



La moda imposible

MODA DE VANGUARDIA, 1960-2010

La moda imposible

Moda de vanguardia en el Museo del Traje, 1960-2010

Catálogo de la exposición temporal
Madrid, 27 febrero - 16 junio 2013



Catálogo de publicaciones del Ministerio: www.mecd.gob.es

Catálogo general de publicaciones oficiales: publicacionesoficiales.boe.es



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE

Edita:

© SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
Subdirección General
de Documentación y Publicaciones

© Del texto y las fotografías, sus autores

NIPO: 030-13-033-8

Índice

La moda imposible. Moda de vanguardia, 1960-2010

Juan Gutiérrez	7
----------------------	---

Los materiales que han revolucionado la moda

Lucina Llorente	17
-----------------------	----

Fichas de catálogo

Materia	29
Color	55
Estructura	81
Mensaje	107
Moda a la carta	133

Bibliografía	147
---------------------------	------------

Desde su fundación en 2004, el Museo del Traje se ha enfrentado a la necesidad de conformar una colección de moda contemporánea capaz de satisfacer las exigencias actuales del público. La moda ha dejado atrás su imagen más frívola para descubrirse como una de las manifestaciones más importantes y peculiares de nuestra cultura, un hecho que motiva la impresionante proliferación de eventos culturales relacionados con ella.

La adquisición por el Estado en 2006 de más de un millar de piezas procedentes de una importante colección particular, sumada a otras adquisiciones puntuales y al considerable número de donaciones, supuso el nacimiento de un “fondo de armario” que puede equipararse al de los mejores museos especializados del mundo. Desde ese momento, las espectaculares colecciones que se encuentran en el origen de este Museo -las de indumentaria tradicional e histórica, principalmente- tienen continuidad en las expresiones contemporáneas de la moda, entre las que encontramos ejemplos que, en ocasiones, rebasan los límites de lo convencionalmente aceptado.

La moda imposible. Moda de vanguardia, 1960-2010 es una oportunidad única para descubrir una parte importante de la colección del Museo hasta la fecha oculta al público general, pero también un viaje a través de cinco décadas de creación desbordante de la mano de los modistas y diseñadores más prestigiosos del mundo. Desde Paco Rabanne o Yves Saint Laurent hasta Alexander McQueen o Martin Margiela, los talentos más desequilibrantes de la moda reciente tienen cabida en esta espectacular exposición, llamada a hacer las delicias de los más exigentes.

El Museo del Traje, siempre comprometido con todas las expresiones creativas relacionadas con la moda, se enorgullece de poder presentar esta exposición, fruto de un intenso trabajo que hemos acometido con la mayor ilusión. Este catálogo es el fruto de ese esfuerzo colectivo, con el que esperamos hacer una modesta aportación al campo fascinante que nos ocupa.

Helena López de Hierro

Directora del Museo del Traje

La moda imposible.

Moda de vanguardia, 1960-2010

Juan Gutiérrez

“La única manera de descubrir los límites de lo posible
es llevarlos un poco más allá, hacia lo imposible”
Arthur C. Clarke

“Seamos realistas, pidamos lo imposible”,
eslogan del Mayo del 68

“*Impossible is nothing*”,
eslogan de la marca Adidas

Lo imposible y la moda

Hubo un tiempo en que quizás tenía sentido decir aquello de “como no saben que es imposible lo harán”. Hoy, en un mundo desbordado por los avances tecnológicos y los estímulos mediáticos, la imposibilidad no es más que un reto, un incentivo para la superación personal. Tras haber visto en directo al ser humano paseándose por la luna, o cómo una oveja clonada nos miraba impávida a través de la pantalla, o el inaudito atentado contra las Torres Gemelas, lo imposible queda, en todo caso, inserto en el marco probabilístico que nos rige. Imposible solo es una forma abreviada de decir una posibilidad entre mil. “*Impossible is nothing*”.

Cuando el diseño de *prêt-à-porter* comenzó a tomar el relevo de la Alta Costura como motor de la moda, los límites de la creatividad en el vestir se estaban expandiendo hasta extremos inconcebibles, hacia lo imposible. Desde el período de entreguerras, la dinámica de la sociedad exigía un cambio de las convenciones indumentarias. La moda de las democracias modernas, cuya figura central fue Chanel, se perfilaba ya en los años 20 y 30 como una respuesta a la ostentación, al tiempo que daba el paso decisivo para la emancipación del cuerpo femenino. Líneas simples, materiales pobres y una cierta sofisticación de espíritu (la interiorización de la elegancia que preconizara Brummell para el hombre a finales del XVIII) fueron aceptados como parte de un nuevo código de elegancia femenina¹.

Pero, como señaló en una ocasión la propia Chanel, hasta los años 50 nadie hablaba de juventud, y precisamente entre los jóvenes, lejos de los salones de costura y la alta sociedad, se gestaba el gran cambio. La revolución juvenil trajo consigo una amplia diversificación de criterios sobre a quién hay que imitar y de qué manera hay que distinguirse, lo que ponía fin al modelo de transmisión vertical que había dominado los mecanismos de generación de modas durante siglos.

