

hay hombres con el bagaje completo de accesorios. Eso es una cosa gay.³⁵

“Para los hombres, por supuesto, el dandi es uno de los estilos *queer* por excelencia: el legado de Oscar Wilde”, dice John Bartlett:

Y en el otro extremo del espectro, el clon, una emulación e imitación visual de los uniformes “machos” occidentales. En la indumentaria masculina, el dandi y el clon son inspiraciones constantes, a veces simultáneas. El estilo *queer* también prevalece en los estilos transgresores del género que han adoptado artistas como Annie Lennox, Klaus Nomi y Leigh Bowery. El porte lésbico y transgresor de género que caracteriza a las mujeres modernas sigue infundiendo el juego masculino-femenino de la moda, continuamente minado por diseñadores [tanto] hetero [como] gay.³⁶

No hay evidencia de que exista un “gen gay” para la moda o la creatividad. Si los aportes de las personas *queer* a la moda son desproporcionados, las razones están profundamente sobredeterminadas por nuestras complejas percepciones de la moda y de la sexualidad. Pero hay algo que está muy claro: no puede haber una comprensión cabal de la moda que no dé cuenta de las contribuciones creativas que han legado, tanto en calidad de individuos como de colectivo, las sucesivas generaciones de personas LGBTQ.

15. MODA, MUERTE Y TIEMPO

“Fashion, Death and Time” (2008), en Valerie Steele y Jennifer Park, *Gothic. Dark Glamour*, New Haven, Yale University Press en asociación con el Fashion Institute of Technology, pp. 65-112.

MODA: Soy la Moda, tu hermana.

MUERTE: ¿Mi hermana?

MODA: Sí, ¿o acaso no recuerdas que ambas somos hijas de la Caducidad?

Giacomo Leopardi, “Diálogo entre la Moda y la Muerte” (1842)

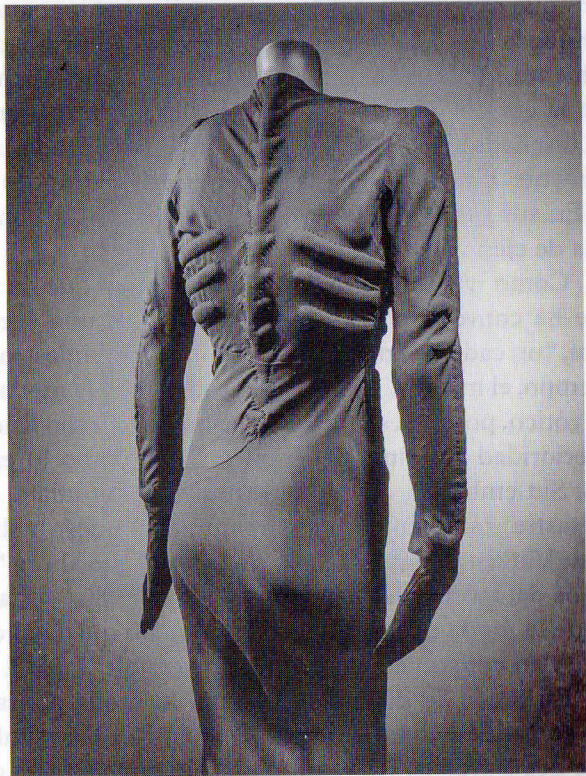
La asociación entre moda y muerte es un elemento central del estilo gótico, pero la muerte está aliada a la moda en un sentido más general. “La moda debe morir, y morir sin demora, para que pueda empezar a vivir”, declaró Coco Chanel. “Cuanto más efímera es una moda, más perfecta es. No se puede proteger lo que ya está muerto”. Su amigo, el poeta Jean Cocteau, bromeaba: “A la moda hay que perdonarle todo, porque la pobre muere tan joven...”. Otro amigo de Chanel, el diplomático Paul Morand, quien la ayudó a articular su filosofía de la moda, trazó una comparación explícita entre la moda y Némesis, la diosa de la destrucción (Morand, 1976: 137, 141). El impulso destructivo de la moda gira en torno al cambio: lo que se usaba ayer ya no se usa hoy. Aunque la moda es la medida moderna del tiempo, también está dotada de una existencia ajena al ciclo orgánico del nacimiento, la muerte y la caducidad. Por mucho que el cuerpo humano envejezca y muera, la moda, mediante la celebración de la novedad y el artificio, promete renovación estacional y eterna juventud.

“La moda se burla de la muerte” –observó el filósofo Walter Benjamin– porque el tiempo de la moda es el tiempo

del ahora (*Jetztzeit*). Y sin embargo, la muerte habita en el corazón de la moda, porque, a diferencia del cuerpo que vive y muere, la moda no está ni viva ni muerta. De acuerdo con Benjamin, la esencia de la moda es el fetichismo, porque el *sex appeal* deriva de lo inorgánico (vestimenta, joyas). Hasta el rostro está cubierto de cosméticos. Como resultado –sostiene Benjamin–, la persona viva deviene en una suerte de maniquí, “un cadáver engalanado” (cit. en Buck-Morss, 1991: 99, 101). Tal como el vampiro, la moda es una muerta viva. Esto no equivale a decir que Chanel fuera una diseñadora gótica, sino simplemente que estaba al tanto del parentesco entre la muerte y la moda. Chanel era una diseñadora modernista: por supuesto que creía en la función “idealizadora” de la moda. Sin embargo, la moda puede concebirse de otras maneras.

Ya en 1938, la archirrival de Chanel, Elsa Schiaparelli, había colaborado con Salvador Dalí en el diseño del vestido esqueleto (fig. 56). Este modelo para cena, de rayón negro y con un motivo de huesos delineados en trapunto, se inspiró en el fenómeno circense del hombre esquelético. Los bocetos indican que el concepto original fue de Dalí. Schiaparelli lo presentó en París como parte de su colección “Circus”, el 4 de febrero de 1938, en concurrencia con la Exposición Internacional de Surrealismo. Los accesorios del vestido esqueleto eran un sombrero en forma de caracol y un largo velo negro estilo “tienda de circo”. En otra colaboración de Schiaparelli con Dalí para la colección “Circus”, el vestido de lágrimas, la técnica del trampantojo o *trompe l'oeil* creaba la ilusión de que la tela estaba desgarrada (Blum, 2003: 175). Ambos vestidos, entonces, interrogaban la relación entre el cuerpo y la vestimenta, la superficie y la profundidad: una ropa que no es una mera segunda piel, sino una piel arrancada.

Durante alrededor de cien años, desde la era de Worth, a mediados del siglo XIX, hasta el auge de Yves Saint Laurent, en la década de 1970, los diseñadores de moda buscaron posicionarse como artistas creadores de obras singulares que aspiraban a cierto ideal de belleza. Este fue sin duda un rasgo de los diseñadores modernistas, como Chanel y Schiaparelli, por muy grandes que fueran sus diferencias en otros aspectos. Después, a fines del siglo XX, la moda alcanzó un nuevo estadio, que irrumpió espectacularmente en 1981 con las colecciones parisinas de Comme des Garçons (al mando de Rei Kawakubo) y Yohji Yamamoto. Las prendas que



56. Elsa Schiaparelli, vestido esqueleto, 1938. Victoria and Albert Museum, Londres.

© V&A Images

integraban estas colecciones radicales eran de aplastante color negro o añil, demasiado grandes, asimétricas y parecían “dañadas”. Los periodistas occidentales se horrorizaron ante lo que percibían como una moda alegórica de la mortalidad, la decadencia y el duelo. Sin embargo, lejos de significar la muerte, las colecciones de Comme des Garçons y Yamamoto ayudaron a acabar con el dominio de la muerte sobre la moda. He ahí, al menos, la intrigante hipótesis de la académica alemana Barbara Vinken. La moda siempre “trató de negar la muerte”, sostiene Vinken, “pero ahora nos enseña a vivir bellamente con la muerte. A través de la moda, uno se prueba su propia mortalidad, [en un acto que deja al descubierto] la irreductible individualidad de cada persona ante la muerte”. En su difícil pero fascinante conferencia, “La moda, arte de morir, arte de vivir” (2007), Vinken abrevó en filósofos de un

espectro que abarca desde Hegel hasta Benjamin, para argumentar que la moda, al igual que el arte, ha evolucionado dialécticamente. Así como otros han sugerido que Warhol dio inicio a la era del arte después del arte, Vinken sostiene que ciertos diseñadores contemporáneos han inaugurado un tipo radicalmente nuevo de moda autorreflexiva después de la moda. En sus propias palabras, “la moda actual deconstruye la moda de cien años”.

