

EL SIGLO XX: ENTRE EL TRAJE Y LA MODA

Sonia Capilla

La Historia del Traje en el siglo XX no es tanto la historia de un vestirse como la de un desnudarse. Vestirse no para cubrir el cuerpo sino para desnudarlo y que en ese proceso se produzca la paradoja de que se nos vea cada vez menos. Es la historia de una paradoja que viene dada por la propia definición del traje durante el siglo, al cual se le viene denominando moda. La Historia del Traje en el siglo XX se convierte así en la Historia de la Moda.

Y moda es el conjunto de costumbres que una comunidad adopta cíclicamente, costumbres referidas principalmente a la indumentaria⁽¹⁾. Es la forma de vestirse de acuerdo con unos cánones específicos que varían de forma periódica, moda es lo actual⁽²⁾, los últimos productos de consumo que impone el sistema de mercado con sus mecanismos generadores de deseos y a los cuales nos rendimos vencidos por la necesidad de afirmar nuestra individualidad frente a la masa. Moda es el sistema generador de invitaciones al consumo, el generador de esos productos a consumir y el que hace que los anteriores productos caigan en desuso, principalmente en el campo del vestir. Desde la necesidad de rentabilizar sus productos la moda puede llegar a negar al propio traje: *“El capital, al movilizar en propio provecho lo que llama la irracionalidad del arte, lo destruye”*⁽³⁾. El objetivo de la moda es el de rentabilizar sus inversiones y eso niega la posibilidad de preocuparse por lo que está al margen de su fin, su dinámica es cada vez rápida, más exigente, lo último ya está pasado de moda ahora lo que se lleva, lo más importante es adelantarse a la moda, ser el abanderado de las novedades frente a tus amigos, en tu lugar de trabajo. Hay quien llega a hablar de este fenómeno como de una conspiración a nivel mundial, se denuncia el engaño⁽⁴⁾. La moda hace promesas que encierran un engaño, siendo un mecanismo propio de la cultura de masas y usando sus medios de comunicación, nos invita a seguir a la mayoría bajo la promesa de que eso nos individualizará, nos hará más fuertes, más libres, mejores.

El oficio de hacer trajes, la costura, se limita al ejercicio que va desde el momento en que una superficie plana de tejido se recorta en piezas y estas piezas se unen estratégicamente hasta convertirse en una prenda que sirve como envolvente para el cuerpo. Es el oficio de construir prendas para el vestido y se ocupa de todos los problemas que su ejercicio conllevan: cómo el patrón determina la forma de la prenda, qué silueta se deriva de la estructura del patrón del que se parte, cómo se entretela, cose y remata la prendas, los sistemas de cierre y su uso en el tiempo. Y un sinfín de cuestiones seguramente todas demasiado técnicas, porque la costura es ante todo un oficio técnico. Un oficio con aspectos muy poéticos por otra parte, los tejidos son un mundo lleno de sugerencias sensoriales, pero también con aspectos muy áridos pues al proyectar las prendas siempre hay que tener en cuenta su coste en tejido, en mano de obra y los de su puesta a la venta. Es aquí precisamente donde la Moda ha ganado la partida, su búsqueda de la rentabilidad es la que en muchas ocasiones ha hecho sobrevivir a las grandes firmas de costura.

El campo de acción de la costura y el de la moda, como estrategia de mercado asociada al traje, no están perfectamente limitados. La visión comercial es necesaria para que el sector de la confección se autogestione, ofreciendo productos de moda o productos de costura o ambas cosas a la vez. *“la moda no es ni ángel ni demonio; existe también una tragedia de la levedad erigida en sistema social, una tragedia ineludible en la escala de las unidades subjetivas”*⁽⁵⁾ porque hay mucho de necesario en una moda de la moda como vía de escape de un sistema tramposo del que no se la puede responsabilizar. Cada cual ha ido teniendo su oportunidad y ha dado sus frutos, aportaciones unas más atractivas que otras, pero en todo en caso se trata de aportaciones ineludibles en este relato sobre los vestidos del siglo XX.

El traje definido como oficio cultural y artístico.

