

Siglo XX · Segunda mitad

Después de la confusión causada por las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial en los años cincuenta, la sociedad entró en una era de consumo de masas en los sesenta. La dinámica de la producción masiva se podía ver en todos los sectores del mundo de la moda. Proliferaban las innovaciones tecnológicas, cuyo mejor ejemplo podría ser la exploración espacial, y ello aceleró el desarrollo de las fibras artificiales. Como resultado, apareció una indumentaria a precios razonables y de buena calidad que se llamó *prêt-à-porter* (ropa de confección). La alta costura, la autoridad de la moda aceptada hasta entonces, ya no parecía ofrecer diseños que se adaptaran al estilo de vida cotidiano y funcional de la nueva era de posguerra. Durante los años setenta, a medida que la estética social pasaba por una drástica transformación, hubo una demanda de ropa nueva para el gran público. El *prêt-à-porter* proponía una indumentaria para mujeres activas y trabajadoras, y llevó la moda a un nuevo nivel de popularidad. La moda de la calle también resultó ser una fuente importante de inspiración para la creación de *prêt-à-porter*.

A partir de los años setenta, el *prêt-à-porter* hizo posible que la industria de la moda se desarrollara y diversificara. Hacía tiempo que París era la capital de la moda y de una refinada artesanía, pero ahora otras ciudades entraron en ese círculo y se convirtieron en prósperos centros de nuevas tendencias propias. En los ochenta tuvo lugar una vuelta al estilo tradicional, pero en los noventa la gente empezó a reconsiderar el significado de la indumentaria y a buscar un sistema idealista para la industria de la moda del siglo XXI. A finales del siglo XX era posible ver, encargar y enviar ropa de moda a cualquier parte del mundo, instantáneamente, gracias a medios de comunicación como la televisión o Internet. Por consiguiente, la moda actual parece que se está dirigiendo hacia una uniformidad universal.

El resurgimiento de la alta costura parisina

La alta costura parisina se vio muy afectada durante la Segunda Guerra Mundial, pero empezó a revitalizarse cuando París fue liberada de la ocupación alemana en 1944. Aunque la guerra había terminado, reinaba la confusión y la gente parecía incapaz de disfrutar plenamente de la paz.

Christian Dior fue quien avivó el resurgimiento de la alta costura parisina. En febrero de 1947, la primera colección de Dior fue anunciada como "New Look", y determinó el rumbo que iba a tomar la moda en los años cincuenta. El "New Look" era un estilo nostálgico y elegante, caracterizado por hombros redondeados y un busto alto y realzado, con una diminuta y entallada cintura, una falda más bien larga y acampanada, guantes, sombrero y zapatos de tacón alto. Para confeccionar un vestido "New Look" se precisaban metros y metros de material. Para las mujeres, que se habían visto forzadas a vestir de una manera austera y sencilla durante la ocupación, esta ostentosa utilización de material confirmaba el hecho de que la guerra realmente había terminado. Durante los cincuenta, Dior presentó una serie consecutiva de nuevos diseños cada temporada y su producción tuvo un tremendo impacto en el mundo de la moda.

El español Cristóbal Balenciaga fue otro gran diseñador de la década de 1950. Balenciaga era uno de los pocos diseñadores que tenía experiencia práctica en las técnicas de confección, y buscaba la perfección en cada corte y cada costura. Sus diseños de líneas creativas, con un original espacio extra entre la prenda y el

cuerpo, y unos colores exquisitos, parecían obras de arte; por ello se le dio el nombre de "el maestro" de la alta costura. Además, como sus vestidos no precisaban ropa interior que moldeara el cuerpo, también eran famosos por su comodidad. Su traje de cuello redondo y el vestido suelto y sin cinturón, ligeramente entallado, de los años cincuenta, se convirtió en la base de las prendas femeninas durante la segunda mitad del siglo XX.