1 “From that point on it was chic not to appear rich”, Gilles Lipovetsky, “A Century of Fashion”, en Barnard, Malcom (Ed.): *Fashion Theory. A Reader*. Routledge, Oxon , 2007.

Junto a la persistencia del mensaje de estatus y una relativa continuidad de los cánones de belleza y elegancia, se han ido asumiendo también todas las heterodoxias imaginables, hasta el punto de que en la actualidad prevalece la sensación de que ya nada puede sorprender. En su nueva etapa, la moda ha asumido todos los paradigmas de la modernidad -la “autorreferencialidad”, la fractura, la ambigüedad, la disolución del individuo-, y se ha convertido en el mejor indicador del deseo de cambio que impregna la cultura contemporánea. En apenas cinco décadas se ha producido una profunda renovación de los significados y las funciones de la indumentaria. La experimentación técnica, el arte o el activismo social –y, desde luego, la calle misma, las expresiones espontáneas de la moda- han determinado el camino de muchas propuestas de vanguardia en un diálogo cada vez más fluido entre creadores, productores y consumidores.

El *beat* Saint Laurent

En el verano de 1960 tuvo lugar un acontecimiento clave para la historia de los grandes diseñadores. La Maison Dior presentaba la que sería la última colección concebida por Yves Saint Laurent para la firma. Se titulaba *Beat* y se inspiraba en Juliette Gréco y el movimiento *beatnik* parisino: en negro radical, con líneas juveniles y materiales no ortodoxos para la Alta Costura, contenía un mensaje que la propia marca juzgó demasiado radical. Los *beatniks*, con sus suéteres negros de cuello de cisne y sus gafas oscuras, sus reivindicaciones sociales y sus devaneos con el Existencialismo, el *jazz* y las drogas no eran en absoluto el referente que buscaba Dior para afianzar su imagen de marca².

Saint Laurent pidió lo imposible: que la elitista clientela de la firma más importante de la Alta Costura (por entonces responsable de la mitad de las exportaciones de moda francesa) se plegara al signo de los tiempos y aceptara que el nuevo ideal de belleza no procedía solamente del taller, sino de la misma calle, de los jóvenes que desafiaban la jerarquía social cuya cúspide representaba, precisamente, Dior. Y para ello, innovó sobre los cuatro temas que articulan esta exposición: el color, el negro, siempre de moda pero nunca de una forma tan excluyente; la materia, cruda, funcional, abriendo la Alta Costura a los tejidos de punto o el cuero; la estructura, simplificada, renunciando a los volúmenes aparentes en favor de una percepción más natural del cuerpo; y el mensaje, renovador, provocativo y casi profético:

“Mi última colección en Dior conmocionó profundamente al mundo de la alta costura. [...] Toda aquella inspiración venida de la calle fue considerada muy vulgar por muchas de las personas instaladas en las sillas doradas de la casa de costura. Y sin embargo fue la primera manifestación importante de mi estilo [...]”. Las estructuras sociales se estaban desmoronando. La calle tenía un nuevo orgullo. Su propio chic, y fue para mi una fuente de inspiración, como frecuentemente había de serlo de ahí en adelante”³.

Hacia el año 1960 empezaba a producirse ese fenómeno tan característico de la moda contemporánea,

2 Cabe apuntar que, en el lado opuesto a Dior, los verdaderos beats, intelectuales beligerantes con el sistema, despreciaban la imagen mediática y la estética de “lo beatnik”: “El periodista de San Francisco Herb Caen acuñó la palabra (que, a partir de un sarcástico juego de palabras con el recientemente lanzado Sputnik de los rusos, intentaba aparentemente poner en duda la “americanidad” de sangre roja-blanca-azul de los beatniks). Y los medios de comunicación popularizaron el término. Dobie Gillis, la revista Life, Charles Kuralt y una hueste de conductores de espectáculos y periodistas redujeron lo beat a una serie de tontas superficialidades externas que han permanecido entre nosotros desde entonces: chivas, anteojos de sol, lecturas de poesía, cafés, holgazanes y jerga ‘cool, man, cool’”, en Ray Carney: “Program notes”, *Beat Culture and the New America, 1950-1965*. En <http://www.lib.berkeley.edu/MRC/Carney.html>

3 Yves Saint Laurent, 1983, en Yves Saint Laurent (catálogo de la exposición). Fundación MAPFRE, Instituto de Cultura, 2011, Madrid.

consistente en la absorción y resignificación de estilos o estéticas nacidos en un principio como alternativas al discurso hegemónico. Con la colección *Beat*, Saint Laurent abrió una senda que conducía la moda hacia la modernidad. Situó el conflicto social en primer plano y difuminó los límites entre el creador y sus fuentes, entre los *ateliers* y la calle. Pero, aunque la colección fue un éxito de ventas, Marcel Boussac, a la sazón dueño de Dior, se deshizo rápidamente del joven talento, lo cual, a la larga, resultó ser una gran noticia para la moda. Poco después, Saint Laurent creaba su propia firma, con la que iba a dar respuesta a los deseos de todas aquellas que ya intuían que “para ser hermosa, lo que una mujer necesita es un suéter negro, una falda negra y caminar del brazo de un hombre al que ame”.