Como ya señalamos, Benjamin dijo que la moda siempre ha convertido a la mujer viviente en una suerte de maniquí, “un cadáver engalanado”. Ícono de lo siniestro desde hace tiempo, el maniquí es tan significativo para la moda como para el gótico, porque es una abstracción del cuerpo físico con “la exterioridad sin alma del muñeco”, tal como lo expresa Vinken. Sin embargo, el maniquí (muñeco, autómatas, armazón de sastre) también desempeña un papel nuevo y distinto en lo que Vinken denomina “posmoda”, porque ahora “todos los trucos del modisto se exponen a la luz del día”. “La fascinación de la moda por el muñeco inanimado queda al descubierto... y en consecuencia se vuelve reversible” (*ibid.*).

En lugar de disimular su arte, la moda ahora hace gala de su artificialidad. Consideremos a Rei Kawakubo, de Comme des Garçons. Kawakubo no solo pone en tela de juicio la construcción social de la mujer como el sexo bello, sino que además interroga la idea de la moda en su totalidad. La moda ha dejado de ser una superficie falsa que procura crear la impresión de una muñeca naturalmente hermosa, para ejemplificar, en cambio, un nuevo tipo de encarnación. En su ostensible búsqueda de un ideal alternativo de belleza, Kawakubo desnaturaliza todas nuestras presunciones. El volumen del vestido puede comprimirse o estirarse, o distorsionarse de cualquier otra manera, porque las formas mutables implican cuerpos imposibles. Por ejemplo, la famosa colección “Dress becomes Body becomes Dress” (‘Vestido deviene cuerpo deviene vestido’), presentada por Comme des Garçons en 1997, fue objeto de duras críticas en los medios hegemónicos, a título de que las prendas “deformaban” a las usuarias (fig. 57). La agobiante negrura de la moda vanguardista japonesa también marcó un punto de inflexión. La mayor parte de la prensa occidental especializada tachó el porte de feo y deprimente. El *Women’s Wear Daily* lo denominó “look mendiga de Hiroshima” (cit. en Kondo, 1997: 66, 68). Hasta los japoneses tildaban de “cuervos” a quienes vestían

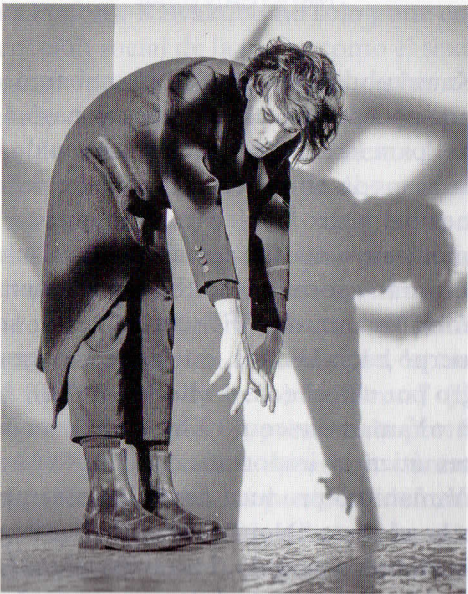


57. Modelo desfila la línea Ready-to-Wear de Comme des Garçons, primavera de 1997, colección “Bumps”, diseñada por Rei Kawakubo. Foto © Guy Marineau/Conde Nast via Getty Images

la ropa de Kawakubo y Yamamoto. Sin embargo, en el transcurso de unos pocos años, el color negro pasó a ser un elemento central para la escena artística urbana de vanguardia, y luego para la moda en general. Pero cabe señalar que las connotaciones del negro habían experimentado un drástico golpe de timón, cuyo rumbo las alejó de la “elegancia” en una dirección más apocalíptica. “El espíritu samurái es negro”, dijo Yohji Yamamoto. “El samurái debe ser capaz de arrojar su cuerpo hacia la nada, que tiene la negrura por imagen y el negro por color” (cit. en Koren, 1984). A lo largo de los años, tanto Yamamoto como Kawakubo han destacado de manera sistemática la importancia del color negro en sus creaciones. Yamamoto produce desde hace tiempo una línea de ropa con la etiqueta “Noir” y también sacó una línea gótica durante un breve período. La revista *Dazed & Confused* (agosto de 2007) destacó los elementos góticos de sus diseños en un dossier fotográfico de moda, cuya estilista convirtió a los modelos en una suerte de vampiros neovictorianos y cuasipunks (figs. 58 y 59).



58. *Dazed & Confused*, agosto de 2007. Prendas de Yohji Yamamoto, botas Dr. Martens para Yohji Yamamoto, estilismo de Katie Shillingford. Foto © Neil Francis Dawson.



59. *Dazed & Confused*, agosto de 2007. Prendas de Yohji Yamamoto, botas Dr. Martens para Yohji Yamamoto, estilismo de Katie Shillingford. Foto © Neil Francis Dawson.

El papel que desempeñan el fotógrafo y el estilista en la creación de las imágenes góticas es clave para comprender el fenómeno de la moda gótica. Si bien las revistas hegemónicas del ambiente, como *Vogue* y *Elle*, fueron lentas de reflejos para decidirse a explorar los temas góticos, por entonces existían otras publicaciones periódicas, como *Dazed & Confused*, *i-D* y *The Face*, que se dirigían a un público joven, interesado en la música y en los estilos de la calle. Los dossieres fotográficos de moda gótica aparecieron en estos medios alternativos hacia mediados de los años ochenta. Entre los primeros dossieres se destacaron dos de la revista *The Face*, un mensuario inglés de estilo y cultura popular: "Apparitions" (diciembre de 1984) y "Veiled Threats" (enero de 1985) (figs. 60 y 61). Ambos fueron fotografiados por Andrew Macpherson, con estilismo de Amanda Harlech. En "Apparitions" ("Apariciones"), Macpherson retrató a bellas jóvenes andróginas en varias escenas oníricas de ambientación fantasmagórica. La ropa de las modelos era del joven diseñador británico Scott Crolla. Eran prendas de un vago aire decimonónico, acompañadas de diáfnas telas y piezas antiguas a modo de accesorios. El texto editorial hacía referencia a una "etérea sensación de encantamiento" asociada a "tiempos distantes" y a "la imaginación gótica de Edgar Allan Poe". Las subculturas de referencia eran el movimiento New



60. "Apparitions", *The Face*, diciembre de 1984. Estilismo de Amanda Harlech. Foto © Andrew Macpherson.



61. "Apparitions", *The Face*, diciembre de 1984. Estilismo de Amanda Harlech. Foto © Andrew Macpherson.

1
"Apparitions", *The Face*,
diciembre de 1984, pp.
84-87; "Veiled Threats",
The Face, enero de 1985.

2
"She's in Parties", *The
Face*, marzo de 1995,
pp. 78-83.