En 1954, Gabrielle (Coco) Chanel, que había dejado de trabajar durante la Segunda Guerra Mundial, regresó a la moda de forma espectacular. Tras la moda nostálgica de los años cincuenta, las mujeres empezaron de nuevo a buscar la comodidad en el vestir, y Chanel volvió a presentar el "traje Chanel", que era una versión perfeccionada de su traje chaqueta de punto de los años veinte. Con su estructura simple y funcional, los trajes Chanel tuvieron una aceptación mundial en los sesenta y acabaron por representar el estilo del moderno siglo XX; más adelante este mismo tipo de traje fue adoptado por el mercado internacional del *prêt-à-porter*.

Aunque la alta costura parisina estaba destinada a quedar aislada de las demandas de la emergente sociedad de consumo, siguió dando muchos diseñadores de talento en las décadas de 1950 y 1960. La gente llegó a apreciar de nuevo el valor de la alta costura tradicional, y compradores y periodistas de moda de todo el mundo se reunían en las exhibiciones que dos veces al año se celebraban en París, que volvió a convertirse en la capital mundial de la moda. La infraestructura económica de Francia resultó muy beneficiada por el establecimiento de un negocio de licencias para aprobar el copyright del *griffe* o ropa "de marca". Esto puso en marcha una obsesión por las marcas que sigue teniendo gran influencia sobre las mujeres de hoy en día. Además, la regulación de las ventas de patrones para ropa legalmente aprobados, conocidos como *toile*, y la potente industria del perfume, ayudaron a reforzar el mercado de la moda parisina.

El poder de la juventud

En los años sesenta la generación de los *baby boomers* había alcanzado la edad de diez años, y la era de la producción en masa y la sociedad de consumo estaba en pleno desarrollo. En 1961, la Unión Soviética lanzó con éxito la primera cápsula espacial tripulada y en 1963 el presidente John F. Kennedy fue asesinado. La revuelta estudiantil parisina tuvo lugar en mayo del 68 y la llegada del hombre a la Luna en 1969. En medio de tales acontecimientos, la joven generación buscó su propio y distintivo modo de expresión y la poderosa nueva cultura americana fue una elección obvia. Se podía oír la voz de la juventud en las letras de las canciones de grupos ingleses como The Beatles, y sus preocupaciones quedaban reflejadas por el movimiento cinematográfico francés de la *nouvelle vague*. También la moda se propuso expresar nuevas y atrevidas emociones.

Los jóvenes creyeron que mostrar su físico era la manera más efectiva de diferenciarse de las generaciones anteriores. En 1964, el diseñador americano Rudi Gernreich presentó un traje de baño sin la parte superior, el "monokini", que claramente representaba un nuevo concepto del cuerpo: la llamada "conciencia corporal". El vestido que dejaba a la vista las piernas hasta los muslos se llamó "mini", y resultó una manera más sencilla y práctica de expresar el mismo concepto. Las piernas desnudas de la moda femenina, que también pudieron verse en los años veinte, fueron pasando por varias etapas conceptuales en los sesenta. Marshall McLuhan insistió en que la ropa es una extensión de la piel, e Yves Klein expresó su pensamiento en su obra de arte *Anthropometry*. La diseñadora londinense Mary Quant también tuvo un papel importante a la hora de llevar la "mini" al mundo de la moda y recibir la aceptación como el estilo normal del siglo XX. Lo mismo se podría decir de los minivestidos de André Courrèges, exhibidos contra el poderoso telón de fondo de la alta costura parisina.

Antes de que se hubiera calmado la conmoción causada por la minifalda, el pantalón llegó al mundo de la moda femenina. Aunque el estilo *garçonne* de entreguerras había introducido una imagen andrógina con chaquetas sastreras como prendas de moda femenina, en esa época los pantalones se reservaban para la casa o la playa. En Estados Unidos, los pantalones vaqueros, originalmente creados como prenda de trabajo, se convirtieron en atuendo informal tanto para hombres como para mujeres en los años treinta. A continuación, tras la Segunda Guerra Mundial, los pantalones fueron aceptados como una prenda femenina informal. La tendencia influyó en la alta costura y cuando Courrèges presentó un conjunto pantalón como vestido de noche en el año 1964, el tabú que pesaba sobre esta prenda en la alta costura femenina cayó definitivamente. Los trajes pantalón se convirtieron en algo de lo que todo el mundo hablaba.