Para cuando alguien ocurrente se inventó el lema del Mayo del 68 que encabeza este texto, algunos imposibles ya se habían hecho realidad.

Urbanitas y primitivos

El acercamiento de los diseñadores a la calle propició la convergencia de moda, juventud y vanguardia. Con la aparición del sector de consumidores jóvenes, vino a integrarse definitivamente entre los diseñadores una mayor ansia de experimentación, tanto en lo tecnológico como en lo formal. El prototipo de joven rebelde, difundido a través de las representaciones encarnadas por Marlon Brando y James Dean, legitimaba de alguna manera la ruptura con las reglas precedentes, en especial con la rigidez de la inmediata posguerra. En ellos nacía una actitud desafiante y sentimental que habría de expandirse a toda la sociedad y perpetuarse más allá de la moda. Basta observar al Stanley Kowalsky de *Un tranvía llamado deseo* (Elia Kazan, 1951), cuya imagen no ha perdido un ápice de su modernidad sesenta años después⁴.

El drama de Tennessee Williams ofrece un excelente cuadro del nuevo panorama social: Nueva Orleans como ejemplo de “cosmópolis” multicultural, la música⁵ confundiéndose con el rumor de una urbe insomne, casi histérica; y, allí, entre ruidos y asfalto, el prototipo del joven del futuro, arrogante y excesivo, pragmático hasta la crueldad, pero, al mismo tiempo, con un fondo de civilizada nobleza o quizás una cierta aquiescencia con las normas del mundo que lo rodean. Así se lo expresa el personaje de Blanche Dubois –personificación de un pasado que se desvanece: el de la costura, entre otras cosas- a Kowalsky: “Yo diría que eres franco, simple y honesto. Primitivo seguramente”⁶. ¿No había sido el “primitivismo” el germen de la modernidad en las Bellas Artes?: “Usted y yo somos los dos artistas más importantes de nuestra era: usted en el estilo egipcio, yo en el moderno”, le había dicho unas décadas atrás, en 1908, el aduanero Henri Rousseau a Pablo Picasso, en un aserto que todos se tomaron a broma y que luego fue cobrando más y más sentido para la crítica contemporánea, que localizó en el arte de la Antigüedad y en el de las culturas no occidentales las fuentes principales de la renovación estética protagonizada por las primeras vanguardias.

La chaqueta deportiva y la camiseta sudada de Brando, sus maneras groseras y desenvueltas, señalan un punto de no retorno. El nuevo decoro, la crudeza “primitiva” del comportamiento juvenil⁷, donde gana

4 La escena que mejor muestra esa vigencia es una de las más difundidas de la historia del cine: en ella Kowalsky se despoja de su camiseta sudada ante una desconocida, Dubois, sin ningún pudor e incluso con manifiesta agresividad sexual. Se puede ver el fragmento en Youtube: http://www.youtube.com/watch?v=o_lToyPAUyE

5 “En este barrio de Nueva Orleans siempre se está cerca de una esquina donde hay un bar con un piano sobre cuyo teclado se deslizan con facilidad unos dedos morenos”, Tennessee Williams: *Un tranvía llamado deseo*. Versión española: Enrique Llovet. Ediciones MK, 1988, Madrid. Edición original, 1947.

6 *Ibidem*.

7 “Los cuatro hombres son viriles, están en el apogeo de la vida y son fuertes, claros y directos como sus camisas”, *ibidem*.

terreno lo afectivo sobre lo formal y lo expresivo sobre lo bello, determina en la segunda mitad del siglo una subversión del gusto que alcanza el paroxismo en máximas como aquella de Gianni Versace cuando decía “no creo en el buen gusto”. Las tendencias de la calle, donde conviven en relativa armonía multitud de culturas y etnias, rangos de edad y posición económica, profesiones y niveles de educación, fobias sociales y parafilias inusitadas, han ido socavando los principios que regían la creatividad para dejar las puertas abiertas a todo tipo de lenguajes. Los jóvenes, fundamentalmente, son quienes articulan todas esas influencias en su imagen, creando *looks* individuales, estilos personales o estéticas de grupo que exploran todas las posibilidades de la moda.

Swinging London

Mientras la Alta Costura estaba viviendo su época dorada, que arranca oficialmente en 1947 con la colección *Corolle* de Christian Dior, la generación de los nacidos en torno a 1930 preparaba el cambio. En 1955, en pleno auge del “*New Look*”, Mary Quant abrió su primera *boutique*, Bazaar. La diseñadora fue la primera en responder a la demanda de los jóvenes londinenses, entre los que ya surgían subculturas urbanas como los *mods*. En un principio se dedicó fundamentalmente a seleccionar las existencias, pero el éxito de un pijama de su propia creación, reproducido en *Harper's Bazaar* y adquirido por una industria americana, así como la dificultad para encontrar ropa capaz de satisfacer el ansia de novedad de su clientela, la empujaron a diseñar.