Romantic (una de las figuras evoca a un dandi *à la* Byron) y/o la subcultura gótica (*goth*), ambas en declive por entonces. La serie "Veiled Threats" ('Amenazas veladas') exhibió una indumentaria más suntuosa de varios diseñadores, incluidos John Galliano y Jean-Paul Gaultier. El texto editorial instaba a trascender la "cacería" de "reliquias polvorientas en una cultura de museos que amontonan artefactos ajados del ocaso europeo y el lirismo anglosajón", para descubrir:

el secreto de reinventar el estilo deslucido de la opulencia y las riquezas exhaustas. Eludan el chic desapegado de las naciones modernas [...] abran la puerta a la personalización, no a la nostalgia. Háganlo a su manera: progresen de acuerdo con sus propias condiciones, fin de nada [...] sigan adelante.¹

En su influyente análisis de estos dosieres fotográficos, Paul Jobling sugiere que "el chic retro y el interés por el siglo XIX, tan patentes en ambos, también encontraban un paralelismo ideológico en la apelación patriótica de la primera ministra Margaret Thatcher a los valores victorianos". Sin embargo, "la retórica visual y verbal" de estos dosieres es "compleja e irónica"; y especialmente el texto de "Veiled Threats" —sugiere Jobling— funciona como una "metáfora que cifra la oposición de la cultura juvenil al dogma político dominante del thatcherismo" (1999: 43-45). La glamorosa moda historicista podía ser subversiva en lugar de nostálgica.

Hacia mediados de los años noventa, con el resurgimiento de los temas góticos en muchos medios, las revistas británicas de estilo comenzaron a publicar dosieres de moda que aludían al género. "She's in Parties" ('Ella está en fiestas') —el título cita una canción de Bauhaus— fue una serie fotográfica de David Sims para *The Face* (marzo de 1995). Un epígrafe sintetizaba el estilo como "la joven Madonna se encuentra con el melodrama gótico". Las prendas en sí eran vestiditos negros bastante convencionales de diseñadores como Valentino, además de camisetas y jeans, pero la estilista Nancy Rhodes las había combinado con accesorios típicos de los años ochenta, como los guantes de encaje negro. Cabe señalar que solo una de las fotografías intentaba reflejar la ambientación gótica, con el mero recurso de situar a la modelo frente a una iglesia del Renacimiento gótico, flanqueada por una enorme cruz de piedra.²

Un año más tarde, la fotógrafa Martina Hoogland Ivanow y el estilista Alister Mackie colaboraron en el dossier

"Neverland" ('País del Nunca Jamás') para la revista *Dazed & Confused*. En una de las imágenes, la modelo está sentada en un banco, con las piernas recogidas y los tobillos inmovilizados por medio de una gruesa correa de cuero. Pero la vulnerabilidad de esta situación es debatible si se tienen en cuenta los colmillos de vampiro enchapados en oro que asoman de su boca, una obra de la joyera Naomi Filmer para el diseñador vanguardista Hussein Chalayan.

"Somos espíritus en un mundo material", declara el epígrafe de otro dossier, "The Unexplained" ('Lo inexplicado'), que también apareció en *The Face* (marzo de 1999). El fotógrafo Lee Jenkins y la estilista Joanna Thaw situaron a las modelos ataviadas con fantasmagóricas prendas blancas en una tenebrosa casa con cuerpos que levitan y *poltergeists* que siembran el caos. Las modas de diseñadores vanguardistas, como Jurgi Persoons, Alexander McQueen, Martin Margiela y la casa Balenciaga, se combinan con objetos hallados en el mercado de Portobello y en la Galería de Trajes y Textiles Antiguos, ambos en Londres.

El dossier "Taste of Arsenic" ('Sabor a arsénico') se internó en un territorio inexplorado que abriría nuevos caminos. Cuando los editores de *The Face* convocaron al joven fotógrafo Sean Ellis, le ofrecieron la posibilidad de elegir al estilista. Ellis propuso a Isabella Blow, porque creyó que sería interesante publicar el trabajo de una profesional asociada a un medio como *Vogue* en una revista sobre estilos "de la calle". Y la colaboración resultó fructífera. "Taste of Arsenic" salió en octubre de 1996 y causó sensación de inmediato. "Poco después me llamó Anna Wintour y me encargó algo para *Vogue*", recuerda Ellis. "Yo no me identificaba conscientemente con la fotografía 'gótica', pero seis meses más tarde se produjo un gran resurgimiento gótico y los medios rotulaban mi trabajo de gótico". El dossier de Ellis y Blow presenta a tres jovencitas enfundadas en corsetería de alta costura, una escena que aludía tácitamente a la restricción física y la explotación sexual. Una de las imágenes, por ejemplo, toma desde un ángulo ligeramente bajo a una chica vestida con un peculiar conjunto que consiste en: un corsé victoriano de sa-tén, realizado por el famoso corsetero y "corsetista" Mr. Pearl; un bolero bordado sin mangas, de Hussein Chalayan; *stiletos* plateados de Manolo Blahnik, y una falda minúscula de Deborah Milner, hecha con dos escasas ristas de negativos fotográficos que la joven se levanta por ambos costados.

3
Mientras que corse
(‘corsetista’) alude
persona que hace
corset, tight-lace
traducido como
(‘corsetista’) remit
quien ejerce la pr
del ajuste de cor
[N. de la T.]

Con el rostro cubierto por una espectral base blanca, aureolas oscuras en torno a los ojos, el cabello desquiciado, los labios de color carmesí y la boca abierta al máximo en una suerte de grito mudo, la modelo parece una marioneta gótica aterrorizada. Ellis recuerda que Isabella Blow encargó esa falda especialmente para la sesión fotográfica, “como un guiño a mi anhelo de ser cineasta. Yo le dije que quería tomar las fotos fijas de una película que no habíamos hecho, e Isabella replicó: ‘Hagamos una película con la ropa’”.

Aún más célebre es el dossier “The Clinic” (‘La clínica’), otra brillante colaboración de Sean Ellis e Isabella Blow para *The Face* (marzo de 1997). Las fotografías están ambientadas en un ominoso paisaje de paredes con azulejos e instalaciones sanitarias, que evoca un sombrío hospital psiquiátrico. “Bienvenida. Te arrancaremos el alma a pedazos”, advierte el epígrafe de la carátula –en alusión a una letra de la banda norteamericana Leviathan– sobre el fondo de una imagen donde se ciernen sombras agoreras. En una de las fotografías más difundidas, un personaje con joyas faciales de Shaun Leane para Alexander McQueen se dispone a efectuar una suerte de incisión vampírica en el cuello que le ofrece su extasiada víctima. Otra toma retrata a una espeluznante criatura deforme, reflejada en un picaporte y ataviada con el notorio vestido *Distorsión*, de Comme des Garçons.

Una tercera fotografía muestra a una mujer en contraluz, que parece colgar de unos hilos a la manera de un maniquí desvencijado o una víctima de tortura. La composición de las imágenes “salió de la ropa”, dice Ellis. Por ejemplo:

la chaqueta de Hussein tenía unos hilos colgantes; por eso decidimos fotografiar a la modelo suspendida de los hilos. Muchas de las prendas eran de Alexander McQueen y Hussein Chalayan, con diseños muy provocadores, crispados... que coincidían con mi manera de ver la fotografía de moda.

