominado como *La formación del huevo. Los antecedentes de la moda contemporánea* se han observado como esas primeras mujeres comienzan a cuestionar las políticas sociales impuestas, no solo por los gobiernos, sino por la moralidad de la época, heredera de un largo recorrido histórico en donde se han visto relegadas a un segundo papel. Pero, no únicamente se han nombrado a las mujeres, sino que también se mencionaron colectivos no normativos de las diferentes épocas, que se han visto obligados a dejar a un lado sus verdaderas personalidades y que no han podido, hasta día de hoy, mostrarse tal y como quisieran.

La moda ha sido símbolo inequívoco de luchas sociales gracias a las cuales actualmente existe la ansiada libertad que esos primeros revolucionarios anhelaban. El pantalón, la falda o el esmoquin femenino han sido ejemplos del poder de la moda sobre la sociedad, y de cómo a partir de ella, pueden realizarse cambios, evoluciones y revoluciones tan fuertes que hagan cambiar el panorama internacional. El vestido tiene como esencia la capacidad de quitarse y ponerse, de intercambiarse, de mezclarse, de re – imaginarse, creando nuevos conceptos y nuevas formas para fluctuar entre las definiciones de hombre y mujer, o de otros géneros fuera del binarismo tradicional (Fernández 2021, 455).

La moda tiene brinda la oportunidad de generar indumentarias aptas para todo tipo de identidad. A menudo surgen las vicisitudes de si únicamente se realizan este tipo de prácticas para la mera comercialización dentro de un mundo globalizado y capitalista, sin embargo, muchos de los diseñadores, tanto de grandes marcas como de nuevos creadores, han visto la oportunidad de evolucionar.

Surge en la década de los sesenta la denominada revolución sexual anteriormente comentada la cual dio la oportunidad para la formulación de nuevas identidades de género muchas de las cuales ya se habían formado con anterioridad, sin embargo, la sociedad no permitía que estas fueran ‘puestas en libertad’ por sus representantes aprisionándolos irremediamente. Gracias a la puesta en vigor de nuevas realidades político – sociales surgieron pequeñas minorías representativas de diferentes estilos como el punk, siendo su máxima exponente Viviane Westwood de la que se habló con anterioridad.

No obstante, no fue hasta el siglo XXI cuando dichas luchas sociales de género, feminismo y LGTBIQ+ cuando se pusieron realmente en valor y comenzaron a democratizarse comenzando a realizarse políticas específicas a favor de la protección de los derechos de todas las personas que se encontrasen representadas dentro de ambos colectivos, sobre todo del segundo.

Relacionado con el caso del movimiento LGTBIQ+ se aprobaron a partir del siglo XXI diferentes leyes que pretendían combatir la discriminación histórica sufrida por dicho colectivo, creando legislaciones como por ejemplo la aprobación del matrimonio homosexual en gran parte de los países internacionales. Además, con el auge del género no – binario, cada vez más personas expresaron su identidad en modo múltiple y cambiante, que vaga fluidamente entre múltiples dualismos: cuerpo – espíritu, femenino – masculino, heterosexual – homosexual, organismo – maquina, y un largo etcétera de nuevos conceptos relacionados con la identidad que abogan por la construcción de los nuevos confines identitarios basados en la diversidad (Fernández 2021, 440).

Anteriormente se comentaba que el feminismo contribuyó activamente a que se eliminase el sistema del binomio masculino y femenino. Esto ocurrió durante la denominada tercera ola feminista, en la década de los sesenta, en donde se dieron a conocer esas identidades de género respaldadas por la teoría queer en donde se encuentra, además, lo que se denominó por Judith Butler (1990), la performatividad de género.

El género en disputa (Butler 2007) es el libro en donde la filósofa desarrolla esta teoría. Butler define al género como un fenómeno que se reproduce constantemente y que está regido por una serie de normas establecidas. Estas normas son las que determinan y delimitan el «hacer» de un género, de esta manera considera que la reproducción del género es una negociación constante con el poder, es decir, la actuación del género es el efecto de esta negociación.

Relacionado con estas nuevas identidades, y sobre todo con la eliminación del concepto de género aparece una nueva identidad, el ciborg. El término fue descrito por primera vez en *El manifiesto Cyborg* de Donna Haraway (1944) publicado en 1987 en donde a través de una crítica hacia las corrientes filosóficas del momento, como el esencialismo, ella proponía la creación de un ser sin ningún tipo de las distinciones identitarias históricas ya que según ella la modernidad ha estado compuesta por dualismos opuestos (masculino / femenino, heterosexual / homosexual, mente / cuerpo, humano / animal) que coartan las libertades individuales.

Estas nuevas concepciones están arraigadas a las nuevas prácticas tecnológicas desarrolladas a partir del desarrollo científico impulsado en el siglo XXI. De esta manera la moda se unió cada vez más a procesos tecnológicos como por ejemplo el 3D, el metaverso, la inteligencia artificial y la animatrónica, y los nuevos materiales sustentables o reutilizados.

Uno de los primeros aspectos a destacar dentro de esta mezcla entre arte e industria en referencia a lo que es la moda contemporánea, se encuentra la unión entre tecnología y moda, ambas industrias englobadas en una, en unos diseños partidores nunca imaginados que podrían hablar de un futuro inmediato dentro de la historia de la moda. Existen dos características básicas entre la tecnología y la moda: la investigación y la innovación. En referencia a la primera, para realizar un diseño de moda es necesaria una investigación previa, en donde se ha de tener unas nociones básicas de patronaje, historia de la moda, tejidos, cromatismo, etc., al igual que en la tecnología. Del mismo modo funciona la segunda de las características, pues obviamente la innovación es un punto importante para que el diseño funcione, tanto artístico como tecnológico. Además, este término va unido a dos más: creatividad e invención. Dentro de este campo, se encuentran destacados ciertos diseñadores que junto con empresas dedicadas a la tecnología crean ropa y accesorios mezclando ambas disciplinas que posteriormente se destacarán.