Quant se situó en el extremo opuesto de la Alta Costura al basarse en estructuras extremadamente simples para hacer prendas fáciles de llevar y de combinar. Bajo el logo de la margarita blanca, floreció una de las primeras “multimarcas” de moda, con medias de colores impactantes como el más característico de una amplia gama de productos. La combinación de distintas prendas y complementos permitía crear un *look* ajustado a la personalidad, que además podía renovarse con facilidad gracias a la constante aparición de nuevos y atractivos diseños. El concepto comercial de Quant y su socio y marido, Alexander Plunkett, es prácticamente tan importante como su producto: Bazaar fue la primera *boutique* que ofrecía música a todo volumen y aperitivos, además de abrir hasta más tarde que ningún otro comercio. Un lugar donde el consumidor de la nueva generación se encontraba cómodo y asumía la integración de la moda en su vida social.

La noción de “moda como estilo de vida” se forja entre los jóvenes londinenses. La firma Biba, creada por Barbara Hulanicki y James Fitz-Simon, terminaría de afianzar la idea con una imagen de marca arrolladora y unos espacios comerciales a los que los jóvenes podían acudir simplemente a pasar el rato, sin tener necesariamente que comprar ni sentirse reprendidos por ello. Productos de todo tipo, desde maquillaje a alimentación, expandían los límites de la moda e invitaban al consumidor a sumirse en el estilo propuesto por la diseñadora de origen polaco, que cohesionó definitivamente la imagen del Londres de los años 60.

Ese joven objeto de deseo

La eclosión juvenil del *Swinging London*, cuyos más prominentes embajadores fueron The Beatles, tuvo una importante repercusión en la nueva generación de diseñadores. En Francia y Estados Unidos la industria comienza a aceptar propuestas cada vez más radicales y los medios, a hacerse eco de la revuelta. Poco a poco, la nueva estética va penetrando en la moda oficial, la de las pasarelas de París y las *boutiques* de Nueva York, y, al hacerlo, introduce en el mundo adulto el deseo por lo joven, lo nuevo y moderno.

En 1964, André Courrèges rompía todas las ataduras de la Alta Costura con su colección de primavera. La técnica impoluta aprendida de Balenciaga se unía a la simplicidad del estilo de la calle para crear una moda para el futuro, moda de líneas límpidas, colores planos y materiales tecnológicos. La minifalda

irrumpe en las pasarelas y los grandes nombres de la costura se escandalizan. Pero ya no hay marcha atrás. Muchos diseñadores incorporan inmediatamente el nuevo *look* a su repertorio y Jackie Kennedy da el espaldarazo definitivo al cambio luciendo una minifalda en 1966: la moda será joven o no será.

Saint Laurent⁸ fue quizás el primero en captar el signo de los tiempos, e incluso encarnó en sí mismo el ideal de juventud y talento; pero donde él fue desoído, comprendido solo por un puñado de mentes abiertas, Courrèges logró difundir al mundo entero la alianza de la moda con lo joven y vanguardista. Su estética tecnológica pensada para una mujer trabajadora fue ampliamente aceptada y copiosamente imitada. Al lograr imponer esa imagen hipermoderna y no poco teatralizada, Courrèges sienta las bases de la moda contemporánea, una moda que puede entenderse como espectáculo cotidiano y que es en esencia un reflejo del empuje de la juventud y su anhelo de modernidad.

Aunque Chanel insistiera en negar el atractivo de la minifalda, la realidad se parecía más a lo que Brigitte Bardot decía sobre la ropa de la mítica modista: “Esto es para gente mayor”. Las referencias de la moda de masas ya no eran la costura ni las damas de la aristocracia, sino los sencillos minivestidos estampados de la actriz, su melena suelta y su comportamiento despreocupado.

Entre la realidad y la ficción

Con los diseñadores de la *Space Age* puede decirse que la realidad superó a la ficción. Los Courrèges, Ungaro, Cardin y Rabanne se aventuraron en la utopía para marcar una época y dar el pistoletazo de salida al “todo vale” que rigió la moda posterior. Todos ellos, además de compartir un enfoque común, experimentaron con formas y materiales a la busca de resultados que afectaran al vestir del futuro, aunque muchas veces sus creaciones no pasaron del gesto simbólico.