“Yo aspiraba a hacer una fotografía de moda más cinematográfica y mucho más sombría” que la existente, recuerda Sean Ellis. “Por entonces estaba en boga el *chic* heroinómano, con fotógrafos como Corinne Day y Juergen Teller, que retrataban a modelos glamorosas, como Kate Moss, caracterizadas como drogadictas. Yo recién me iniciaba en la fotografía de moda y no me sentía atraído por ese estilo. Lo que me inspiraba era el cine, en especial las películas de terror de los años ochenta. Quería crear escenas oscuras, con

temática de vampiros y cierta connotación violenta”.⁴ Una de las fotografías que resultó de este proyecto fue producto del trabajo conjunto con la estilista Isabella Blow, pero esta vez para otra publicación de moda, la revista europea de vanguardia *Dutch*. La fotografía retrata a un personaje ominoso, que es una mujer pero parece un androide de sexo indeterminable. Con un vestido negro de Alexander McQueen y una especie de casquete negro en la cabeza, la modelo que representa al personaje muestra un puño en alto, guarnecido de una joya macabra que realizó Sarah Harmanee para la colección otoño/invierno 1997-1998 de Alexander McQueen, “It’s a Jungle Out There” (‘Ahí afuera hay una jungla’). La joya de Harmanee consta de dos cuernos animales en montura de plata, que se extienden hacia arriba a partir de dos dedos y se acoplan a una barroca pieza de plata labrada, adjunta al dorso de la mano y sujeta con tiras de cuero que se entrecruzan a lo largo del brazo. Para ser más exactos, los cuernos están calzados sobre el índice y el meñique de la modelo, que además son los únicos dedos extendidos: el gesto característico que evoca los cuernos del diablo. El efecto es a la vez exquisitamente bello y feroz, e implícitamente violento y maligno. Los ojos de la modelo, inmersos en una espesa sombra oscura, clavan la mirada en el espectador con una peculiar expresión siniestra, que Ellis consiguió mediante unos lentes de contacto espejados. La modelo “no veía nada”, cuenta el fotógrafo, pero los lentes “le conferían la imagen ‘alienesca’” que buscaba él. “Yo quería hacer todo con la cámara”, sin efectos digitales posteriores, aclara Ellis. “Quería imágenes fuertes, violentas”. Aunque los medios lo catalogaban de artista *goth*, para él:

la palabra ‘gótico’ significaba una bandita de adolescentes vestidos de negro y con la cara pintada de blanco. A mí eso nunca me atrajo. La moda gótica era otra cosa. Yo siempre vi lo mío como terror gótico, algo así como una vibra de horror a lo Edgar Allan Poe.

En la constelación de las convenciones góticas, el miedo a la muerte suele transformarse en una especie de horror cargado de sexo. La muerte y la caducidad adquieren rasgos estéticos y eróticos. No solo se desdibuja la frontera entre la vida y la muerte; también hay una concepción transgresora del sexo y el género. Las neosexualidades, como la ingesta de sangre, pueden sustituir a la normativa del coito. En con-

4 Sean Ellis, entrevista a la autora, 3 de diciembre de 2007. Todas las fotografías restantes de Ellis provienen de esta entrevista.

Este texto fue publicado dos años antes de la muerte de McQueen. Decidimos mantener el uso del tiempo presente para preservar el sentido de la edición original en inglés. [N. del E.]

traste con el grueso de la moda contemporánea, que explota las fantasías sexuales, la moda gótica coloca un énfasis mucho mayor en la “perversión” y la “decadencia”. El atuendo gótico puede incluir componentes desarticulados o parcialmente destruidos, con jirones que cuelgan del cuerpo a la manera de la carne putrefacta que se desprende de un esqueleto. En la moda convencional, la deconstrucción suele interpretarse intelectualmente como un experimento incruento del diseñador en la construcción de la ropa. En el contexto gótico, en cambio, la moda “destrucción” alude a la alquimia infernal de un científico loco, como en el caso de “Eclat/Dissect”, la notoria colección que creó Alexander McQueen en 1997-1998 para la alta costura de Givenchy. Las monstruosas y transgresoras visiones del cuerpo gótico aúnan lo humano con lo inhumano, lo vivo con lo que muere sin morir, en un matrimonio de lo grotesco con lo bello. La moda gótica, entonces, rechaza explícitamente la belleza “natural” o “normal” para adoptar una visión alternativa de belleza atroz, desmesurada, artificial y (a veces) sexualmente fetichista. Lo masculino y lo femenino abren paso a los híbridos andróginos, mientras los seres humanos se fusionan con animales o máquinas. En la moda gótica siempre hay algo chocante, violento, excesivo o demencialmente fantástico.

Las imágenes escabrosas de las “supersticiones” medievales siempre cautivaron la sensibilidad gótica. La Edad Media se caracterizó por un temor generalizado a las ciencias ocultas, la brujería, las herejías y el satanismo. La ferviente devoción religiosa de la época fácilmente viraba en fanatismo. La Peste Negra engendró una exuberante imaginería macabra, poblada de esqueletos y cadáveres putrefactos. Esos temas ejercieron una atracción perversa en generaciones nacidas varios siglos después, desde los decadentistas finiseculares hasta los góticos modernos. La iconografía religiosa medieval –en particular la imaginería del *memento mori*– ha aflorado en numerosos desfiles de moda. Los hábitos de sacerdotes y monjas también inspiraron modas contemporáneas, debido a su peculiar aptitud para evocar a la vez la espiritualidad y la blasfemia, el ascetismo y la perversión sexual.

Me atrevo a decir que Alexander McQueen es la figura cumbre entre los diseñadores de moda gótica contemporánea.⁵ Su colección “Joan”, por ejemplo, se inspiró en la figura de Juana de Arco, pero no en la Juana santa ni en la

patriota francesa, sino en la que ardió en la hoguera por hereje, una historia que tocaba una fibra sensible de McQueen, dada su identificación con un grupo de marginados contemporáneos como los homosexuales. La colección “What a Merry-Go-Round” (“Cómo gira el carrusel”), del otoño/invierno 2001-2002, incorporó sin ambages la iconografía medieval de la Muerte como esqueleto que atrapa a la mujer vestida a la moda en pleno paseo. Otras de sus colecciones también han abundado en iconografía religiosa medieval, así como en su anverso, la iconografía de la brujería y el satanismo.

Algunos colaboradores de McQueen han contribuido significativamente a plasmar su visión gótica. El joyero Shaun Leane, por ejemplo, elaboró notables piezas de *memento mori* para el diseñador a lo largo de los años, como un corsé-costillar de plata, un tocado de calavera de águila y pendientes realizados con garras de aves (fig. 62). Simon Costin le había hecho un collar *memento mori* ya en 1986, con azabache victo-



62. Tocado de calavera de águila con gemas de plata, cuarzo y signity, hecho por Shaun Leane para Alexander McQueen, otoño/invierno 2006-2007. Foto © Chris Moore. Gentileza de Catwalking.com

riano dañado, diamantes falsos, cuentas de madera, calaveras de conejo y garras de cóndor. También contribuyó con sus bocetos a la visión de McQueen para la colección “Eclect/Dissect” de 1997.

El maestro de la representación teatral en el mundo de la moda, John Galliano, ha abrevado con frecuencia en los temas góticos. Su colección primavera/verano 2006 para la alta costura de Christian Dior, por ejemplo, abundó en maquillaje espectral, vestidos rojo sangre y cruces gigantes (fig. 63). Galliano también se ha inspirado en imágenes medievales de la *danse macabre* que representan a la muerte con esqueletos. Cuando le pregunté qué significaba el gótico para él, Galliano me respondió que la mujer gótica es:

oscura, vampírica, misteriosa, peligrosa: es provocadora e im-
pasible. La chica gótica teje su tela, esconde su aguijón, se ins-
pira en la magia negra y el vudú [...]. Es la que abre la caja de



63. John Galliano, diseño para la colección de alta costura de Christian Dior, primavera/verano 2006.
© Giovanni Giannoni/Penske Media/Shutterstock.