5.1. Huyendo del canon: las nuevas realidades identitarias.

Siguiendo las ideas de Butler, la indumentaria se consideraría como performativa en todos sus sentidos. Al igual que la performatividad de género es entendida como la creación de tu identidad, la indumentaria también contribuye a la creación de esta. Siguiendo las palabras de Alejandra Mizrahi (Mizrahi 2016, 110):

“La indumentaria hace actuar y decir determinadas cosas a nuestros cuerpos, tanto sobre nuestra identidad como sobre el entorno en el que nos movemos y las formas en las que nos relacionamos. Esto es evidente en la importancia que tiene la indumentaria en los comportamientos sociales, ya que, como lo experimentamos diariamente, no nos vestimos de la misma forma para ir al gimnasio, a una fiesta o a un congreso”.

La moda, por ende, refleja todas estas nuevas realidades sociales asociadas a las personas integrantes del colectivo LGTBIQ+ entre otros colectivos internacionales destacados, siendo clave para la representatividad y el reconocimiento de estos. De esta manera han surgido términos asociados a la industria de la moda como el unisex, el *genderless*, o estéticas asociadas directamente a los diferentes roles de género existentes en la actualidad, como las *drag queen*.

Antes de continuar es oportuno realizar una serie de definiciones sobre términos relacionados con las diferentes identidades de género existentes hasta la fecha.

En primer lugar, es adecuado realizar una diferenciación entre género y sexo. Cuando se habla de sexo, se refiere al sexo biológico de una persona que en principio se encasilla dentro del sistema binario de masculino y femenino. Respecto al género, este es un término más complejo de definir pero que siguiendo las palabras de la filósofa posestructuralista Judith Butler, anteriormente nombrada, el género es la construcción sociohistórica- cultural basada en estereotipos femeninos y masculinos, que varía según la cultura y el momento histórico en el que se encuentren.

Por otra parte, la identidad de género es una percepción subjetiva que toda persona tiene respecto a su propio género, aunque esta pueda coincidir o no con sus características sexuales biológicas. Es decir, que se trata de una identificación propia que cualquiera tiene respecto al género con el cual se percibe, y se reconoce, sea masculino, femenino o alguna otra diversidad (Dana 2020,11).

Dicho esto, dentro de las identidades de género existen muchas otras que no entran dentro de las siglas del colectivo LGTBQ+, que se refieren únicamente a lesbianas, gays, bisexuales, transexuales y queers, como, por ejemplo:

- Agénero, aquellas personas que no se identifican con ningún tipo de identidad.
- Andróginas, todas aquellas personas cuyos rasgos o personalidad difiera en varias identidades.
- Género fluido, aquellas quienes cambian su expresión de género entre el masculino y el femenino o se ubican entre ambos.
- Transexual, todas aquellas personas que difieren de su identidad de género asignada al nacer y proceden a modificar su cuerpo mediante hormonas o cirugía. Dentro de la transexualidad se considera también a las personas transgénero, quienes se diferencian de estas al no querer modificar su cuerpo, sino únicamente su identidad.

5.1.1. De lo Unisex a lo *Genderless*.

El término unisex encuentra sus orígenes en la década de los setenta en el máximo desarrollo de la revolución contracultural de la que se habló en el capítulo *El aperturismo de la mano de Mary Quant e Yves Saint Laurent*. Fue asociado originalmente a el propósito de desvinculación de los estándares binarios de género históricamente arraigados en un intento por conseguir la igualdad. Sin embargo, esta moda evolucionó en direcciones muy distintas, pero con un mismo objetivo, la experimentación a través de la ropa, surgiendo así términos como por ejemplo el *genderless*.

La gran diferencia de lo que se proponía en esta década respecto a lo que actualmente se está realizando está en la clave de la identidad. Lo unisex fue construido a través del pantalón, prenda que como ya se vio en anteriores capítulos como el dedicado a *Los primeros cuestionamientos entre géneros*, había sido concedida única y exclusivamente para el hombre. En el momento de ese primer intento de ruptura con el binarismo de géneros se concibió que se debía hacer a través de una prenda masculinizada históricamente, es decir, se partió desde lo masculino, estableciendo ya una construcción identitaria respecto a una prenda que intentaba precisamente romper con eso.

A raíz de estas primeras rupturas con lo tradicional, a partir del siglo XXI se comenzaron a desarrollar diferentes términos asociados a las identidades que precisamente se basaban en lo unisex, pero esta vez, desligándose totalmente de cualquier tipo de género adscrito a la ropa, surgiendo así la moda *genderless*, la cual plantea la eliminación de cualquier tipo de barreras identitarias a través de una estética carente de estereotipos.

Esta tendencia tan actual no fue algo innovador, sino que ya diseñadoras como Rei Kawakubo (1942) en la década de los sesenta se decantó por romper los cánones de belleza y género preestablecidos creando una colección inspirada en el arte abstracto.



Ilustración 64. Uno de los diseños de Rei Kawakubo para su marca *Comme des Garçons* en la colección de primavera verano de 2015 fotografiado por Paolo Roversi. <https://www.theguardian.com/fashion/gallery/2017/may/31/a-visual-history-of-rei-kawakubo-for-comme-des-ga>.



Ilustración 65. El diseño denominado *The Infinity of Tailoring* de Rei Kawakubo para la colección de otoño invierno de 2013 fotografiado por Collier Schorr. <https://www.theguardian.com/fashion/gallery/2017/may/31/a-visual-history-of-rei-kawakubo-for-comme-des-garcons-i>.



Ilustración 66. *Song to the siren 07*. Diseños de Arturo Obegero. <https://www.arturoobegero.com/07-song-to-siren>.

Ya en el siglo XXI y siguiendo con la corriente estilística desarrollada por la diseñadora japonesa anteriormente nombrada Rei Kawakubo, diseñadores de todo el mundo han captado estas ideas y han querido mostrar sus ideales a través de la moda. Por ello, son muchos los representantes de la corriente genderless entre los cuales destaca, por ejemplo, el asturiano Arturo Obegero (1993) quien en sus múltiples colecciones ha captado ideas estéticas que estaban relacionadas directamente con la mujer y las ha transformado para que puedan ser adaptadas a todo tipo de identidad optando por la eliminación total de los estigmas sociales sobre el género y la división de él, generando así, una moda deconstruida.