Hubo un periodo, en la segunda y tercera década del siglo, entreguerras, donde el oficio de hacer trajes se vio enriquecido con las aportaciones de aquellos que se dedicaban a otros oficios culturales, aquellos ocupados en hacer pintura, música o arquitectura, los intelectuales y profesores de las escuelas de diseño o arte se ocuparon también de la indumentaria, como si de una disciplina artística más se tratara. Pintura o una chaqueta, una ciudad, una silla, un poema o un vestuario para teatro, no había límites. Johannes Itten diseñó en 1920 el Traje Bauhaus y en 1926 Oskar Schlemmer se ocupó de realizar el vestuario del Ballet Triádico⁽⁶⁾, sus aportaciones estaba en consonancia con el ideario de la Bauhaus, dar respuesta a necesidades concretas, en este caso resolver problemas funcionales y de expresión. El de Itten es un traje de chaqueta muy austero pero muy versátil, un traje para trabajar, para vivir y sobre todo para reflexionar dentro de él, ver sin ser visto, un traje discreto con el que enfrentarse al mundo. En el Ballet Triádico los trajes hacen a los personajes desde la forma y el color, es un ejercicio expresivo muy arriesgado y con unos resultados plásticos muy atractivos. Ambos tuvieron algo que contar y si el medio para contarlo era el vestido lo consideraron tan bueno como cualquier otro.

En aquellos años también se vio como quienes tenían en la costura su ocupación prioritaria vieron enriquecida su labor gracias al trabajo de tú a tú con los intelectuales y artistas de la época. En 1927 Sonia Delaunay daba una conferencia en La Sorbona titulada *“La Influencia de la Pintura en el Arte del Vestido”* organizada por el Grupo de Estudios Filosóficos y Científicos, donde equipara los cambios en la pintura desde el Impresionismo a los cambios en el vestido, habló de geometría, de color y de una concepción de los vestidos con criterios artísticos. También habló de una revolución en la vida femenina y de su relación con la indumentaria.⁽⁷⁾ Todo de lo que contó en aquella ocasión se ve reflejado en su obra como modista, dejó claro de esta manera que la asociación de la actividad intelectual con la ejecución de sus trajes era fructífera, sus vestidos estaban inundados de pintura y estaban pensados para la vida de la mujer moderna, una mujer que conducía su propio vehículo, que hacía deporte y que asumía nuevas responsabilidades sociales. Sonia Delaunay hacía y reflexionaba sobre los trajes mientras vivía y éste es su legado, porque con ella la disociación entre el oficio artesanal o técnico y el oficio intelectual o artístico deja de tener sentido, sienta un precedente ineludible tanto para la práctica de la costura como para los resultados que de ella se desprenden.

A su vez intelectuales como Tristan Tzara enriquecieron su obra al entrar en contacto con el mundo de la costura, él vio un poema suyo convertido en vestido, Sonia Delaunay lo diseñó en 1923. Mediante estas apuestas se sacaba al vestido del restringido ámbito en el que venía actuando, se le daba una mayor difusión, el interés por la vestimenta era cada vez mayor, el efecto se extendía a más capas sociales, se democratiza la indumentaria, empieza a hacerse más accesible.

Los ámbitos de difusión de este renovado interés por la vestimenta se multiplican, los trajes llegan a la Universidad como se señaló en la conferencia dedicada a Delaunay en este curso, a la poesía, al teatro, a la cultura y al arte. Se saca igualmente al cuerpo femenino del corsé que le oprimía, se le libera y se concede así a la mujer el derecho a moverse con comodidad. El movimiento del cuerpo se convierte en una cuestión que atrae toda la atención, el ballet vive un momento de auge y la indumentaria del ballet va a ser un interesante campo de investigación donde las propuestas arriesgadas son admitidas como propias del medio. Lo vemos en los vestuarios que Leon Bakst idea para los Ballet Rusos de Diaghilev donde viste al famoso bailarín Nijinsky con mayas ajustadísimas, transparentes, exóticas, siempre de acorde a la representación a la que atendían y siempre atrevidas y muy bellas. En *La Siesta de un Fauno* (1912) el protagonista lleva una prenda semitransparente, ceñida al cuerpo en la cual el estampado venía a representar una coloración de la propia piel y en *El Espectro de la Rosa* (1911) su prenda estaba cubierta por pétalos realizados en tejido que había que reponer tras cada representación, el de Bakst fue un ejercicio lleno de poesía y precisión que repercutió notablemente en otros trabajos. Sus riegos tuvieron reconocimiento no sólo en el diseño de vestuarios sino que abrió un campo de experimentación del que muchos diseñadores recogieron el testigo, porque sin estas vestimentas la relación entre el cuerpo y el tejido que lo envuelve en el siglo XX hubiera sido seguramente otra muy distinta, no tan directa, ni tan sugerente. Aquí empieza seguramente el proceso por el cual tantas veces en este siglo el cuerpo se vio más que el propio traje, el traje sirvió para desnudar, para provocar que nuestros ojos desnudaran con la mirada.