No es el caso de Rudi Gernreich, al que puede considerarse como una especie de representante americano de la *Space Age*. Austriaco de nacimiento y emigrado a los Estados Unidos, el diseñador trasladó a su trabajo los principios de la Bauhaus alemana, lo que equivale a decir que llevó el diseño industrial a la moda. La adecuación de forma y función, la abolición de las fronteras entre la artesanía y el arte, la sublimación de la idea frente a la ejecución, la importancia de la reproducibilidad y el comercio para el gran público... Gernreich cogió el testigo de Claire McCardell, la gran renovadora de la moda norteamericana, y dio una vuelta de tuerca a su propuesta. Junto a diseños de geometría elemental, materiales industriales y colores deslumbrantes, su sentido del espectáculo (su verdadera vocación era la danza) le ayudó a potenciar las formas de promoción y exhibición de moda para repercutir con la máxima intensidad en la sociedad. Su alianza con la modelo Peggy Moffitt y el fotógrafo William Claxton (de la que nacieron los primeros videoclips de moda de la historia⁹), sus apariciones en los medios (el vestido suyo que hemos seleccionado para esta exposición protagonizó una histórica portada de la revista *Time* en 1967) y la polémica despertada por algunas de sus creaciones, fueron vitales para la recepción de su obra.

Como ejemplo de moda imposible, pocos diseños pueden ser tan elocuentes como el “monokini” de Gernreich, que vio la luz a mediados de los 60 (si bien había sido diseñado en la década anterior, inspirado en los bañadores infantiles de principios de siglo)¹⁰. Con él se rompían todos los tabúes sobre el cuerpo, al

8 “(...) *ce jeune homme timide aux allures d'adolescent*”, como le había llamado la periodista de *Paris Match* Sabine Cayrol, en enero de 1958, en una entusiasta reseña de la primera colección del modista para Dior.

9 Basic Black (así se titula el que está considerado el primer vídeo de moda) se puede ver en Youtube: <http://www.youtube.com/watch?v=2ojaofcXmS8>

10 Sobre el “monokini” y su repercusión social: <http://en.wikipedia.org/wiki/Monokini>

integrarlo de forma efectiva en el propio diseño. No obstante, el “monokini” fue en realidad un gesto a medio camino entre la reivindicación y la autopromoción. Una ilusión futurista que valía al diseñador para continuar con su programa de integración de vida y diseño¹¹.

Al otro lado del océano, la vertiente más experimental la protagonizó, sobre todo, Paco Rabanne. El diseñador hispano-francés situó la moda al límite de lo razonable. Sus armaduras futuristas, contrarias a toda lógica del vestir, llevaron la imaginación de las clientas europeas a un mundo tecnológico y erotizado que recreó en el cine la Jane Fonda de *Barbarella* (Roger Vadim, 1968), vestida para la secuencia final por el mismo Rabanne. Su obra puede ser considerada como pura ciencia ficción desde la perspectiva del consumidor común, pero su aproximación a la indumentaria es también un medio para la fusión de arte y vida. Con sus construcciones de metal y plástico convierte el cuerpo en soporte artístico, establece el nexo que le faltaba a la moda con el arte y abre un campo de posibilidades que enseguida se revelaría fructífero.

Japoneses e italianos

En 1969, mientras el hombre llegaba a la luna, la moda ya regresaba del futuro. Antes de finalizar la década, lo retro ya había devorado la estética futurista de la *Space Age*. Las utopías de los 70 se encontraban más bien en el pasado, o en culturas exóticas, o en los movimientos sociales, o en paraísos psicotrópicos. Superado el fervor por las formas nuevas, la moda se concentró más en sus significados, en sus posibilidades para comunicar. Son los años del *boom* de las camisetas serigrafiadas con mensajes e imágenes de todo tipo y de la multiplicación exponencial de subculturas urbanas, cada una con sus propios códigos de indumentaria: *hippies*, *folkies*, *skinheads*, *heavies*, *rastas*, *disco*, *punks*... además de los activistas de género y políticos, que también alimentaron diversas formas de “anti-moda”.

El concepto de “anti-moda” tiene gran relevancia entre las propuestas más vanguardistas a partir de los años 70. La disipación de criterios sobre el gusto permitiría desde entonces seguir la moda o contravenirla, buscar el embellecimiento a través de la indumentaria o tratar de provocar el rechazo social. Con el advenimiento de la posmodernidad, la atomización de la oferta de estilos y marcas y el incremento del número de tendencias que se generan en la calle, nos permiten encontrar infinidad de experiencias que rayan con lo imposible.

Mucho de “anti-moda” tienen los diseñadores japoneses que durante los años 70 y 80 se erigieron como vanguardia de la moda occidental. Aunque con estilos completamente distintos, Issey Miyake, Yohji Yamamoto y Rei Kawakubo han formado una triada de referencia para las siguientes generaciones. Junto a ellos Kenzo Takada, Hanae Mori, Gnyuki Torimaru (Yuki) o Kansai Yamamoto trajeron a Europa y Estados Unidos una visión revitalizante. Un denominador común en su concepción de la moda es el distanciamiento entre el cuerpo y la vestimenta, heredado de la indumentaria tradicional japonesa. Una geometría rigurosa, independiente de las proporciones del cuerpo, rige la construcción del diseño en casi todos ellos. De ahí nace una estética monacal, tan estricta como delicada, un tanto andrógina y muy intelectualizada.