5.1.2. La estética ciborg y el metaverso.

La eliminación de las identidades va mucho más allá de lo que se podría denominar la normalidad. Con el desarrollo de la tecnología se empezaron a realizar a partir de los años ochenta del siglo XX una serie de escritos relacionados precisamente con las identidades post-humanas. Una de las teorías más importantes que trata precisamente estos nuevos conceptos es la que fue desarrollada por Donna Haraway (1944) denominada Manifiesto Cíborg (Haraway, 1983). En ella planteaba la problemática existente en las tradiciones occidentales de clasificar absolutamente todo en los que la autora llama ‘dualismos antagónicos’, que son por ejemplo realidad / apariencia, yo / otro, mente / cuerpo, etcétera. Por ello, Donna Haraway aporta la creación de una nueva identidad que rompa con todos esos parámetros dualistas tradicionales, generando así, la figura del cíborg.

El cíborg pues, sería un ser contemporáneo en donde se rompen los límites entre lo humano y lo animal, y entre lo humano y la máquina. De esta manera propone que el ser conformado a través de esos parámetros sea una evolución de este sin fronteras identitarias. En este sentido para Haraway: “el ciborg se sitúa decididamente del lado de la parcialidad, de la ironía, de la intimidad y de la perversidad. Es opositivo, utópico, y en ninguna manera inocente” (Haraway 1995, 256).

A través de estos nuevos parámetros diseñadores internacionales han querido explorar estos nuevos universos expresivos generando colecciones en torno a la figura identitaria del cíborg como por ejemplo Alessandro Michele (1972), antiguo director creativo de Gucci, quien en 2018 realizó una colección inspirada directamente en el Manifiesto Cíborg anteriormente comentado.

Basándose en el planteamiento principal del manifiesto, Alessandro Michele crea esta colección. El escenario que plantea es una sala de operaciones completamente azul, con camilla en el centro incluida, rodeada de los asientos de los espectadores creando un ambiente del todo siniestro. Según sus palabras: “Somos el Dr. Frankenstein de nuestras vidas. Hay una claridad clínica sobre lo que estoy haciendo. Estaba pensando en un espacio que representa el acto creativo. Quería representar el laboratorio que tengo en mi cabeza.

Es un trabajo físico, como el de un cirujano”. Por ello, crea una serie de trajes que representan el híbrido citado por Haraway en su manifiesto, generando copias hiperrealistas de las cabezas de sus modelos rechazando pues, esos límites anteriormente comentados entre lo humano, lo animal o lo físico apostando inequívocamente por la no adaptación de ninguna identidad. Su trabajo ha transgredido esas barreras físicas generando una modificación directa del cuerpo biológico y la identidad.

Michele posiciona el cuerpo biológico como un componente de expresión personalizable en una constante estado de recombinación (Perkins 2018, 3). Este capta perfectamente las palabras del manifiesto de Haraway referidas a la ironía y crea ese mundo de yuxtaposición de indumentarias, de intercambios de ropa andrógina y de género, creando animales mitológicos como dragones, generando una estética realista sin distinción alguna. El exdirector creativo de la marca Gucci retrata así al sujeto ciborg como una desviación del formato corporal tradicional hacia una continua, inescrutable negociación del cuerpo biológico con el tecnológico, este último a menudo derivadas y modificadas de las anteriores (Perkins 2018, 4).



Ilustraciones 67 y 68. Colección otoño 2018, Alessandro Michele, Gucci. <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/gucci>.

5.2. La tecnología aplicada a la moda.

5.2.1. El metaverso y las nuevas técnicas.

El diseño de moda virtual ha crecido en los últimos años exponencialmente y sobre todo a causa de la situación pandémica ocurrida en 2019 en adelante. Muchas de las firmas internacionales han comenzado a desarrollar junto a equipos especializados en este tipo de tecnología 3D lo que les ha permitido, entre otras muchas cosas, incrementar su capacidad de creación, pues en un universo virtual cualquier cosa es posible.

Además de las muchas ventajas que esto supone, uno de los beneficios más importantes es la sostenibilidad del proceso creativo, pues normalmente una marca convencional como puede ser, por ejemplo, Moschino, debe crear cientos de pruebas reales de una misma colección lo que supone un gasto material y energético que de manera virtual no se produce pues, una vez creado el modelo 3D de la prenda puedes realizar todos los cambios necesarios hasta dar con el producto final.

Otra de las ventajas en relación con los beneficios de sostenibilidad es que el software de diseño de moda virtual permite la proyección de las prendas de manera totalmente realista, con lo que se pueden sustituir las muestras físicas por las virtuales, reduciendo de nuevo el gasto en materiales y energía como anteriormente se comentaba.

Dentro de este universo se han comenzado a realizar indumentaria especialmente diseñada para el mundo virtual. Según destaca Daría Shapolavova, cofundadora de Dressx, la plataforma de venta de moda digital más relevante de la actualidad, y de la que posteriormente se habla:

“Los protagonistas de esta nueva realidad son, por un lado, los miembros de la generación milenial, entre los que se encuentran los grandes compradores de lujo del presente que buscan probar algo nuevo para elevar sus perfiles en redes sociales; por otro, están los miembros de la Generación Z, que se desenvuelven sobre todo en redes sociales como Snapchat o TikTok, donde el vídeo es la principal herramienta de comunicación.”.

Lo que comenzó siendo una subcultura en torno al diseño digital, actualmente es una de las tendencias más perseguidas por las marcas internacionales o por artistas menos conocidos que gracias a este universo pueden dar a conocer sus diseños.

De entre las marcas conocidas se han sumado numerosas de ellas, como Gucci quien diseñó ropa para Roblox o Pokemon Go, Zara con su colección Ader Error, etc., pero cabe destacar a dos: Balenciaga y H&M.