El escenario era un lugar apropiado al que llevar las nuevas propuestas. Allí fue donde Gabrielle Chanel lució con éxito su ropa para el deporte, con la excusa de la realización del vestuario de la comedia musical *El Tren Azul*, en 1924. Cocteau se encargó del argumento de esta función sobre las nuevas costumbres de los juegos en la playa y el gusto por los deportes en tono burlón, se encargó también de pedirle a Chanel que hiciera el vestuario pues la consideraba la modista más grande de su época⁽⁸⁾ y ella realizó para la ocasión unos trajes en punto a rayas que fueron todo un éxito. Eran trajes muy parecidos a los que ella misma lucía en su vida diaria, cuando hacía deporte y cuando tomaba café en un lujoso hotel, porque este fue uno de sus mayores hallazgos hacer de la ropa cómoda un abanderado del estilo y conseguir que ambos conceptos no fueran incompatibles, se puede ir cómoda y bien vestida a la vez.

La escenografía de *El Tren Azul* fue realizada por Picasso, como la de *Antígona* donde volvió a coincidir con Chanel como encargada del vestuario. La modista y el pintor eran todo genio, dos grandes estrellas compitiendo por el protagonismo hasta el punto de pelearse y ocasionar un accidente que acabó con una de las túnicas tejidas a mano con cenefas sacadas de vasijas griegas originales, dejando a la actriz casi desnuda pocos

minutos antes del estreno, lo que llevó a Chanel a decir: “*¡Qué curioso es el teatro! Cuando, en el último minuto, puse mi propio abrigo sobre los hombros de la actriz, resultaba que toda la obra era eso*”⁽⁹⁾. Dejando así bien claro que ella, su trabajo, eran indispensables y que para demostrarlo estaba dispuesta a desnudar a la protagonista si hacía falta. La persona que hace el traje tiene la capacidad de poner el traje y de quitarlo, ese es su poder y si para que se la vea es necesario desnudar al otro está dispuesto a hacerlo. Desnudar, quitar el traje puede significar más que el propio traje. Esta fue otra de las aportaciones de Chanel, la de defender no sólo su trabajo, también su oficio. El suyo como modista fue un ejercicio de ruptura de barreras, no se dio por satisfecha con las cánones establecidos y desde su oficio y con su actitud fue abriendo puertas para que algunas cosas cambiaran y ya nunca volvieran a ser lo mismo: se puede ir cómoda y muy elegante a la vez, se puede ser modista y una persona inteligente que no tiene porqué verse minusvalorada por nadie, ni siquiera por el mayor de los genios de la pintura. Y así fue a partir de ella.