Pandora... ¡y al diablo con las consecuencias! Es tentadora, es la complicación que llega al final del día, vestida de penumbra nocturna.⁶

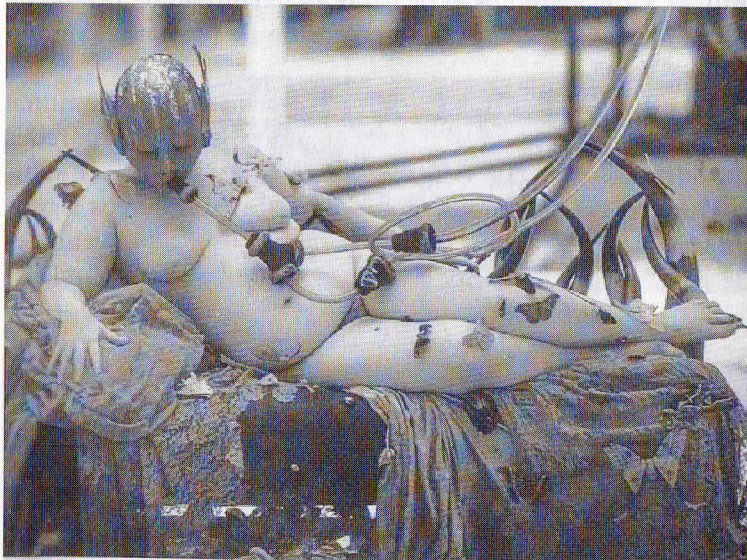
En los relatos góticos, la ambientación arquitectónica suele simbolizar la mente humana, “la psicología plasmada en piedra”. Según el académico Chris Baldick, una obra gótica “debe combinar la sensación angustiosa de lo heredado en el tiempo, con la claustrofobia del encierro en el espacio: dos dimensiones que se potencian mutuamente en una impresión nauseabunda de estar deslizándose hacia la desintegración” (1992: xix-xx). Si se piensa la moda como una suerte de “arquitectura íntima”, es esperable que las modas góticas manifiesten características similares de confinamiento, ambigüedad y desintegración. Lo cierto es que esto se ve cada tanto, especialmente en la escenificación de las colecciones góticas. Consideremos el brillante (y perturbador) desfile de Alexander McQueen para su colección de primavera/verano 2001, “Voss”.

El público estaba sentado en torno a un descomunal cubo de espejos, que después se metamorfosearon en paredes de vidrio (fig. 64). En esa “escenografía de asilo para lunáticos” ingresaron las modelos. “Al principio, los únicos signos de trastorno mental eran las cabezas cubiertas con vendajes de gasa”, relató la periodista de moda Suzy Menkes. “Des-



64. Desfile de la colección “Voss”, de Alexander McQueen, primavera/verano 2001. Londres, 26 de septiembre de 2000. Foto © Chris Moore.

pués llegaron las ráfagas de risa maníaca, las manos que arañaban los vidrios de la celda [...]. Y todo el tiempo se oía el aleteo fantasmal de la caja cerrada que estaba en el centro. Finalmente se abrieron las paredes de la caja para soltar un enjambre de polillas gigantes”... en torno a la grotesca figura desnuda de una mujer obesa (fig. 65). Como un artista, McQueen exploró algunos de los temas presentes en la muestra “Apocalypse: Beauty and Horror”, que tuvo lugar esa temporada en la Royal Academy of Arts de Londres. Aunque Menkes aclamó el “magnífico” desfile de “ropa deslumbrante”, también sintió la necesidad de preguntar: “¿Hasta dónde debe hurgar un diseñador en el espejo de nuestras vanidades para explorar los oscuros horrores que acechan detrás de una apariencia inmaculada?”⁷



65. Michelle Olley desfilando para Alexander McQueen, colección “Voss”, primavera/verano 2001. Londres, 26 de septiembre de 2000. Foto © Chris Moore.

El asilo espejado de McQueen nos recuerda que la moda, como fenómeno, se apuntala inevitablemente en la superficie, el espectáculo y la representación. Esto también forma parte del gótico.

Galliano ha desarrollado un elenco particular de extraordinarios personajes dramáticos. Su colección primavera/verano 1998 para Christian Dior Haute Couture, por ejem-

plo, se inspiró en la marquesa Casati, cuyos maquillajes escabrosos y atuendos excéntricos causaron sensación en toda Europa a principios del siglo xx. Cuando le pregunté por qué le interesaba el personaje de Casati, Galliano me respondió que casi no sabía por dónde empezar la enumeración: “su vida, su pasión, su estilo, su actitud [...]. Ella fue y sigue siendo la máxima *femme fatale* de la farándula: ¡es fascinante!”.

“Quiero ser una obra de arte viva”, declaró Casati, e hizo realidad su deseo, aunque vale aclarar que fue una obra maestra bastante extraña y macabra. Pálida y macilenta, con unos ojos enormes pasados de belladona y delineados con kohl, siempre cubierta de joyas fantásticas y “cruces brillantes”, Casati era la personificación de la decadencia. Como cabría esperar, también era aficionada a las ciencias ocultas y las sesiones espiritistas. La primera vez que la vio, Arthur Rubenstein gritó –literalmente– como si hubiera visto un fantasma. La *socialité* italiana Dora di Rudini también experimentó una situación estrafalaria en la residencia de Casati. Al llegar a la casa, se vio “inmersa en la semioscuridad. [Casati] apareció envuelta en una bata de terciopelo negro, ceñida y opresiva como ropa de luto, con unas flores blancas, enormes y mustias sobre el pecho”. Cuando se sentaron a la mesa, Dora advirtió la presencia de un tercer comensal: un maniquí de cera de tamaño natural, con una herida sangrante en la cabeza, a quien Casati presentó sin inmutarse como la (asesinada) baronesa Mary Vetsera.

Hay innumerables anécdotas similares sobre esta “aparición espectral” (Ryersson y Yaccarino, 2004: xiii, 49, 63, 137). Galliano no siempre se inspiró en personajes fabulosos como La Casati, pero hasta sus modelos más “comunes” tienden al *physique* de vampiresa.

“A la larga, todos hacen una colección gótica”, dijo la autoproclamada *goth* Laura McCutchan. “O dicen que es gótica porque la ropa es negra”. Obviamente, decir que una colección es gótica no la convierte en gótica. La colección otoño/invierno 2002-2003 de Gucci, por ejemplo, incluyó algunas prendas estilo “vampiresa”, como un vestido negro, angosto y ondulado, con una gargantilla ancha y una cruz enorme del mismo color a modo de accesorios. Este fue un caso aislado en las colecciones de Tom Ford para Gucci, pero Riccardo Tisci (hasta 2017 en Givenchy) ha manifestado un interés más consecuente por los estilos góticos y el color negro. La sensibilidad gótica de Tisci está plasmada en parte en la ropa,

pero otra parte emana de la estilización, como cuando sus modelos posaron con vestidos negros, largos y vagamente eclesiásticos frente a una cruz enorme en un desfile de Milán (otoño/invierno 2005-2006). (fig. 66)

De Ann Demeulemeester se ha dicho que es “la reina oscura de la moda belga” (Horyn, 2006) o que sus modelos “parecen tenebrosas roqueras góticas”.⁸ Y es cierto que esta diseñadora hace casi todo en blanco y negro, y que ella misma se viste de negro desde que tenía quince años. Sin embargo, cuando la entrevisté, Demeulemeester rechazó de plano la etiqueta de *gótica*. “El gótico implica un artificio, como la imaginería de las calaveras”, agregó. Cuando le pedí que caracterizara su estilo, Demeulemeester lo describió como un “romanticismo oscuro”, con ropa que “no es clásica”, sino “individualista” e “inconformista”.⁹

“Para mí, la buena moda es como el *rock and roll*: siempre hay en ella un poco de rebeldía”, dice Demeulemeester. Uno de sus íconos es Patti Smith, la princesa disidente del punk, cuyo estilo, como el de la diseñadora belga, combina la



66. Desfile de Riccardo Tisci, colección otoño/invierno 2005-2006. © Davide Maestri/WWD/Shutterstock.

osadía con la elegancia. Patti Smith es poeta además de música, y Demeulemeester preguntó una vez, retóricamente, “¿Alguien imagina a un poeta vestido de un color que no sea negro?” (Jones y Mair, 2005: 134). La imagen positiva de la rebeldía que expresa el punk rock no se parece en nada al aura pesimista del gótico. Pero es probable que la confusión se deba en parte al simple hecho de que Demeulemeester es belga, ya que los diseñadores belgas de vanguardia están estereotipados en general como “oscuros”, en contraste con los italianos, por ejemplo, que tienden a diseñar ropa colorida, llamativa y abiertamente sexi.