En primer lugar, la marca española del vasco Cristóbal Balenciaga fundada en 1917, sacó a la luz en el año 2021 su propio videojuego llamado *Afterworld: the age of Tomorrow* ambientado en un ambiente futurista del año 2031. El director creativo de la firma, Demna Gvasalia, quiso sorprender a los usuarios añadiendo la colección de otoño – invierno dentro de las skins de los personajes. De esta manera, una vez accedes al videojuego a través de un enlace que se encuentra en su página web, aparece una pantalla de inicio en donde los personajes a elegir visten ropa de dicha colección. Acompaña a esta pantalla de inicio una breve descripción de las prendas que porta el personaje, como si de un catálogo se tratase. Una vez seleccionado el personaje el juego se traslada directamente a una tienda Balenciaga, entre otras pantallas, en donde se aportan más datos de la colección.



Ilustración 69 y 70. Caracteres del videojuego *Afterworld: the age of Tomorrow* con los diseños de Balenciaga. <https://videogame.balenciaga.com/en/looks>.

En segundo lugar, la marca sueca H&M también se ha querido adentrar en el metaverso creando una colección de prendas virtuales que se exponen en diferentes plataformas como Instagram teniendo como imagen a Maisie Williams, actriz protagonista de la serie Juego de Tronos.



Ilustración 71. H&M por Maisie Williams. https://www.popsugar.co.uk/fashion/hm-virtual-fashion-collection-48674405?utm_medium=redirect&utm_campaign=US:ES&utm_source=www.google.com.

También cabe destacar la celebración del *Metaverse Virtual Fashion Week* (MVFW), organizado por la plataforma *Metaverse Decentraland*, una plataforma virtual creada por los argentinos Ari Meilich y Esteban Ordano en 2015, en donde numerosas firmas crean sus desfiles virtuales con la posibilidad de adquirir una pieza directamente de la pasarela.

De entre las firmas menos conocidas destacan Dressx, Replicant Fashion, The Fabricant, Tribute Brand y Digitalax.

La primera de ellas se funda en California en 2020 y ofrece colecciones de ropa digital de las firmas contemporáneas más conocidas para que los usuarios puedan vestir sus prendas de manera digital, pagando el mismo precio que de manera real. Esta plataforma suele ser utilizada por nuevas generaciones de creadores de contenido online, quienes cuando adquieren una prenda únicamente tienen que adjuntar la fotografía a la cual quieren agregarla y el equipo de técnicos de la empresa harán los retoques necesarios para que quede ajustada. Por otro lado, una plataforma similar a la anterior sería *Replicant Fashion*.

The Fabricant por su parte es una plataforma de libre creación en donde cualquier persona puede convertirse en diseñador de moda. Poseen una herramienta accesible en la que se puede crear de manera individual o conjunta una prenda con todas las posibilidades materiales existentes. Una vez realizado el diseño puede pasar a acuñar la prenda y comercializar con ella en el mercado de los NFT.



Ilustraciones 72 y 73. Plataforma de creación virtual de moda *Dressx*.
<https://dressx.com/pages/about>.

La cuarta de las marcas, *Tribute Brand*, es una de las más reconocidas debido a su especial marketing. Se trata de una plataforma de moda digital de alta gama en donde venden prendas exclusivas, lo que hace que sean mucho más atractivas para los compradores. Finalmente, entre esta selección, *Digitalax* fue fundada en 2020 de nuevo en California y se diferencia de las anteriores en que ya no solo es una tienda digital o una plataforma de creación, sino que es el primer Sistema Operativo de Moda Digital. A través de ella puedes transportar los diseños a videojuegos, plataformas de realidad virtual y otros entornos en 3D.



Ilustraciones 74 y 75. Diseños creados por *Replicant Fashion*.
<https://en.replicant.fashion/>.

Además, la tecnología también ha sido utilizada para realizar nuevas técnicas y nuevos materiales aplicados a la moda.

La impresión 3D, también denominada fabricación aditiva, es una familia de procesos que genera objetos añadiendo material a las capas que corresponden a secciones transversales sucesivas de un modelo 3D. Las aleaciones de plástico y metal son los materiales más utilizados para la impresión 3D, pero este proceso puede funcionar prácticamente con cualquier elemento, desde hormigón hasta tejidos vivos.

El uso de la tecnología de impresión 3D en el sector de la moda se vio incrementado finalizados los años noventa cuando este tipo de instrumentos comenzaron a ser utilizados en otros muchos ámbitos, además de las grandes posibilidades que estas tecnologías suponían para la industria de la moda ya que suponían el incremento de posibilidades creativas, tanto a nivel de materiales como de diseños o formas.

Dentro de las muchas posibilidades que otorga esta forma de creación destacan, en primer lugar, piezas integrales, las cuales en un principio tenían una gran falta de elasticidad debido a los materiales rígidos que se utilizaban para su creación, aunque, con el avance de la tecnología 3D se han conseguido crear piezas totalmente ergonómicas.

En segundo lugar, destaca la creación de prendas a través de sistemas en forma de malla, como los que presenta la diseñadora Danit Peleg y de la que posteriormente se hablará.

En tercer lugar, también destaca la creación de adornos con todo tipo de materiales que se establezcan dentro de los llamados polímeros, aunque este no es el único material con el que una impresora en 3D puede trabajar, sino que entre muchos destaca el cuero. Y finalmente en cuarto lugar se pueden crear joyas, usando esta tecnología de dos maneras diferentes: el prototipado, es decir, crear un molde con el que percibir si esa pieza esta realizada de manera correcta o no; y la producción directa, como las joyas realizadas por la marca Gmmyo.

Una de las pioneras en utilizar este tipo de tecnología en la moda fue la diseñadora holandesa Iris Van Herpen. El trabajo de esta logra ese difícil equilibrio entre la artesanía y la innovación tecnológica, además de la experimentación con los materiales, generando una particular forma de hacer Alta Costura en la que conviven, con armonía, los procesos manuales con las técnicas digitales más avanzadas. En la mayor parte de sus colecciones combina la tecnología de la impresión 3D como la del corte por láser de algunos de los materiales de sus diseños generando así piezas únicas.