Otro foco importante de renovación, quizás el más influyente a nivel global, fue Italia, donde durante los años 70 marcas de reciente creación y otras de larga trayectoria protagonizaron una eclosión del sector sin precedentes. La eficaz reconversión de la industria textil al *prêt-à-porter* y la portentosa proyección internacional de la marca Italia, dieron salida a una larga lista de diseñadores que comprendían la moda como forma de arte. Capucci y Krizia experimentaron con formas y materiales; Pucci unió su nombre al

11 “I consider designing today more a matter of editing than designing”, Gernreich en entrevista a *Los Angeles Times*, 30 de enero de 1972.

estilo psicodélico de la década; Missoni o Fiorucci explotaron al máximo las posibilidades del color; Roberta di Camerino jugó con los significados de la indumentaria; Walter Albini se anticipó a los historicismos de los 90, al tiempo que hizo grandes aportaciones a la mejora de los mecanismos internos del *prêt-à-porter*. Y entonces llegaron Giorgio y Gianni.

La moda total

A partir de un momento difícil de determinar, el modista deja de ser un mero artesano, un escultor de tejidos que con más o menos espíritu innovador se enfrenta a la creación de un traje, para convertirse en un vórtice social, un punto de fuga donde confluyen corrientes de pensamiento, derivas del gusto y acontecimientos en general. Aunque el proceso creativo puede afrontarse todavía de muy diferentes maneras, el distanciamiento respecto al trabajo artesanal ha sido cada vez mayor y los diseñadores han adoptado cada vez más el papel de intérpretes del futuro inmediato¹².

Armani y Versace -Giorgio y Gianni-, se alzaron a principios de los años 80 por encima de todos los modistas del momento como los grandes intérpretes de su tiempo. Desde estilos antitéticos, lo que los dos consiguieron, además de marcar las dos tendencias principales de la década –la pragmática/laboral y la espectacular/festiva, no siempre excluyentes-, fue la expansión total de la moda. En el estilo de Versace, concretamente, confluyen no solo la historia del arte y la tecnología, sino el lujo y la vulgaridad, lo imposible y lo evidente, la moda de fiesta, la de calle y los complementos de todo tipo, desde zapatos a menaje del hogar. Y al dar cabida a todo esto amplía radicalmente su *target* de clientes, lo que no podía sino verse reforzado por la flamante estrategia publicitaria que siempre acompañó a sus creaciones –estrategia de la que ha sido una parte más el rechazo provocado entre quienes consideraron su obra como un ejemplo de mal gusto.

El *prêt-à-porter* desplaza definitivamente la costura, que no obstante vive un resurgir importante en los años 80 gracias precisamente a la pujanza dada a la moda por los nuevos diseñadores. Nombres como los de Romeo Gigli y Franco Moschino; Thierry Mugler, Christian Lacroix o Jean-Paul Gaultier; Donna Karan y Marc Jacobs, Manuel Piña y Ágatha Ruiz de la Prada, por citar solo a unos pocos, se presentan ante el público como referentes de la modernidad o, más bien, de las distintas maneras de entender la modernidad. La moda termina por penetrar en todos los ámbitos y el diseño afecta a todos los productos de consumo. En España, donde se vive una confusa transición política, se crea la marca “Moda de España” y aparecen programas televisivos especializados (*De Moda*, en TVE), en un intento por asentar en el país una industria que se ha erigido en las últimas décadas como una de las más sustanciosas e influyentes del panorama contemporáneo.

Durante los 80 la moda dejó de ser cosa de unos pocos y también dejó de ser algo relativo simplemente a la “ropa bonita”. El poder comunicativo de la indumentaria, en un marco en el que la distinción social requería nuevas interpretaciones sobre el vestir y el actuar, difundió el consumo de moda a muy diversos

12 Ya en los años 60 Herbert Blumer describía así su visión del creador de moda:

“There were three lines of preoccupation from which they derived their ideas. One was to pour over old plates of former fashions and depictions of costumes of far-off peoples. A second was to brood and reflect over current and recent styles. The third, and most important, was to develop an intimate familiarity with the most recent expressions of modernity as this were to be seen in such areas as the fine arts, recent literature, political debates and happenings, and discourse in the sophisticated world. The dress designers were engaged in translating themes from these areas and media into dress designs. [...] above all, they’re seeking to catch the proximate future as it is revealed in modern developments”, en Herbert Blumer: *Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection*, Sociological Quarterly. 1969. En Barnard, Malcom (Ed.): *Fashion Theory. A Reader*. Routledge, Oxon, 2007.

niveles, desde el cliente de la Alta Costura al consumidor de firmas de confección (el imperio de la moda “instantánea” de Zara se consolida en España en esta década y llega a Estados Unidos en 1989). Y de alguna forma, ya todos consumimos moda: en el cine y la música, en la comida y a través de la televisión, en el mobiliario urbano y el *packaging* de cualquier producto¹³. El mundo entero se viste de diseño.

El resurgimiento europeo

La irrupción de los diseñadores japoneses tuvo, como ya se ha dicho, una enorme repercusión en los modistas de la vanguardia posterior. En Europa, concretamente, su influencia ha resultado muy fructífera, puesto que las propuestas más arriesgadas que encontramos en las últimas décadas se han apoyado en su concepción del diseño de moda.