Los vestidos también causaron sensación. En su "Colección de la Era Espacial" de 1964, Pierre Cardin presentó diseños de vestidos futuristas de sencillas formas geométricas y realizados con materiales inorgánicos. Con su debut en la alta costura, en 1953, Pierre Cardin enterró la elegancia clásica de los años cincuenta, pero su indumentaria minimalista estaba más en sintonía con el *prêt-à-porter* que se impondría en breve. En 1959, Cardin presentó su línea de *prêt-à-porter* por primera vez como miembro de la *Chambre Syndicale*, el organismo regulador de la alta costura parisina. Desde su privilegiada posición, logró ser el pionero de un negocio de ropa de confección controlado por una firma de alta costura. Además, en 1960, irrumpió en el mundo de la moda masculina, que hasta entonces había sido dominio celosamente custodiado de los sastres, con un sistema que no había variado apenas desde la Revolución Francesa. Cardin, con gran astucia, anticipó la llegada de la tendencia unisex, un notable cambio en la sensibilidad social que desembocó en el movimiento hippie. Hacia finales de los sesenta, los hombres llevaban el pelo largo y vestían ropa de vivos colores, con encaje y adornos, con lo que este período se ganó el adecuado sobrenombre de "la revolución del pavo real"

Yves Saint Laurent, abanderado entre los jóvenes diseñadores, también era extremadamente sensible a las tendencias sociales. Se independizó de Dior en 1961 y cinco años más tarde abrió una boutique de *prêt-à-porter*, Saint Laurent Rive Gauche, con una línea de pantalones sastreros como moda urbana femenina. Los disturbios del mes de mayo del 68, que tuvieron un profundo impacto en los valores sociales franceses, también contribuyeron a la popularización del estilo pantalón. En otra maniobra en consonancia con los tiempos, Saint Laurent creó una manifiesta fusión de moda y arte con dos de sus modelos, el "Mondrian Look" de 1965 y el "Pop Art Look" de 1966.

Los nuevos materiales artificiales abrieron diversas posibilidades para una moda minimalista con los futuristas y sintéticos estilos de los sesenta. Aunque Elsa Schiaparelli había experimentado con tejidos de fibra artificial ya en los años treinta, sus intentos habían sido considerados excepciones de carácter radical. En el mundo de la alta costura, Paco Rabanne tuvo un espectacular debut en 1966 con un vestido confeccionado casi totalmente con plástico. Fue Rabanne quien por primera vez se alejó de forma sistemática de la idea de que sólo se podía utilizar tela para confeccionar prendas, y siguió adoptando metales y materiales no tejidos para la ropa.

La fiabilidad de las fibras artificiales, producidas en masa, respaldó el desarrollo de la industria del *prêt-à-porter*. En 1935, W. H. Carothers inventó el nylon (o nailon), la primera fibra artificial, en la DuPont Company de Estados Unidos. En 1940 la compañía lanzó las medias de nailon, que rápidamente alcanzaron una gran popularidad. Pronto le siguieron otras fibras artificiales para la confección. Imperial Chemical Industries (ICI) lanzó el poliéster al mercado en 1946 y DuPont creó el material elástico Lycra en 1958. Al principio las fibras artificiales eran consideradas un sustituto inagotable y barato de los costosos materiales naturales, pero a mediados del siglo xx los tejidos sintéticos empezaron a ser apreciados por sus diversas prestaciones y sus exclusivas texturas.