De entre todos sus diseños se encuentra el Vestido *Skeleton* que como su nombre indica representa el torso del esqueleto humano realizado en su totalidad en tecnología 3D. También es representativo y fue muy atractivo tanto hacia el público general como para la prensa internacional, el famoso *Foliage Dress*, que se trata de una prenda corta y dorada creada mediante la tecnología Polyjet, formando el primer vestido híbrido entre tela y plásticos.



Ilustración 76. Vestido *Skeleton* de la colección *Capriole* de otoño de 2011. <https://www.irisvanherpen.com/collections/capriole/runway-17#img-2691>.



Ilustración 77. Vestido *Foliage* de la colección *Ludi Naturae*. <https://www.irisvanherpen.com/collections/ludi-naturae>.

Fue desarrollado por el equipo de la Universidad Tecnología de Delft, y fue Iris Van Herpen la pionera en combinar estos materiales, reutilizando el plástico, material altamente dañino para el medioambiente, encontrando pues, una nueva forma de reutilizar ese material, además de aportar unas cualidades estéticas a la prenda como serían las tonalidades y la transparencia del vestido.

Dentro de la selección de prendas de esta diseñadora se encuentra el llamado Vestido de Simbiosis, creado de nuevo a partir de tecnología en 3D, en este caso con la colaboración de la diseñadora y arquitecta Julia Joerner, conocida entre otras cosas, por ser la diseñadora de vestuario de la película de *Marvel Studios*, *Black Panther*. Ambas crearon este vestido en donde casa lo arquitectónico con lo arbóreo, introduciendo una nueva técnica de tecnología 3D conocida como la estereolitografía de mamut. Esta construyó el vestido rebanado a rebanada de abajo hacia arriba, en un recipiente de polímero líquido que se endurece cuando es golpeado con un rayo láser.



Ilustración 78 y 79. Vestido Simbiosis de la colección *Hybrid Holism*. <https://www.irisvanherpen.com/collections/hybrid-holism>.

Dentro de este universo tecnológico también destaca la diseñadora Danit Pelag una de las mujeres pioneras en introducir el 3D íntegramente en piezas únicas. Su fama llega en el año 2015, momento en el que realiza su primera colección creada en su totalidad en las impresoras 3D que tenía en un escritorio de su casa para su proyecto de posgrado en la Facultad de Ingeniería y Diseño de Shenkar. Ella y su equipo trabajan en crear una marca sostenible con el medio ambiente con el objetivo claro de reducir lo máximo posible los desechos y la contaminación que la industria de la moda convencional provocan.

Uno de sus primeros diseños fue la denominada chaqueta *Liberte*, creada a partir del software Blender. Gracias a esta primera toma de contacto la diseñadora comenzó a investigar sobre materiales y técnicas hasta finalmente decidirse por utilizar con *Accumark* de *Gerber Technology* que es mucho más preciso. Además, también realizó pruebas con diferentes materiales. Empezó trabajando con PLA, pero debido a su rigidez lo desechó para encontrar un material que realmente fuera parecido a un tejido convencional. Posteriormente le presentaron un nuevo filamento denominado FilaFlex que fue el que utilizó para la creación de esa famosa chaqueta *Liberte* junto a la impresora Witbox.

A partir de este descubrimiento comenzó a formar su marca, sus primeras colecciones hasta llegar a ser una de las mujeres más importantes dentro del mundo tecnológico según la prestigiosa revista Forbes. Además, dentro de esta sección de moda a partir de tecnología 3D, se encuentran también accesorios, como zapatos, bolsos y joyas.



Ilustraciones 80 y 81. Chaqueta *Liberte* de la diseñadora Danit Peleg. <https://www.designboom.com/technology/danit-peleg-3d-prints-fashion-collection07-27-2015/>.



Ilustración 82. Diseño de los 'Red Shoes' realizados por la diseñadora Annie Foo. <https://virtualshoemuseum.com/annie-foo/shoe-hybrid/>.

Primeramente, destaca Annie Foo una de las diseñadoras más reconocidas internacionalmente por su capacidad de fusionar ambas industrias para generar esas piezas de arte tan únicas como sus conocidos “Zapatos Rojos”. Ella explica que siempre le ha fascinado la idea de combinar métodos de fabricación de calzado, y por ello fue pionera en crear este tipo de objetos. Usa un software de modelado 3D con el que diseña estructuras complejas para darle a esa tecnología aparentemente rígida y antiestética un componente de estética alto, convirtiendo esas piezas en arte. Este par concretamente fue diseñado a partir de la máquina Jet Fusion 4200 de HP, usando PA12 (nylon).

Dentro del mundo de las nuevas tecnologías aplicadas a la industria de la moda no solamente cabe destacar el 3D, sino que merecen mención innovaciones tecnológicas como la ropa animatrónica y las luces leds.

En referencia a la ropa animatrónica, únicamente es destacable su creador, Hussein Chalayan, diseñador de orígenes turcos, chipriotas e ingleses, que combina la ciencia, el arte y la moda. Sus creaciones pueden reconfigurarse y cambiar totalmente su aspecto, desde las texturas, las formas, los colores, los tamaños, etc. Todo ello es gracias a la incorporación de unos dispositivos electrónicos que van insertos en las telas de sus diseños.



Ilustración 83. Diseño de ropa animatrónica por el diseñador Hussein Chalayan. <http://adam-wright.com/jobs/hussein-chalayan-blossom/>.



Ilustración 84. Zendaya por Tommy Hilfiger en la MET gala de 2019. <https://www.vogue.es/celebrities/gala-met/articulos/zendaya-gala-met-2019-vestido-cenicenta/40278>.

Finalizando este apartado de moda y tecnología, hay que subrayar a dos firmas. Por un lado, una menos conocida, *Cute Circuit*, fundada en 2004, siendo pionera en la moda con tecnología portátil, y que sus diseños destacan por ser alumbrados literalmente por luces Led que llevan insertados en sus telas. Por el otro, *Tommy Hilfiger*, la multinacional marca estadounidense que vistió en 2019 a la actriz Zendaya en la *MET gala*, con el que destacó transformándose en cenicienta.