Después de la confusión de signos que generó la posmodernidad en los años 80, los 90 suelen definirse como los años del minimalismo. Se produce una cierta “llamada al orden” motivada por la saturación formal, por el exceso cromático y la violencia de los volúmenes “ochenteros”. Sin embargo, en ese mismo contexto nacen -como no podía ser de otra manera, dada la heterogeneidad de la que venimos hablando- muchas de las visiones más radicales de la moda contemporánea.

La más localizada de esas propuestas es la que genera el grupo de los llamados Antwerp Six (Los Seis de Amberes)¹⁴, a los que suele asimilarse, por afinidad conceptual y geográfica, la figura descollante de Martin Margiela. El diseño de moda se ha convertido ya en este momento en una materia de estudio e investigación al más serio nivel. Belgas y holandeses, principalmente, formados en muchos casos en la Escuela de Amberes, recogen todo el bagaje intelectual del diseño japonés, las estrategias de los italianos, el pragmatismo de los anglosajones y la sensibilidad artesanal de los franceses. Y junto a ello, la consideración de la moda como una expresión artística más, que se puede vestir o puede convertirse en instalación museográfica.

Muchos diseñadores se embarcaron en la nueva vanguardia, más reflexiva, más crítica, con una visión más distanciada de la historia y una aproximación más prudente a los terrenos de la utopía: más adulta. Pero, como decíamos al principio de este resumen atropellado, lo imposible ya no existe. Prácticamente nada se escapa a un buen cálculo de probabilidades. Las estéticas “hipertecnológicas” de Helmut Lang y Hussein Chalayan, el desparrame de formas historicistas de Galliano o las visiones extremas de Alexander McQueen o Victor&Rolf conviven en nuestros tiempos con individuos comunes que se perforan el cuerpo o se lo tatúan, que se someten a cirugías complejas para cambiar su imagen o se visten con andrajos para demostrar su desprecio a la moda. La imagen es cada vez más compleja y tiene cada vez menos barreras que romper. La desnudez ha dejado de ser tabú, e incluso la pornografía ha sido fagocitada por la moda en su voraz avance por la historia¹⁵.

13 “Today, a designer’s creativity expresses itself more than ever in the marketing rather than in the actual clothes”, en Teri Agins: “What happened to fashion?”. En Welters, Linda y Lillethun, Abby (Eds.): *The Fashion Reader*, Berg, Oxford, 2007.

14 Los seis componentes del grupo son: Walter Van Beirendonck, Ann Demeulemeester, Dries Van Noten, Dirk Van Saene, Dirk Bikkembergs y Marina Yee.

15 Los libros *Kibosh* (2006, Damiani Editore, Bologna) y *Terryworld* (2004, by Dian Hanson. Taschen. Hong Kong; Los Angeles), del fotógrafo americano Terry Richardson, son un buen ejemplo de ello.

La moda en el Museo

“La juventud es una religión a la que uno
no siempre acaba convirtiéndose”,
André Malraux

La exposición *La moda imposible. Moda de vanguardia, 1960-2010* no pretende ser un compendio de lo que se esboza en estas líneas. Con ella no tratamos de resumir medio siglo de moda, fundamentalmente porque se nos antoja, esto sí, una misión imposible.

Este texto precipitado, un poco a imagen y semejanza de la moda de las últimas décadas, ofrece sencillamente algunas de las claves para entender cómo hemos llegado a la situación actual y por qué nos encontramos en el camino tantas experiencias extravagantes, tantas propuestas subidas de tono que parecen haber sido ideadas como afrentas al buen gusto. En síntesis, la idea que queremos transmitir es que ya solo existe el gusto subjetivo del consumidor, que puede decir, en su caso, que algo es “imposible de vestir”. Pero que realmente existan imposibles en el campo de la moda..., eso es algo que muy pocos defenderían.

La moda imposible. Moda de vanguardia, 1960-2010 es una oportunidad para disfrutar de algunas de las contribuciones de los diseñadores más importantes del último medio siglo. Prácticamente todos los que han sido nombrados en este texto están también representados en la muestra. Y es una gran satisfacción poder afirmar que todos ellos forman ya parte de la colección permanente del Museo del Traje. Los impactantes vestidos que sacamos a la luz nos brindan la oportunidad de ofrecer al público una mirada sobre las sorprendentes variaciones del gusto, en un paseo por la historia reciente.

No obstante, el discurso expositivo evita el clásico enfoque cronológico para sustituirlo por una ordenación temática. Las secciones de Materia, Color, Estructura y Mensaje articulan la exposición para encuadrar en esos aspectos concretos las innovaciones que hemos estimado más interesantes. A modo de epílogo, un último apartado titulado metafóricamente *Moda a la Carta* añade un apunte sobre algunas de las tendencias que han tenido mayor repercusión en la moda posterior: El look, La moda vintage y el DIY (“hazlo tú mismo”). Con esto, esperamos ante todo que el público se deje llevar por el espectáculo de la moda, por la extravagancia y la vanguardia, por las posibilidades infinitas de lo joven y desenfadado.