Olivier Theyskens adquirió reputación gótica ya desde su debut con “Gloomy Trips” (‘Viajes sombríos’), en 1997. La revista *i-D* incluso se refirió a él como el “Príncipe de la Oscuridad” (Ryder Richardson, 1999: 93-95). Theyskens es belga, como Demeulemeester. Pero es posible que su aspecto lánguido, su aire andrógino y su larga melena negra también hayan contribuido a la rotulación de gótico. Además, algunos diseños de Theyskens tienen rasgos netamente góticos. La colección “Gloomy Trips”, por ejemplo, presentó indumentaria de raigambre victoriana que incluía prendas bordadas con cabello humano. Y las espléndidas fotografías del colectivo Les Cyclopes también acentuaron una sensación gótica de claustrofobia (fig. 67).

Cuando la curadora Pamela Golbin lo interrogó acerca de su reputación gótica, Theyskens recordó haberse preguntado alguna vez a qué se refería la gente con ese término. Al principio había supuesto que era algo relacionado con las catedrales góticas, pero después vio ejemplos de la subcultura *goth* y le parecieron “horribles”. Más adelante, en la misma entrevista, Theyskens hizo una salvedad: “Los peores estilos de la calle a veces pueden traducirse bellamente en moda”. Hoy el diseñador belga describe su estilo inicial como una búsqueda de *dark beauty* (‘belleza oscura’) que, en una mirada retrospectiva, fue para él apenas “una fase”. Y en vista de sus trabajos recientes, primero para la casa Rochas y después para Nina Ricci, es indudable que el estilo actual de Theyskens es más luminoso y más romántico.¹⁰

Muchos han catalogado a Rick Owens como diseñador gótico, y él es el primero en admitir que ese término sirve como “vía rápida” para caracterizarlo “en comparación con Marc Jacobs y Lacroix”. No se trata solo de que en sus colecciones abundan los vestidos negros, largos, cortados al bies,



67. Olivier Theyskens, fotos de la colección "Gloomy Trips". Estilismo de Laetitia Crahay. Publicado en *Visionaire*, foto gentileza de Les Cyclopes.

"Yo fui gótico", dice Owens. "Cuando veo jóvenes góticos por la calle, es como si fueran mis hijos". El diseñador cuenta que creció en California, "entré comidas rápidas y tiendas Kmart", un entorno que lo hacía sentir alienado porque "a esa edad uno se cree especial". La ópera fue toda una revelación para él: "marcó mis años de crecimiento. Era exótica, extravagante. Sexo y muerte". Después, en la adolescencia, Owens descubrió la escena gótica:

Era extrema: como el punk rock, pero más glamorosa. Te maquillabas, te vestías a lo grande, te convertías en una criatura fabulosa. Era como una angustia, pero sobreactuada [...]. El gótico consiste en ser criaturas especiales en un nivel diferente. Es una especie de pseudoespiritualismo, como Wagner: un pico emocional. ¡No podían bajar, y entonces tenían que morir! El gótico es un ejército secreto que entendió eso.

A los diecisiete años, la subcultura gótica le dio "un rumbo en la vida". También tocó fibras sensibles de su experiencia en la

escuela católica: "gente que arrastra hábitos, figuras encapuchadas que hacen cosas espirituales: todo lo que hago viene de ahí".¹¹ En 1997, cuando vio la colección "Metropolis" de Thierry Mugler, Owens supo que quería ser diseñador.

Primero trabajó en Los Ángeles, donde se convirtió en un diseñador de culto, en especial para los músicos. Después trasladó su atelier a París, donde prosperó. Owens no diseña ropa con la mira puesta en el estatus social, ni en el *sex appeal* ni en un público masivo, pero tiene una clara visión propia que atrae a una clientela significativa de mujeres y hombres. En el caso de Owens, el estilo es el hombre. "Soy muy crítico de los diseñadores que hacen ropa estrambótica para las mujeres, pero al final [del desfile] salen a saludar en jean y zapatillas", declara. "Si eso es lo que proponen... ¡que lo vivan!".

El inspirador de Owen, Thierry Mugler, es el epítome del diseñador fantasioso e influido por la iconografía del fetichismo sexual. En efecto, Mugler ha creado una auténtica galería de modas fetiche, muchas de las cuales aluden a la figura gótica del vampiro. En un escaparate de Barneys basado en este motivo, Simon Doonan colocó un maniquí vestido con ropa de Mugler en el interior de un ataúd. Mugler también ha abrevado en la imaginería del robot sexi, un tema que abarca desde el filme *Metropolis* hasta el atuendo cibergótico, y evoca textos góticos cruciales, como *Frankenstein*.

La moda masculina también ha recibido influencias del "lado oscuro", un tema que ocupó un número entero de la revista *Fashion, Inc.* (otoño de 2006), cuyos artículos y dossieres fotográficos llevaban títulos como "Príncipe de la Oscuridad" (sobre Alexander McQueen), "L'Homme Fatal" (sobre Hedi Slimane, por entonces diseñador de ropa masculina para Christian Dior), "El diablo está en los detalles", "El hambre" y "Le Chic, C'est Gothic". La foto de tapa, de Perry Hagopian, retrata a un joven de pelo negro largo, que viste camisa Gucci negra con frunces, pantalones de cuero negro y una faja de cuero plisada del diseñador Giles Rosier. En la ropa de hombre, el color negro "viene con una actitud: 'Me visto de negro; no me rompan las pelotas'", declaró Mark C. O'Flaherty en su artículo "Black Magic" ('Magia negra'). Luego de subrayar la importancia de los diseñadores vanguardistas japoneses, cuya ropa atraía a arquitectos e intelectuales, O'Flaherty observó que "del atuendo negro también se apoderaron los temibles góticos, que no eran sino los hijos prodepresivos de los *beatniks*

11 Rick Owens, entrevista con la autora, marzo de 2007, París. Todas las citas restantes de Owens son de esta entrevista.

[...]. Los diseñadores que han hecho líneas de ropa masculina, desde McQueen hasta Cloak, han abrevado constantemente en los góticos” (2006: 96).

El estilismo de todo el número puso de relieve diversos aspectos de lo siniestro, como la muerte, los vampiros, la sangre y los fantasmas. Sin embargo, los entrevistados prestaron escasa o nula atención a esa temática. En respuesta a una pregunta por su desfile de la colección masculina primavera/verano 2007, McQueen dijo apenas: “Muchos vampiros, ¿no?” –y agregó–, “Seguimos el relato de Coppola en su versión cinematográfica de Drácula”. Cuando lo consultaron acerca de su estilo, McQueen replicó: “Siempre soy oscuro, pero lo he sido mucho más” (Waldron, 2006: 164-173). Y Hedi Slimane, célebre por sus trajes negros de corte angosto, recordó “la primera imagen de indumentaria masculina” que había visto en su vida: “la tapa de un álbum de David Bowie, a los seis años” (Anderson, 2006: 143).