Coco Chanel ha llegado hasta nosotros como una de las firmas de moda más importantes del siglo y las firmas de moda más importantes son por lo general las más solventes económicamente, pero fue más adelante cuando se rentabilizó este producto, el mito de Coco. La gran creadora, la rupturista, la provocadora, la gran dama no tuvo tiempo en vida para preocupaciones mercantiles. En este sentido la pionera fue Elsa Schiaparelli, ella viajó a New York y aprendió marketing, volvió a Paris y abrió una tienda en 1934 desde la que vistió a las estrellas de cine del momento: Greta Garbo, Joan Crawford, Katharine Hepburn o Anita Loos. Lo suyo fueron los golpes de efecto, como darle la vuelta a un zapato y hacer de eso un sombrero y publicitarlo mucho, que se lo pusiera una clienta con repercusión social y que eso aportara nuevas clientas. Y para eso las estrellas de cine del momento eran las más apropiadas, ellas eran abanderadas de todo lo nuevo, las más atrevidas y las más imitadas. Y lo sabían y lo utilizaban en su beneficio, una de ellas, Mae West le pidió a la figurinista Edith Head que la ropa que luciera en *Nacida para Pecar* debía ser “*lo bastante holgada para demostrar que soy una señora y lo bastante ceñida para que quede claro que soy una mujer*”⁽¹⁰⁾, de esta forma conseguía dar la imagen de mujer deseada que la industria del celuloide reclamaba y se aseguraba el éxito profesional, pero ese fue también el primer gran éxito de Head. Le siguieron otros muchos por los que llegó a conseguir treinta y cinco nominaciones al Óscar y ocho estatuillas y tras los que decía que era consciente de que su mejor arma no eran los patrones, sino la diplomacia⁽¹¹⁾. Lo que cuenta no son los trajes, sino el glamour que generan, la imagen que crean. Imagen que el cine sobredimensiona, herramienta que Head manejó a la perfección, como en su trabajo con Audrey Hepburn para *Sabrina*, fue un personaje creado gracias a la colaboración entre la actriz y la figurinista. Head supo cómo vestir a la actriz en cada momento de la historia y que tanto el personaje como la narración funcionaran a la perfección, aunque para conseguirlo recurriera a los vestidos realizados por Givenchy. Su trabajo tenía más que ver con la comunicación que con los vestidos, la suya es una de esas labores propias del cada vez más poderoso sistema de la moda, que en asociación con otros sistemas igualmente susceptibles de ser mercantilizados, como el del cine, dan resultados dignos de admiración y asombro. La imagen de Audrey Hepburn en esta película es una de las más potentes de la Historia del Traje en el siglo XX, en ella seguramente se resuman el antes y el después como en ninguna otra, es una imagen que se produce en un momento bisagra, no sólo temporalmente sino conceptualmente: aquí se unen la costura de uno de los grandes maestros, la imagen de una mujer que es protagonista con los cambios en su forma de vida,

un medio de masas como difusor de imágenes y generador de deseos, y un mecanismo invisible que está posibilitando que todo este entramado sea rentable.

El traje para consumir y para comunicar.

Fue después de la Segunda Guerra Mundial cuando se produjo la verdadera eclosión de la moda, en los años sesenta y setenta, aunque los ochenta fueron los años en los que el fenómeno alcanzó su auge, aparecieron los *Fashion Victims*, los adeptos a la moda. Fue el periodo en el que todo los rincones del planeta se vieron invadidos por una misma información sobre tendencias de moda globales y en todos esos rincones estas mismas propuestas fueron recogidas y aceptadas, aunque en mayor o menor medida.

La Guerra había traído la austeridad a la vestimenta femenina, la crisis económica y la necesidad de que las mujeres trabajaran en muchos casos realizando el trabajo de los hombres que estaban en el frente hizo que su indumentaria se adaptara a esta nueva situación. Las prendas que las mujeres llevaron a las fábricas durante la guerra fueron en muchos casos las mismas de sus maridos, las mujeres se oscurecieron y se masculinizaron, porque no había prendas apropiadas a sus nuevas necesidades. Al concluir la contienda, al volver las mujeres a sus casas, se volvió a la feminidad, a esas mujeres símbolo de la posición social del marido. Eran los años cincuenta y fue Cristian Dior el precursor de esta vuelta a la tradición de la costura francesa más exquisita con su New Look: diez colecciones durante cinco, entre 1951 y 1956, en las que la silueta femenina variaba adoptando formas de reloj de arena, siempre con la cintura oprimida y contorneando el cuerpo femenino de forma sugerente. Chanel dijo ante esto “*Dior no viste a las mujeres, las acolcha*”⁽¹²⁾ Y es que lo de Dior fue nuevamente un golpe de efecto, una propuesta muy interesante de cara a los medios de comunicación, una propuesta que se adaptaba más a los nuevos tiempos en los que la creación de atractivos objetos de deseo estaba por encima de la creación en sí, la imagen que el vestido genera que el propio vestido, la moda por encima de la costura.

El verdadero creador en este momento fue Cristóbal Balenciaga, considerado el *Arquitecto de la Alta Costura*⁽¹³⁾ quien después de visitar Estados Unidos y conocer el futuro de la industria decidió volver a su taller en el que nunca entrarían máquinas de coser, decisión que le llevó a la ruina y al cierre. Su discípulo Givenchy heredó ese afán de perfección y ese gusto por los acabados preciosistas, por los patrones como esculturas de desarrollo espacial, por los tejidos con vida propia que entran en conversación con el cuerpo. Une el buen hacer de Balenciaga con el glamour de Dior y se convierte en el verdadero creador del estilo de los años dorados de la Alta Costura y de Hollywood, todo ello encarnado en la figura de Audrey Hepburn.