6. Conclusiones.

Tras realizar este trabajo de investigación sobre la evolución de la moda desde el siglo XIX hasta la actualidad, cabe establecer una serie de conclusiones con las que se ha procurado dar respuesta a los objetivos planteados al inicio de este estudio, particularmente al propósito esencial que ha guiado esta labor, a saber: comprender cómo la moda ha evolucionado a lo largo del tiempo y ha adquirido el papel que actualmente tiene.

Uno de esos objetivos perfilados era el de realizar un análisis detallado sobre la historia de la moda desde finales del siglo XIX hasta la actualidad desde el punto de vista de los estudios culturales, centrandose sobre todo el discurso en las cuestiones identitarias. Se han contemplado, en este orden de cosas, tres aspectos que interaccionan entre sí y que condicionan directamente la manera de vestir de la población, como son el punto de vista social, el económico y el político.

Desde una perspectiva social, se ha evidenciado que la moda contemporánea ha dejado de estar exclusivamente destinada a un grupo selecto de la sociedad y que, gracias a la globalización, entre otros factores, se ha convertido en un fenómeno de alcance casi universal y uno de medios de expresión, tanto individual como colectiva, con los que contamos actualmente. Como se ha podido comprobar, la moda ha servido como herramienta para la expresión de identidades, personalidades y pertenencias a diferentes grupos sociales. Gracias a la lucha incansable de todos aquellos revolucionarios que iban en contra de los estándares marcados, se ha ido generando un creciente enfoque en la diversidad y la inclusión en la moda como se puede vislumbrar en la actualidad.

La sociedad avanza y la moda no se queda atrás. Así, los diferentes recursos a los que hemos acudido y la bibliografía revisada a lo largo de la investigación nos ha permitido constatar la existencia de diferentes personalidades disidentes, como ha sido el caso Amelia Bloomer o el movimiento hippie, demostrando que la evolución está orientada hacia el cambio, a derrocar los cimientos de los sistemas marcados en cada época, provocando una redefinición de la moda acompañada con aquellos procesos revolucionarios expuestos en el trabajo. Gracias a todos aquellos hitos que, en su momento, parecían utopías, como el derecho al voto de la mujer, o las luchas sociales protagonizadas por colectivos como el LGTBIQ+, la moda puede considerarse todo un campo para las reivindicaciones sociales.

Desde el punto de vista político, se ha observado cómo la moda se ha visto históricamente influenciada por los diferentes cambios y acontecimientos políticos -las guerras mundiales, entre otros- o, simplemente, por los cambios de mandatos en los diferentes países. De la mano de estos cambios, los diseñadores que en este trabajo han sido abordados, han planteado acciones de protesta y de empoderamiento. Entre ellas, debemos destacar el feminismo, uno de los movimientos más significativos para la sociedad contemporánea, en el que la moda ha tenido destacada importancia.

Como en el trabajo se ha puesto de relieve, el movimiento feminista contó desde un principio con la moda como aliada en su lucha de manera silenciosa. Las mujeres comenzaron a adoptar una vestimenta tradicionalmente contraria a lo que se entendía como feminidad, alejándose cada vez más de las prendas obstructoras luchando por su libertad; aspecto este que, a lo largo de los capítulos que componen el trabajo, hemos tratado con profusión, por cuanto sus implicaciones se extienden a prácticamente todos los ámbitos descritos.

Al igual que ha ocurrido con otros movimientos reivindicativos, el feminismo puede considerarse todo un referente para aquellos que persiguen como objetivo lograr la independencia y plantear desafíos ante las pautas y los criterios convencionalmente establecidos. En este orden, podemos entender la moda como un símbolo de resistencia y de plasmación del cambio, la inclusión y la ruptura de los estereotipos impuestos históricamente.

7. Bibliografía.

Abad – Zardoya, Carmen. 2011. «El sistema de la moda. De sus orígenes a la posmodernidad». *Revista Emblemata* n° 17: 37 – 59.

Aguilar García, Teresa. 2008. «Cuerpo y tecnología en el arte contemporáneo». *Revista Nómadas. Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas* n°17: 69 – 78.

Aguirre, María. 2022. «75 años del New Look, la herencia de Dior en la moda que nació de una guerra». *Vanitatis*, 4 de marzo. Acceso el 25 de abril de 2023. https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/moda/2022-03-01/75-anos-new-look-moda-dior_3383294/.

Arana Balda, Ana. 2013. «Cristóbal Balenciaga. Una singular política de comunicación frente al avance del *Prêt – à – Porter*». Tesis doctoral. Universidad de Navarra. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/48148>.

Arcas Ruiz, María. 2018. «Versace. Fondo clásico en su estética y filosofía de marca». *Revista Diseño de moda: Teoría e historia de la indumentaria* n° 4: 141 – 151.

Bard, Christine. 2012. *Historia política del pantalón*. Barcelona: Tusquets Editores.

Barrazueta Jarrín, Diana Cristina. 2015. «Roles que cumplieron las mujeres durante las dos guerras mundiales y su influencia en la moda». Trabajo de Fin de Grado. Universidad de San Francisco de Quito. <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/4350/1/121599.pdf>.

Barthes, Rolano. 1998. *Sistema de la Moda. Colección Comunicación Visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. <https://jpgenrgb.files.wordpress.com/2017/01/barthes-sistema-de-la-moda-1978.pdf>

Baudot, François. 2003. *Moda y Surrealismo*. Madrid: H. Kliczkowski – Onlybook.

Bur, Aníbal. 2013. «Moda, estilo y ciclo de vida de los productos de la industria textil». *Revista Cuaderno* n° 45: 143 – 154. doi: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi45.1833>.

Cabrices, Sebastián. 2020. «Christian Dior: su vida, sus inicios en la moda y la historia de la marca». *Vogue*, 13 de octubre. Acceso el 27 de abril de 2023. <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/christian-dior-biografia>.