La imaginaria de calaveras ha adquirido especial visibilidad en la ropa de hombre, sobre todo desde 2006. Comme des Garçons y McQueen fueron iniciadores cruciales de esta tendencia, aunque el artista de grafitis Banksy ya había creado imágenes memorables de un esqueleto con carita sonriente. El motivo de la calavera fue seleccionado de inmediato para la ropa de calle, dirigida al consumidor joven de las ciudades. Las calaveras aparecieron en buzos con capucha, camisetas, gorras de béisbol y hebillas de cinturón con diamantes falsos. Si los hombres andaban con llaveros de esqueleto, las mujeres lucían collares de calavera. Hacia 2007, la imagen de la calavera era tan ubicua que figuraba hasta en las prendas para mascotas. El artista Damien Hirst creó una multimillonaria calavera incrustada de diamantes, cuya notoriedad superó incluso a la de su obra con el tiburón en formol (“La imposibilidad física de la muerte en la mente de alguien vivo”).

A lo largo de las dos últimas décadas, se produjo una escalada de prensa cada vez que el gótico daba señales de resucitar. Gran parte de la reacción periodística era negativa. En “The Return of Goth?” (“¿El retorno del gótico?”), Ashley Heath se quejó de las “negras mortajas” que asomaron en los desfiles parisinos de 1993 (1993: 37). Puede que el gótico “esté volviendo” a los Estados Unidos de los noventa –dijo Emma Forrest en “Grimly Fiendish” (“Sombrio y diabólico”)–, pero lo cierto es que “de Gran Bretaña nunca se fue”. En un reciclaje de clichés muy difundidos, la autora de este

artículo tildó a los *goths* de “rebeldes pasivos en comparación con los punks, que son enérgicos y extrovertidos”. Forrest también subrayó la asociación negativa del gótico con la femineidad: “En las chicas adolescentes es especialmente fuerte la atracción por todo lo que sea de terciopelo negro y místico” (1996: 191).

El discurso de la moda suele denigrar el pasado reciente a fin de celebrar el último estilo, de modo que la posición de los periodistas ante el “retorno del gótico” se ajusta a lo que cabía esperar. Si bien las reseñas admiten la presencia de elementos pertenecientes al estilo pasado, casi todas aseguran que la nueva encarnación es diferente y mucho mejor que la anterior. “Han vuelto, están de negro, pero esta vez, las chicas góticas [...] no usan medias de red”, declaró la *Elle* británica en 1995. Los “nuevos góticos” eran “más *vamp* que vampiros; sexis, no siniestros” y, ante todo, “a no confundirlos con el punk ni con la onda de *The Rocky Horror Show*”. Las imágenes que ilustraban este artículo en particular incluían una sofisticada cruz negra de Lalique, un frasco de esmalte negro para uñas, una foto de Uma Thurman teñida de negro azabache en *Pulp Fiction* y un fotograma que presentaba a “Johnny Depp como el nuevo gótico Edward Manos de Tijeras”.¹²

Los temas góticos de la moda no pueden escindirse de las representaciones equivalentes que permean la cultura popular. El *rouge* y el esmalte Vamp de Chanel coexisten con muchos filmes góticos de Tim Burton. En su película *El joven manos de tijeras* (1990), el personaje protogótico que interpreta Johnny Depp es un marginado que se viste de negro en un mundo de color pastel. Esta relectura de *Frankenstein* hace hincapié en la bondad y la vulnerabilidad del marginado, en contraste con la crueldad de la mayoría de las personas normales. A contrapelo de su *physique du role*, Winona Ryder encarna a la chica común y corriente que se enamora del marginado. Más típico de Ryder es el personaje de la chica gótica, como en *Beetlejuice* (1987), de Burton, protagonizada por Michael Keaton. Increíblemente guapo, pero también con aura de “oscuro” y “raro”, Depp se convirtió en la primera estrella gótica moderna de Hollywood. Más tarde, él y Christina Ricci, coprotagonistas de *Sleepy Hollow* (1999), fueron encasillados como iconos góticos. “Me tildaron de gótica”, se quejó Ricci. “Me hicieron sonar rara [...]. Una persona oscura, diferente”. La imagen quedó establecida en su niñez,

cuando Ricci interpretó a la pequeña Miércoles o Merlina en el largometraje *La familia Adams* (1999) (Baddeley, 2002: 137-141). Todos los ejemplos de este tipo abren las puertas a otros innumerables referentes de la cultura pop.

Obviamente, los distintos diseñadores canalizan diversas referencias. La estadounidense Anna Sui suele abreviar en la música popular e imagerías afines, influencias que ella reconoce de buen grado en su colección "Goth" del otoño/invierno 1997. Viene a cuento señalar que muchos observadores vieron en esa temporada particular una abundancia de colecciones inspiradas en el estilo gótico, pero la mayoría de los diseñadores negó la asociación en sus colecciones, y de hecho solo Sui la bautizó explícitamente "Goth". En el extremo opuesto del espectro estilístico está Yeohlee, cuyas referencias culturales suelen girar en torno al "arte culto". Las referencias arquitectónicas adquieren particular importancia en Yeohlee, cuyo vestido Arco Gótico (de la colección otoño/invierno 1999) se inspiró en la arquitectura medieval.

Ya hemos visto que ciertos diseñadores emplean esqueletos y calaveras, pero hay otras maneras de aludir a temas góticos tales como la muerte, la destrucción y la caducidad. Las ruinas se perciben desde hace tiempo como objetos poéticos, dotados de una extraña belleza. Desde que el Renacimiento desarrolló el concepto de lo sublime, las ruinas han funcionado como una alegoría de la belleza terrible y del inexorable paso del tiempo. Ya en el siglo XVI, algunos artistas yuxtaponían edificios en ruinas con *écorchés* ('cuerpos desollados') o esqueletos. Casi por definición, una ruina es un fragmento de algo que alguna vez fue un todo, pero ahora está en proceso de desintegración.

No obstante, algunos artistas y diseñadores se sienten atraídos por el fragmento y la ruina. "La perfección me parece fea", dice Yohji Yamamoto (2002). "En alguna parte de las cosas que hacen los seres humanos, quiero ver cicatrices, fallas, desorden, distorsión...". La perfección, para Yamamoto, es "un tipo de orden" antitético a la "libertad". Los diseñadores que adhieren a su concepción estética traen a colación el paso del tiempo poniendo de relieve las marcas de la destrucción y de la decadencia, ya sea en la superficie de la ropa o en el modo de confección. "Mi sueño es dibujar el tiempo", ha dicho Yamamoto (Vinken, 2004: 110). Estas estrategias, que suelen interpretarse como posmodernistas, también se emparentan con el gótico.

Los vestidos enterrados y/o desintegrados de Hussein Chalayan, como los notorios vestidos mohosos de Martin Margiela, aluden al paso del tiempo y a la belleza de las ruinas (fig. 68). Aunque Margiela ha repudiado la etiqueta de "moda destrucción" (alguna vez aplicada a la "deconstrucción"), lo cierto es que se ha concentrado a fondo en la tarea de crear formas a partir del caos, como en su colección "Artisanal" ('Artesanal') de 2006, cuyas piezas están confeccionadas con fragmentos de otros objetos. Así como la colección histórica de retazos viejos evoca la labor de un trapero, la unión de los fragmentos trae a la mente la creación profana de monstruos, como la criatura del doctor Frankenstein. Huelga decir que la deconstrucción fue apropiada desde entonces por la alta costura, pero incluso en los ejemplos más elegantes sigue transmitiendo cierta violencia. Laura y Kate Mulleavy, las diseñadoras de Rodarte, por ejemplo, se inspiraron en filmes japoneses de terror para crear un estilo gótico intrincado y mustio.



68. Hussein Chalayan, vestido de los años cincuenta con corsé eduardiano, colección "Medea", primavera/verano 2002. Foto © Chris Moore. Gentileza de Hussein Chalayan.