De esta forma se sientan las bases para al negocio de la moda, son los discípulos de los grandes maestros de los años cincuenta los que rentabilizaran su prestigio y sus enseñanzas. El primero Yves Saint Laurent, apropiándose del arte como excusa y desde el gusto por el disfraz es capaz de responder a las necesidades de imagen de la mujer del momento, una mujer triunfadora y trabajadora de día y de noche, seductora. La suya es una *hippy de lujo*,

hace de la feminista militante políticamente y creyente en la paz y el amor libre una más de sus clientes. Se apropia de la información, del arte, de los comportamientos que tiene ante los ojos y hace de todo ello su producto. Vestidos basados en contenidos ya aprobados por la sociedad con los que se garantiza el éxito de su propuesta de moda.

Se busca la novedad y la sorpresa por encima de todo, “*sorprender*” dice Paco Rabanne⁽¹⁴⁾. Él y André Courrèges se refugian en el futuro, el primero por medio de materiales metálicos y el segundo con el estilo cosmonauta, el primero con vestidos a veces imponentes y el segundo mostrando interés por la comodidad de la ropa deportiva. Siempre futuristas. Con ellos moda empieza a significar adelantarse a la moda, lo que viene es lo que vendrá. El tiempo desaparece, desaparece el presente y con él el traje empieza a no existir, a no significar nada como tal.

Y en los años ochenta el fenómeno se acentúa, un vestido ya no es un vestido: es un jarrón con flores, es un logotipo sobre una camiseta, es un espectáculo de modelos sobre una pasarela, son los cuerpos de esas modelos dejándose ver. La moda ya no es lo que está de moda sino la antimoda, hay que asumir también a los marginales, a los que se manifestaban hasta ahora reticentes a formar parte del entramado. En 1985 Miuccia Prada se incorpora al negocio familiar y lanza su primera colección, confecciona vestidos atractivos con telas vulgares, es un juego para que el vestido tenga aspecto pobre aunque esté confeccionado con cierto rigor heredado de la tradición familiar, es un éxito⁽¹⁵⁾. Consigue satisfacer el gusto discreto de una amplia burguesía ostentando discreción, ese querer que les miren pero que no se note que lo quieren. Una imagen de marca, Prada, un abaratamiento de costes, una estrategia de prestigio asociada al producto. No importa el vestido, importa todo lo demás y eso funciona.

Jean Paul Gaultier y Moschino siguen por ese mismo camino pero haciendo mucho más ruido, su público es más amplio, más joven, más atrevido. Se apropian de todo lo que rodean con total libertad, su ejercicio es la desfachatez elevada al grado de virtud. Gaultier busca la provocación, evidenciar las paradojas, ampliar el concepto de belleza para que muchos se sintieran partícipes de su propuesta, romper las barreras de género y buscar la ambigüedad sexual, prendas unisex. Lo suyo es una política de actuación. Y lo de Moschino otra, la suya basada directamente en la denuncia del sistema de la moda desde dentro, sirviéndose de la denuncia de lo que ocurría con otras marcas a través de la suya propia y consiguiendo así formar parte del círculo. Desde la denuncia del culto a las marcas en sus propias, con mensajes escritos, usando la publicidad para subvertir los símbolos. Creando una imagen como alternativa llamada Cheap&Chic, en la que la desproporcionada relación calidad-precio lo era tanto como en cualquier otra de sus competidoras en el mercado. Y también funcionó, usaba el sentido del humor, se reía de todos los demás riéndose primero de sí mismo y eso fue muy agradecido por parte de los receptores que al menos así formaban parte voluntariamente del montaje. Hecha la denuncia desde dentro y dejando tan claro hasta qué punto se asumía lo que estaba ocurriendo el fenómeno empezaría a remitir. El entramado de la moda se desvela, se acaba el misterio y se acaba el juego, deja de tener gracia porque cada vez es menos verosímil, más absurdo y pierde fuerza.

El traje desde el material y desde el cuerpo.

Muchos tienen que comenzar desde cero, volver a replantearse todo desde el principio, recurrir a las fuentes, buscando en las causas el porqué de la caída en el vacío. Se produce una vuelta al oficio, a la tranquilidad, a la relación con el arte desde dentro, desde la práctica del oficio, a la cultura como fuente indispensable de referentes, a los localismos, a las tradiciones populares, se interpreta el pasado revisándose cada década. Se busca incansablemente una salida que permita seguir en el circuito de las novedades de cara al mercado sin que eso niegue propuestas contundentes con vigencia a largo plazo. El del traje sigue siendo un problema al margen de la mera disciplina del oficio de construir las prendas y de los problemas intrínsecos a esta práctica.