El auge de la ropa *prêt-à-porter* (de confección)

En la década de 1960, la alta costura todavía controlaba las tendencias del mundo de la moda, pero la era de la sociedad de consumo se estaba acercando con rapidez. El objetivo del *prêt-à-porter* era satisfacer las necesidades de un amplio mercado con artículos de calidad. La ropa de confección ya existía desde finales del siglo XIX, pero se consideraba de poco valor y no estaba muy bien hecha. En el siglo XX, con el avance de la cultura de masas y las fibras artificiales, el *prêt-à-porter* se ganó un respeto y contribuyó a popularizar la moda. En 1973 los diseñadores de *prêt-à-porter* empezaron a mostrar sus colecciones en París dos veces al año, siguiendo un programa similar al de la alta costura. Este tipo de colecciones se han venido celebrando en Milán y Nueva York desde mediados de los setenta, y Londres, Tokio y otras ciudades no tardaron en apuntarse a la tendencia. El sistema de moda establecido por Charles Frederick Worth a finales del siglo XIX, cuyo centro era París, sigue jugando un papel crucial hoy en día.

Diseñadores como Sonia Rykiel y Emmanuelle Khanh presentaron una indumentaria *prêt-à-porter* que era elegante y al mismo tiempo adecuada para la vida cotidiana. Otro influyente diseñador, Kenzo Takada, hizo su debut en París en 1970. Sus creaciones, realizadas con tejidos comunes para kimonos, aparecieron en la portada de *Elle*. Pronto se convirtió en defensor del *prêt-à-porter* y representó un aspecto contracultural de la era al centrarse en diseños cotidianos y distendidos y utilizando materiales japoneses de formas inusuales.

En los años setenta, como movimiento contrario a la moda futurista de los sesenta, las tendencias volvieron a un aspecto natural siguiendo la misma línea de los diseños de Takada. La moda hippie y *folk*, incluyendo el pantalón vaquero, prosperó. Los vaqueros, en particular, se convirtieron en símbolo de la prosperidad americana, de las estrellas de Hollywood y de la juventud rebelde. Espoleada por la guerra de Vietnam a finales de los sesenta, la gente empezó a rechazar el *establishment*. Los hippies no aceptaban la sociedad ni la moral tradicionales, y dirigieron la mirada hacia culturas y religiones extranjeras para encontrar inspiración e iluminación. Hombres y mujeres hippies llevaban el cabello largo, confeccionaban a mano su propia moda *folk* y preferían vestir desgastados pantalones vaqueros. Los jóvenes de todo el mundo siguieron sus pasos y desde manifestantes universitarios hasta cantantes de *folk*, con sus canciones protesta, todos vestían vaqueros y camiseta. Los diseñadores de París no se quedaron al margen de esta nueva tendencia y presentaron ropa folklórica y vaqueros rotos como artículos de moda. Con una popularidad sin precedentes, los vaqueros se confirmaron como uno de los ejemplos de ropa capaz de atravesar todo tipo de fronteras generacionales, de género, clase y nación.

En los años setenta, además del estilo naturalista de los hippies, las modas callejeras añadieron elementos esenciales a la imagen de la década. Yves Saint Laurent, en la década de 1950, cuando todavía estaba en la firma Dior, inició la tendencia, entonces escandalosa, de adoptar estilos de la calle para la alta moda: tomó prestada la imagen de los existencialistas parisinos que se reunían en los cafés. Las tendencias de la minifalda y los pantalones cortos también surgieron de la cultura urbana. La jerarquía del mundo de la moda, que colocaba la alta costura en la cúspide de la pirámide, empezaba a tambalearse. Desde esa época, las modas callejeras que visten punks, surfistas, patinadores urbanos y casi cualquiera que forme parte del mundo de la música o del deporte, han tenido una gran influencia sobre la imagen de finales del siglo XX.