El famoso “suéter calado” de Rei Kawakubo se hizo adaptando la máquina de tejer para crear una trama llena de agujeros. Aunque el enfoque de Kawakubo difiere en aspectos significativos de la agresión inherente a las prendas desgarradas de los punks y el amor por las ruinas de los góticos, todos sus diseños se han orientado, ineluctablemente, hacia la disolución de la forma. Este tema, a su vez, evoca una anécdota de Barbey d’Aureville –tal vez apócrifa– sobre el dandismo en los tiempos de Beau Brummell. “Por increíble que parezca, a los dandis alguna vez se les dio por la *ropa desgarrada*”, escribió D’Aureville:

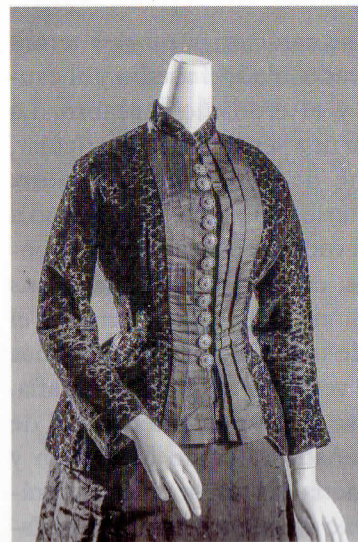
Ya no les quedaba impertinencia por cometer [...] cuando se les ocurrió esta idea dandiesca, que consistía en hacer trizas sus prendas de vestir [...] hasta que no quedara sino una suerte de encaje... una nube. ¡Querían caminar como dioses en sus nubes! La operación era difícil y tediosa; se ejecutó con un vidrio de punta afilada. He ahí un auténtico ejemplo de dandismo, donde la ropa es insignificante; en verdad, ni siquiera *existe*. (1988: 31-32)

Hay quienes argumentan que los jóvenes –los góticos, por ejemplo– se visten de monstruos extraños para lidiar con sus sentimientos de alienación. Los debates tienden a enfocarse en dilucidar si los jóvenes son “sinceros” en las identidades que crean para sí mismos, o si se trata de meras “imposturas”. ¿La ropa que usan es una mera forma superficial de “chic gótico”, o bien es “una auténtica expresión de la ‘psique gótica’”? (Spooner, 2004: 168). Sin embargo, este paradigma del reflejo versus la máscara parece falaz. El razonamiento que fetichiza la “autenticidad” pasa por alto el pequeño detalle de que la ropa nunca puede “reflejar” un yo interior esencial, porque ese yo no existe. Incluso cuando creemos ser “naturales” y “sinceros” al máximo, estamos creando un personaje en la misma medida en que lo haríamos con una máscara de Dai Rees o si nos disfrazáramos como las alienígenas que han desfilado en las pasarelas del joven diseñador británico Gareth Pugh.

La moda gótica, como la novela gótica, tiende a obsesionarse con el pasado, a menudo con una versión teatral y muy artificiosa del pasado, que contrasta rotundamente con lo que se percibe como banalidad de la vida contemporánea. Las “prendas góticas”, como señala Catherine Spooner, también tienden a “articular el cuerpo” de maneras específicas, con

énfasis en temas tales como “el cautiverio, la fantasmagoría, el asedio, la locura, la monstruosidad, el grotesco” (*ibid.*: 4).

Consideremos la importancia de la parafernalia victoriana en la moda gótica contemporánea y, en particular, dentro de la subcultura *goth*. La mayoría de las victorianas no veían nada de siniestro, antinatural ni gótico en sus voluminosas faldas largas, ni en sus meticulosos rituales de luto (aunque sí existía una minoría que denunciaba en voz alta la corsetería, por antinatural y peligrosa) (figs. 69 y 70). Sin embargo, cuando se desarrolló la subcultura *goth* a fines del siglo xx, sus adeptos seleccionaron ciertos elementos de la moda victoriana –como los vestidos de luto y los corsés– precisamente porque (desde una perspectiva moderna) cumplían con los requisitos deseables de “oscuridad”, “romanticismo”, “misterio” y connotaciones “macabras”. El corsé ejercía una atracción especial por su prolongada condena como paradigma del “sometimiento”. De ahí que una famosa caricatura anticorsé de un texto reformista victoriano, *Madre Natura versus the Moloch of Fashion*, fuera reivindicada como propia, primero por una minoría victoriana a favor del corsé ajustado, y después por góticos como Pandora Harrison, encantados con la imagen moralista de las arpías Moda y Vanidad ajustando



69. Vestido victoriano de terciopelo violeta con botones de telaraña.
Gentileza de Evan Michelson.
Foto © Museo del FIT.



70. Bodice de terciopelo violeta con botones de telaraña (detalle).
Cortesía de Evan Michelson.
Foto © Museo del FIT.

un corsé. Al epígrafe original, *à la mode à la morte* ('a la moda hasta la muerte'), se le agregó otro cliché victoriano de oposición al corsé: "Asesino de la Raza Humana". "En lo que concierne al futuro del gótico, hay un nuevo estilo con chances de incorporarse a su guardarropas", dice Julia Borden:

El *steampunk* [literalmente 'punk vapor'] gótico, originado en Seattle y Portland. El *steampunk* es un género escindido de la literatura ciberpunk, que se especializa en la parafernalia victoriana. El porte del *steampunk* es el del dandi victoriano, el comerciante victoriano, la dama aviadora, todos ellos filtrados por la tecnología industrial del vapor y el estilo punk. Gafas de piloto *vintage* calzadas sobre el sombrero, mujeres con gorras aviadoras desabrochadas, ropa de estilo victoriano en cuero y lona gruesa de color negro...¹³

El *steampunk* no es una evocación nostálgica del neovictorianismo esnob, sino más bien un movimiento estético-tecnológico de connotaciones anarquistas, que liga la agresiva ética punk del "hágalo usted mismo" a la evocación de una galería ancestral poblada de adictos al ajenjo, dandis e inventores locos. Tal como lo expresa la revista *Steampunk*: "Nuestros corsés están agarrados con alfileres de gancho y nuestras galeras ocultan crestas salvajes: somos chacales de la moda sueltos en la sastrería".¹⁴

Como género, el gótico se caracteriza por los temas de la muerte, la destrucción y la caducidad, el asedio y el cautiverio, los poderes del horror, y el erotismo macabro. La moda gótica también está ligada a una sensibilidad particular, que por lo general es una suerte de romanticismo oscuro. Está dotada de su propio vocabulario visual que evolucionó a partir de asociaciones narrativas evocadas por la literatura gótica de terror, desde sus orígenes, en el siglo XVIII, hasta sus manifestaciones contemporáneas en la ficción, el cine y el arte de vampiros. En el mundo de la moda, la expresión más clara del porte gótico se logra tal vez a través de la fotografía. Ya hemos visto cómo Sean Ellis se inspiró en la ferocidad de la moda contemporánea (en diseñadores como McQueen y Chalayan) y, a la vez, en la imaginería del terror cinematográfico. El fotógrafo de moda Eugenio Recuenco también es famoso en Europa por sus atormentadas narrativas góticas. Sus dossieres fotográficos de moda, como "Les Costumes", publicado por la revista *Madame Figaro* (2006), son imágenes exuberantes y cinematográficas de belleza y terror, inspiradas en



71. Sin título, en "Les Costumes", *Madame Figaro*, 2006. Foto © Eugenio Recuenco.

ficciones góticas como *Frankenstein* (fig. 71). De acuerdo con Catherine Spooner:

En el discurso gótico, la ropa es la vida: el chic gótico no es una superficie falsa para la psique gótica, sino una parte intrínseca de ella. No cabe duda, entonces, de que esta potencia perdurable de las imágenes góticas para la identificación imaginativa del yo es la razón de su perenne resurgimiento en el mundo de la moda. (cit en Goodlad y Bibby, 2007: 154)