Son muy pocos los que combinan el hecho de tener algo que decir desde los vestidos con la supervivencia en el mercado. Los diseñadores sólo pueden seguir haciendo vestidos si éstos se venden, los vestidos se usan y no basta con contemplarlos, no son sólo una imagen porque si son sólo eso acaban desvaneciéndose, las imágenes desnudan, son ese traje nuevo del emperador que todos creen ver pero que no existe. Hay que encontrar un punto de encuentro entre el mercado y el producto, que el traje funcione comercialmente pero también anatómicamente y el punto de encuentro se produce geográficamente: en los años noventa mientras en Occidente se sigue buscando una salida nos llega la visita de Oriente, todo un grupo de diseñadores de una escuela y una tradición nueva con conocimientos que aportar y con ganas de formar parte de ese sistema que permite a los vestidos llegar a las personas, que los acerca y hace que consigan ser usados desde todos los puntos de ventas en todas las calles de todas las ciudades del mundo.

Uno de estos visitantes es Issey Miyake y dice: *“el corte de las prendas occidentales parte del cuerpo, el japonés del material”*⁽¹⁶⁾. Trae su forma de hacer y la incorpora a la que se encuentra. Es cierto, el sistema de construcción del traje occidental es ortogonal y frontal, esto no se había cuestionado hasta ahora. Es un traje construido frente al cuerpo, situándose ante el tejido perpendicularmente y patronado tomando como referente el plano delantero de la persona a vestir: se cubre el torso y a partir de ahí se trabaja con las extremidades. Procedimiento que daba como resultado prendas con una pieza principal encargada de cubrir el torso y a partir de la cual se estructura el resto de la construcción, una cuerpo y unas mangas, más una falda o un pantalón. Todo ello sujeto a tantas variantes como se pueda imaginar. Ahora se trataba de abrir los ojos en otra dirección, de negar y cuestionar esta estructura desmontando las piezas una por una y cambiándolas de sitio, pegándolas unas a otras como no se había hecho antes, trabajándolas desde dentro y desde fuera, en abierto y en cerrado. Desde la estructura, desde la forma, desde el ensamblaje. Tomando el cuerpo como una totalidad, tomando el tejido como una superpie plana pero con posibilidades de dar vida y de llenarse de vida. Haciendo que el tejido que el tejido en todas sus posibilidades para posibilitar el cuerpo que envuelve convivir con su envolvente. Que viva la prenda y que viva el cuerpo, que se entable un diálogo, una conversación.

Issey Miyake, Rei Kawakubo y Yohji Yamamoto traen de oriente el trabajo desde el material y con ello la ruptura con el sistema de construcción del traje occidental. A partir de ahí surgen los diseñadores occidentales que se atreven a tomar el testigo y desde el

tradicional trabajo con el cuerpo que ya saben realizar se lanzan a incorporar el nuevo procedimiento y se encuentran con los asiáticos en el camino. Son Hussein Chalayan o Ann Demeulemeester, reconstruyen lo que desmontan dejándose llevar por el propio cuestionamiento de la estructura conocida, por los materiales usados y por el cuerpo. A veces el traje no llega a reconstruirse por completo, aunque siempre mantiene su presencia. El traje ya no desnuda, viste; aunque en ocasiones para hacer valer su presencia lo haga sólo parcialmente, a trozos, es un traje que quiere recomponerse y eso mismo manifiesta. A veces los materiales no ofrecen tantas posibilidades como se les piden y hay que investigar, buscar nuevos materiales, materiales con más recursos, con más campo de acción, más estimulante para la construcción y en la relación con el cuerpo.

Es un proceso inacabado, apenas comenzado. El siglo acaba en un momento en el que el traje intenta recomponerse de la ruptura y aún no encuentra su forma. Pero esta comienza a ser la historia de una búsqueda, no ya la de una paradoja ni la de una negación. Es posible que siga siendo la historia de cosas que se encuentran y luego se pierden y que en el camino sigan situándose piezas hermosas, prendas llenas de belleza que sobrevivan a todos los acontecimientos en las memorias de los que usaron y relacionan sus recuerdos con la presencia de ellas en sus vidas.