El estilo *Power Dressing*

Hacia los años ochenta el mundo había alcanzado cierta estabilidad política y económica. Como consecuencia, la moda regresó a una imagen conservadora. En 1979, Margaret Thatcher fue elegida primer ministro del Reino Unido y la igualdad de sexos como objetivo moral fue ganando atención internacional. Las muje-

res, de repente activas en el mundo de los negocios profesionales e interesadas en mantener sus cuerpos físicamente a punto, vestían con un estilo que dio en llamarse *Power Dressing* (“vestuario con poder”), que de forma simultánea presentaba una imagen de clara autoridad y una femineidad con un pequeño toque sexual. Esta tendencia comprendía tanto elementos conservadores como el regreso a una moda “consciente del cuerpo” que recordaba la de los sesenta. Azzedine Alaïa lideró este estilo de los ochenta utilizando materiales elásticos de vanguardia. Las casas parisinas tradicionales como Chanel y Hermès volvieron a ganar una posición privilegiada en el mundo de la moda satisfaciendo las necesidades más conservadoras de la época.

Hacia los años setenta, la industria del *prêt-à-porter* arraigó en varios países. Milán, el centro de la moda italiana, se distinguió por anticiparse a las tendencias mediante una concienzuda investigación de mercado. Giorgio Armani diseñó ropa para hombres y mujeres ejecutivos, y produjo sofisticados trajes sastrero sin entretelas ni forro, y Gianni Versace atrajo la atención internacional hacia la moda italiana en la década de los ochenta con su lujosa y al mismo tiempo práctica “Indumentaria Real”. Ambos diseñadores consagraron prestigiosas marcas de la moda italiana.

Comparada con la indumentaria del siglo XIX, que en general tendía a ser voluminosa y ornamental, la del siglo XX pareció haberse quedado con lo imprescindible y “situarse” mucho más cerca del cuerpo. Así, por ejemplo, en el estilo “consciente del cuerpo” de los ochenta, prendas que anteriormente hubieran sido consideradas de uso interior empezaron a llevarse como prendas exteriores. Los diseñadores vanguardistas como Jean-Paul Gaultier, de la nueva ola parisina, o la británica Vivienne Westwood, transformaron la lencería tradicional, como el corsé y las ligas, en modernas prendas exteriores que intentaban expresar el dinamismo del cuerpo humano. La adopción de indumentaria tradicional como concepto que se invierte y se presenta como una creación moderna se puede describir como un enfoque posmoderno. Las tendencias de este estilo continuaron hasta bien avanzados los años noventa.

Diseño japonés

Gradualmente, Japón adoptó atuendos occidentales para uso cotidiano durante el período Meiji (1867–1912) y se montó en la ola de la moda internacional tras la Segunda Guerra Mundial. Con el exitoso debut de Kenzo Takada en París, en 1970, y respaldados por la prosperidad económica de la posguerra, los diseñadores japoneses finalmente consiguieron subir a las pasarelas de la moda internacional.

Issey Miyake llevó su primer pase de moda a Nueva York (1971) y a París (1973). Su significativo concepto de “un trozo de tela” subrayó la idea de una prenda plana, que es la estructura tradicional de la indumentaria japonesa. Miyake sostuvo que cubrir el cuerpo con una sola pieza de tejido crea un interesante *ma* (espacio) entre el cuerpo y la tela. Como la figura de cada persona es diferente, el *ma* es único en todos los casos, y ello crea una forma individual. El concepto difería radicalmente del que sostenían los occidentales. Hacia finales de los ochenta, Miyake diseñó una línea de innovadoras prendas plisadas. Para ello, el proceso habitual es primero crear los pliegues en el tejido y después confeccionar la prenda. Al invertir este proceso y plegar la prenda después de la fase de corte y confección, Miyake creó artículos nuevos que orgánicamente combinan materiales, formas y funcionalidad. Sus innovadoras creaciones se apoyan en la industria textil japonesa, cuyo punto fuerte es la ingeniería química, así como el tratamiento japonés tradicional de la indumentaria, que realza el propio material. En 1999, Miyake introdujo el “A-POC”, que proponía una ética totalmente nueva para el vestuario del futuro. Combinando moderna tecnología informática con métodos tradicionales de tejer el punto, creó prendas de talla única que se presentan como un tubo de punto. La persona que lo lleva corta las formas deseadas a partir de este tubo, consiguiendo con ello de forma automática una prenda hecha a medida.