Castiello Raluy, Sofía. 2016. «El trabajo de Cristóbal Balenciaga: Resonancias arquitectónicas». Trabajo Fin de Grado. Universidad de Zaragoza. <https://zaguan.unizar.es/record/61160?ln=es#>.

Cerrillo, Lourdes. 2019. *Moda y Creatividad. La conquista del estilo en la era moderna, 1789 – 1929*. San Sebastián: Editorial Nerea.

Dana, María. 2020. «Moda no binaria: análisis sociocomunicativo de un cambio social». Trabajo de Fin de Grado. Universidad Nacional de Rosario. <https://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/21550>.

Díaz Lorenzo, Laura Victoria. 2019. «La deconstrucción estética en la moda: el cuerpo como un medio creativo». Trabajo de Fin de Grado. Universidad de A Coruña. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/26409>.

Díez – Garde, Jose Luis. 2017. «Vestido Ciseaux, Christian Dior, 1949. Modelo del mes». Conferencia del Modelo del Mes de Mayo del Museo del traje de Madrid.

Doria, Patricia. 2012. «Consideraciones sobre moda, estilos y tendencias». *Revista Cuaderno* n° 42: 101 – 106. doi: <https://doi.org/10.18682/cdc.v42i42.1428>.

Doustaly, Valeria. 2021. «Jean Paul Gaultier: Diversidad e Inclusión». *Revista Cuaderno* n° 128: 135 – 144. doi: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi128.4860>.

Faiz, Latéfa. 2018. *Yves Saint Laurent. El visionario que transforma la moda del siglo XX*. Ciudad de México: Editorial Titivillus. [file:///C:/Users/Media%20Service/Downloads/Yves%20Saint%20Laurent%20-%20Lat%C3%A9fa%20Fa%C3%AFz%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Media%20Service/Downloads/Yves%20Saint%20Laurent%20-%20Lat%C3%A9fa%20Fa%C3%AFz%20(1).pdf).

Fernández Blanco, Isabel. 2021. «La fluidez del género: identidades, cuerpos – vestidos y deseos». Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/69633/>.

Floch, Jean – Marie. 2011. «El total look de Coco Channel». *Revista de Occidente* n° 366: 181 – 200.

Entwistle, Joanne. 2002. *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona: Editorial Paidós. https://www.academia.edu/9272209/6553449_joanne_entwistle_el_cuerpo_y_la_moda.

García – Ramos, Francisco – José. 2020. «Mary Quant en España. La mini, la midi y la maxi a través de las fotografías de Juana Biarnés para el diario Pueblo». *Revista Indumenta* nº3: 40 – 55.

Gavarrón Casado, Lola. 2007. «Modas recientes (1960 - ...). Una sinopsis/crónica apresurada». *Revista Indumenta* nº 0: 135 – 146.

Gómez Varela, Covadonga. 2022. «Análisis y reflexiones sobre moda, género y feminismo entre los siglos XIX y XXI en Occidente». Trabajo Fin de Máster. Universidad Jaime I. https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/200675/TFM_2022_GomezVarela_Covadonga.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Gutiérrez, Juan. 2012. «15 años sin Gianni. Homenaje a Gianni Versace». Catálogo de la exposición temporal del Museo del Traje.

Hobes, Julia. 2021. «Los 13 momentos que cambiaron la historia de la moda». *Vogue*, 14 de febrero. Acceso el 23 de marzo de 2023. <https://www.vogue.es/moda/articulos/momentos-cambiaron-historia-de-la-moda>.

Hurtado de Mendoza, Marta. 2015. «Moda neutra o ‘genderless’: la celebración del diseño sin definición». *Vogue*, 2 de junio. Acceso el 19 de marzo de 2023. <https://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/tendencia-genero-neutro-genderless-moda-unisex/22643>.

Jana, Rosalinda. 2019. «Los iconos 'queer' que están definiendo la moda». *Vogue*, 23 de marzo. Acceso el 19 de marzo de 2023. <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/iconos-queer-exposicion-met-camp/39634>.

Jiménez, Gloria, y Marinas, Leyre. 2020. «Archivo camp. Memorias visuales e identidades outsider». *Revista Arte y Políticas de Identidad* nº 22: 117 – 142. doi: <https://doi.org/10.6018/reapi.433961>.

Kamitsis, Lydia. 1997. *Madeleine Vionnet*. París: Editions Assouline. <https://media.electre-ng.com/extraits/extrait-id/9139d445124301f061710fc8bc538b0ea77d71e1ccb4615ef924d7a8d101be0a.pdf>.

- Kovadloff, Julia. 2019. «La moda y las nuevas identidades en los cambios de siglo». Conferencia pronunciada en las XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2019.
- Lacalle, Charo. 2001. «Deconstruir la moda. El universo significativo de Vivienne Westwood». *Revista DeSignis* nº 1: 253 – 263.
- Laver, James. 2006. *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Editorial Cátedra. https://historia1pensamiento2.files.wordpress.com/2020/03/laver-james_breve-historia-del-traje-y-la-moda.pdf
- Lelièvre, Marie – Dominique. 2018. *Saint Laurent, Chico malo*. Barcelona: Editorial Superflua. <https://www.superflua.es/wp-content/uploads/2018/05/saint-laurent-1r-capitulo.pdf>
- López Lezama, Ignacio. 2015. «Análisis de la influencia de la moda de los 60 en la publicidad según Baudrillard». Trabajo Fin de Grado. Universidad Católica Andrés Bello. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAT1082.pdf>.
- Luis, Nuria. 2020. «Teatro de Moda, la iniciativa de posguerra para devolver el esplendor a la Alta Costura que ahora tiene más sentido que nunca recordar». *Vogue*, 19 de marzo. Acceso el 26 de abril de 2023. <https://www.vogue.es/moda/articulos/teatro-de-la-moda-historia-alta-costura-paris-segunda-guerra-mundial>.
- Luis, Nuria. 2020. «Las mujeres que cambiaron la moda y el mundo». *Vogue*, 17 de junio. Acceso el 25 de abril de 2023. <https://www.vogue.es/moda/articulos/mujeres-cambiaron-mundo-disenadoras-fotografas>.
- Martínez Barreiro, Ana. 2004. «Moda y globalización. De la estética de clase al estilo subcultural». *Revista Internacional de Sociología* nº 39: 139 – 166. doi: <https://doi.org/10.3989/ris.2004.i39.266>.
- Martínez Barreiro, Ana. 1999. «La moda en las sociedades modernas». *Revista Papers: revista de sociología* nº 57: 157 - 158. doi: [10.5565/rev/papers/v57n0.1975](https://doi.org/10.5565/rev/papers/v57n0.1975).
- Martínez i Alberó, Miquel. 2017. «Vestido de Cristóbal Balenciaga ca. 1955». Conferencia del Modelo del Mes de Abril del Museo del traje de Madrid.
- Medina Cano, Federico. 2008. «La moda, el sentido del vestir y la posmodernidad». *Revista Iconofacto* nº 5: 11 – 26. doi: <http://hdl.handle.net/20.500.11912/7158>.