BIBLIOGRAFÍA

ARSÉNÉ, Alexandre, *The Decorative Art of Leon Bakst*, Dover Publications, New York, 1972.

COLERIDGE, Nicholas, *La Conspiración de la Moda*, Ediciones B, Barcelona, 1989.

CALEFATO, Patrizia (ed.), *Cine y Moda*, Engloba, Valencia, 2002.

DAMASE, Jacques, *Sonia Delaunay. Fashion and Fabrics*, Abrams, Paris, 1991.

DORFLES, Gillo. *Moda y Modos*, Engloba, Valencia, 2002.

ELEMOND EDITORI, *Fashion/ Cinema. Biennale di Firenze*, Electra, Milán, 1998.

HOLBORN, Mark, *Issey Miyake*, Taschen, Tokio, 1995.

LAVER, James, *Breve Historia del Traje y la Moda*, Ediciones Cátedra, Madrid, 1989.

LEYMARIE, Jean, *Chanel*, Destino, Barcelona, 1988.

LIPOVETSKY, Pilles, *El Imperio de lo Efímero*, Anagrama, Barcelona, 1990.

MADSEN, Axel, *Coco Chanel*, Circe, Barcelona, 1988.

RIVIÈRE, Margarita, *La Moda, ¿Comunicación o Incomunicación?*, Gustavo Gilli, Barcelona, 1977.

RIVIÈRE, Margarita, *Lo Cursi y el Poder de la Moda*, Espasa, Madrid, 1988.

RIVIÈRE, Margarita, *Diccionario de la Moda*, Grijalbo, Barcelona, 1996.

SEELING, Charlotte, *Moda. El Siglo de los Diseñadores*, Könemann, Madrid, 2000.

SQUICCIARINO, Nicola, *El Vestido Habla*, Cátedra, Madrid, 1990.

YOHANNAN, Kohle, *John Rawlings, 30 Years in Vogue*, Arena Editions, Verona, 2001.

⁽¹⁾ “Moda. (Del francés *mode*). Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos” Real Academia Española, “Diccionario de la Lengua Española”, Espasa Calpe, Madrid, 1992. P. 1385.

⁽²⁾ “A lo largo del siglo XX el concepto moda se ha ido ampliando. De ser referido casi exclusivamente a una forma de vestir dictada de acuerdo con unos cánones específicos que variaban de forma periódica, ha pasado a referirse a todo aquello, sea o no indumentaria, que está de actualidad.” Rivièrè, Margarita, “Diccionario de la Moda”, Grijalbo, Barcelona, 1996. P. 184.

⁽³⁾ Adorno Theodor W., “Teoría Estética”, Ed. Taurus, Madrid, 1971. P. 271.

⁽⁴⁾ Coleridge, Nicholas, “La Conspiración de la Moda”, Ediciones B, Barcelona, 1989.

⁽⁵⁾ „ La lección es severa; el progreso de las Luces y el de la felicidad no van al mismo paso y la euforia de la moda tiene como contrapartida el desamparo, la depresión y la confusión existencial [...] Esta es la grandeza de la moda, que le permite al individuo remitirse más a sí mismo, y ésta es la miseria de la moda, que nos hace cada vez más problemáticos, para nosotros y para los demás” Lipovetsky, G., “El Imperio de lo Efímero”, Editorial Anagrama, Barcelona, 1990.

⁽⁶⁾ Droste, Magdalena, “Bauhaus”, Taschen, Berlín, 1991. Pp 25 y 102.

⁽⁷⁾ Damase, Jacques, “Sonia Delaunay. Fashion and Fabrics”, Abrams, New York, 1991.

⁽⁸⁾ Leymarie, Jean, “Chanel”, Ediciones Destino, Barcelona, 1988. Pp 92-95.

⁽⁹⁾ Ibid, pp. 87-92.

⁽¹⁰⁾ Seeling, Charlotte, “Moda. El Siglo de los Diseñadores”, Könemann, Madrid, 2000. P. 189.

⁽¹¹⁾ Ibid, p. 191.

⁽¹²⁾ Ibid, p. 253.

⁽¹³⁾ Ibid, p. 214.

⁽¹⁴⁾ Ibid, p. 376.

⁽¹⁵⁾ Ibid, p. 538.

⁽¹⁶⁾ Ibid, p. 438.