En 1982, Rei Kawakubo y Yohji Yamamoto causaron un sorprendente impacto en el mundo de la moda occidental. Presentaron una ropa monocromática, rota y nada decorativa, que llevó el desalino a la moda para expresar intencionalmente un sentido de ausencia en lugar de existencia. Kawakubo, siempre insatisfecho con las ideas preconcebidas, ha seguido aceptando nuevos retos. Yamamoto, por el contrario, más acorde con los principios occidentales de la indumentaria, ha encontrado su sello personal sintetizando la confección europea con la sensibilidad japonesa. Por último, como miembro de la siguiente generación de diseñadores japoneses, Junya Watanabe ha producido ropa que utiliza un corte innovador y las características propias de las fibras artificiales.

Los creadores japoneses han influido de forma notable en el mundo de los jóvenes diseñadores de moda al expresar, consciente o inconscientemente, su sentido de la estética japonesa. Parte de la razón de su fuerte impacto sobre el mundo de la moda podría radicar en la sugerencia implícita que contienen sus obras acerca de que la indumentaria internacional puede proceder de otra cultura que no sea la occidental.

Diversificación de valores

El muro de Berlín cayó en 1989; la Unión Soviética fue disuelta en 1991. No hay duda de que los últimos años del siglo XX han sido testigos de cambios radicales en los sistemas sociales. También el mundo de la moda fue evolucionando hasta convertirse en una industria gigantesca, sorprendiendo al mundo con notables progresos gracias a las tecnologías de la comunicación, como la televisión e Internet. El apasionamiento por las marcas hizo que las personas reconocieran que la moda es algo más que meros objetos, ya que ofrece información por sí misma y sobre ella misma. Al mismo tiempo, el deterioro del medio ambiente global puso en cuestionamiento la cultura material del sistema de la moda. Como respuesta, se puso atención en la ropa usada, reciclada o recompuesta, así como en las prendas de alta costura que no han sido producidas en masa. Por ejemplo, el belga Martin Margiela, que debutó en París en 1989, recicló sus propias creaciones y repetidamente presentó las mismas prendas en diversos certámenes. Su enfoque expresaba una objeción a un sistema de moda que continuamente crea cosas nuevas y descarta las viejas. Su propuesta de reciclar fue muy aplaudida en los años noventa.

Hacia finales del siglo XX, en directa oposición a las postrimerías del siglo anterior, la ropa había sido despojada prácticamente de todo hasta llegar al cuerpo desnudo. En lugar de centrarse entonces en prendas simplificadas, la moda empezó a considerar el cuerpo humano como el objeto a “llevar”. Las antiguas artes de decoración corporal, como el maquillaje, tatuaje y *piercing*, reaparecieron como la última tendencia de moda, tanto masculina como femenina, a finales del siglo XX.

Que la moda parezca repetir ciertos estilos es algo inevitable, ya que la forma del cuerpo humano limita las opciones. No obstante, el resurgimiento de antiguos estilos tiene que ser considerado cada vez como una expresión completamente nueva del momento actual, ya que surge de un contexto social diferente.

El Instituto de la Indumentaria de Kyoto (KCI) ha intentado revelar las circunstancias y preocupaciones sociales prevalentes en la historia mediante el estudio de la indumentaria, que representa la cultura y el aspecto estético de aquella. Ha transcurrido un cuarto de siglo desde que el KCI lanzó sus colecciones e inició sus investigaciones sobre la indumentaria occidental. Gracias al vestuario, cada escena de la historia de la humanidad —la lujosa cultura de la corte, el despertar de la sociedad moderna, la evolución hacia la sociedad de consumo— queda representada de forma clara y tangible. Estamos seguros de que en el siglo XXI las personas seguirán expresando nuevas formas de la ética de la belleza mediante la indumentaria.

Rie Nii, directora auxiliar del Instituto de la Indumentaria de Kyoto