Mérida Jiménez, Rafael Manuel. 2002. *Sexualidades transgresoras. Una antología de estudios queer*. Barcelona: Icaria.

Montero P., Valentina. 2012. «Aportaciones feministas en la relación entre arte y tecnología». *Revista Aisthesis* nº 52: 425 – 447. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-71812012000200022>.

Muñoz Pérez, Laura. 2018. «Desde Schiaparelli hasta nuestros días. Entre el pasado y presente en términos de moda y surrealismo». *Revista Locvs Amoenvs* nº16: 297 – 320.

Nadur, Facundo. 2022. «Artification: la interacción entre moda y arte contemporáneo en el proceso de construcción de identidad marcaria. Estudio de caso: Kostüme». *Revista Cuaderno* nº 152: 19 – 51. doi: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi152.6677>.

Navarro Gaviño, Álvaro. 2021. «Sensibilidades queer en la exposición Camp: notes of fashion (2019). Una cita con Sontag en el Metropolitan Museum of Arts». *Revista Estudios LGTBIQ+ Comunicación y Cultura* nº 1: 53 – 65. doi: <https://doi.org/10.5209/eslg.76650>.

Nchama, Clara. 2013. «Conjunto Balenciaga París, 1965». Conferencia del Modelo del Mes de Noviembre del Museo del traje de Madrid.

Pardo Navarro, Bárbara. 2008. «La moda. Arte e influencia artística». Trabajo Fin de Máster. Universidad Politécnica de Valencia. <https://riunet.upv.es/handle/10251/13635>.

Pasalodos Salgado, Mercedes. 2007. «Algunas consideraciones sobre la moda en la Belle Époque». *Revista Indumenta* nº 0: 107 – 112.

Quinaya Ocampo, Diana Patricia. 2018. «La moda en la Historia». *Revista Oblicua* nº 12: 24 - 44.

Ramos Macías, María. 2015. «Instagrames y bloggers en la comunicación de moda del siglo XXI en España». Trabajo Fin de Grado. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/14176>.

Rey, Pia. 2020. «¡Ya era hora! La tecnología se pone al servicio de la moda sustentable». *Vogue*, 22 de diciembre. Acceso el 20 de marzo de 2023. <https://www.vogue.mx/sustentabilidad/articulo/tecnologia-para-una-industria-de-la-moda-sustentable>.

Riello, Giorgio. 2012. *Breve historia de la moda. Desde la Edad Media hasta la actualidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
[https://www.academia.edu/31464903/Desde la Edad Media hasta la actualidad Breve historia de la moda](https://www.academia.edu/31464903/Desde_la_Edad_Media_hasta_la_actualidad_Breve_historia_de_la_moda).

Riera Magraner, Juan Tomás. 2021. «Balenciaga. Mutación y metamorfosis de un genio». Trabajo Fin de Grado. Universidad Politécnica de Valencia.
<https://riunet.upv.es/handle/10251/186248>.

Rodríguez Sánchez, Mercedes. 2018. «El espíritu clásico como liberación del cuerpo y la mente de la mujer en el siglo XX». *Revista Diseño de moda: Teoría e historia de la indumentaria* n° 4: 41 – 54.

Suárez Medina, Lorena. 2016. «La moda en la Segunda Guerra Mundial». Trabajo Fin de Grado. Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
<https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/4086>.

Scofield, Marina. 2022. «Metaverso y moda: todo lo que debes saber, desde semanas de la moda virtuales a prendas de lujo NFT». *Harpers Bazaar*, 22 de enero. Acceso el 27 de marzo de 2023.
<https://www.harpersbazaar.com/es/moda/tendencias/a38817156/metaverso-que-es-moda-marcas-lujo-virtual/>.

Seeling, Charlotte. 2000. *Moda. El siglo de los diseñadores. 1900 – 1999*. Alemania: Editorial Konemann.

Squicciarino, Nicola. 1998. *El vestido habla. Consideraciones psico- sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid: Editorial Cátedra.
<https://historia1pensamiento2.files.wordpress.com/2020/03/el-vestido-habla-nicola-squicciarino-.pdf>.

Ugarte del Águila, María – José. 2020. «La indumentaria Genderless como una forma de comunicación de equidad de género entre los alumnos de la carrera de Diseño y Gestión en Moda de la UPC en Lima en la actualidad». Trabajo de investigación. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/655011>.

Valverde Martínez, Carlos. 2011. «Hacia una estética global mediatizada: de la moda al espectáculo». Trabajo Fin de Máster. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/13739/>.

Vaquero Argüelles, Isabel. 2007. «El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX». *Revista Indumenta* nº 0: 123 – 134.

Vázquez Parra, José Carlos. 2021. «Las olas del movimiento LGTBIQ+. Una propuesta desde la historiografía». *Revista Humanidades* nº2: 1 – 11. doi: <https://doi.org/10.15517/h.v11i2.47311>.