¡Déjense llevar por la moda imposible!

Los materiales que han revolucionado la moda

Lucina Llorente

Introducción

Cuando el hombre decide en el Neolítico abandonar su vida nómada y convertirse en un ser sedentario, está creando el escenario donde empezará a conocer y experimentar con las fibras textiles naturales que la naturaleza le brinda. A estudiar sus propiedades, su utilidad, sus posibilidades más allá de su apariencia y la manera cada vez más compleja de trabajarla se dedicó durante siglos. El diseño, el confort y hasta la funcionalidad de una prenda depende en gran medida de los materiales empleados en su construcción.

Pero el hombre no se conforma con tomar de la naturaleza lo que esta le ofrece, sino que propone alternativas, creando fibras que imiten a las naturales, cuando estas son escasas o costosas, y otras que superen algunas de sus propiedades –peso, resistencia, duración, coste-. Fibras distintas de las ofrecidas por el entorno, fibras desarrolladas en un laboratorio que sirvan a los nuevos intereses de los usuarios.

Y es a estas fibras químicas, a su origen, a su transformación y a sus aplicaciones, a lo que dedicamos este espacio. Pretendemos de manera didáctica recorrer el camino que a lo largo de los siglos XX y XXI han realizado las fibras químicas: fibras textiles que, gracias a la investigación y manipulación de ingenieros y químicos, aportan algo nuevo con respecto a las ya existentes, con la intención última de que nuestras vidas sean más cómodas y seguras.

Desarrollo de las fibras del siglo XX

El siglo XX ha sido el siglo de las fibras químicas, que, de manera general, comprenden las fibras artificiales y las sintéticas. En tanto que las sintéticas se obtienen de productos derivados del petróleo por síntesis orgánica, las artificiales proceden de materiales naturales, fundamentalmente la celulosa, por lo que su constitución química y muchas de sus propiedades son semejantes a las de las fibras naturales.

Conseguir una fibra semejante a la seda, tanto por su aspecto como por sus propiedades técnicas, se convirtió en el gran reto de todos aquellos que se dedicaron a la investigación de las fibras químicas y su aprovechamiento. Además, había que dotarlas de la longitud suficiente para poder ser tejidas; por ello, tras la obtención del material, se efectúa un proceso de consolidado y estirado (hilatura), hasta obtener un filamento continuo similar al de las fibras naturales.

El empeño investigador para obtener fibras químicas no es tan reciente como podríamos creer. Ya en 1664 el naturalista inglés Robert Hooke publicó un artículo donde sugería la posibilidad de producir una fibra artificial tan buena o mejor que la seda, siguiendo un proceso similar al que siguen los gusanos de seda. Pero este fue un intento puntual, ya que para que se consiguiera la materialización de esta idea hubo que esperar hasta 1884, año en que el químico francés Hilaire de Chardonnet dio a conocer la “seda artificial”, que cinco años después causaría sensación en la exposición de París. A Chardonnet se le recuerda por ello como “el padre del rayón”.

El siglo XX se convertirá en una carrera de empresas dedicadas a la investigación y producción de fibras, para ser las primeras en patentar y comercializar las nuevas que se iban descubriendo, así como a optimizar los distintos pasos de su procesado.

Repasaremos a continuación las fibras que más han contribuido a la evolución de la moda, presentándolas por orden de aparición: primero, las de rayón y acetato, el *nylon* y el poliéster, el elastano, las clorofibras y el lúrex, junto con otros materiales como el aluminio; dejaremos para el siguiente apartado los nuevos materiales, que expresan, hasta agotarlas, sus propiedades físicas, electrónicas, ópticas y químicas, y los textiles ecológicos.

Rayón

Tras su propuesta en 1884, habrá que esperar a 1910 para la fabricación del rayón a escala suficiente para su uso en indumentaria. Fue entonces cuando la compañía estadounidense Viscose empieza a producir el rayón cupro y rayón viscosa. Para el etiquetado se decidió que, cuando la fibra tuviese un acabado brillante como el de la seda, se llamase rayón, y cuando el acabado fuese mate, recordando al del algodón, se denominase viscosa. Las figuras 1 y 2 muestran respectivamente un tejido de rayón y un conjunto de Biba fabricado con viscosa.



Figura 1.- Vestido de rayón, Elio Berhanyer, 1970 (MT099840)



Figura 2.- Conjunto de viscosa, Biba, 1966 (MT104994)

Los primeros tejidos que se hicieron empleando el rayón fueron el crep, el terciopelo liso, el *tweed* y el *chiffon*. Además de presentar el aspecto similar a la seda (o al algodón en su versión más económica), el rayón encontró un amplio mercado gracias a ser una fibra muy absorbente, fácil de teñir, suave y cómoda para el usuario, y las prendas confeccionadas con él presentan muy buena caída. Estas propiedades han convertido al rayón en el gran protagonista de las telas para forros.

Acetato

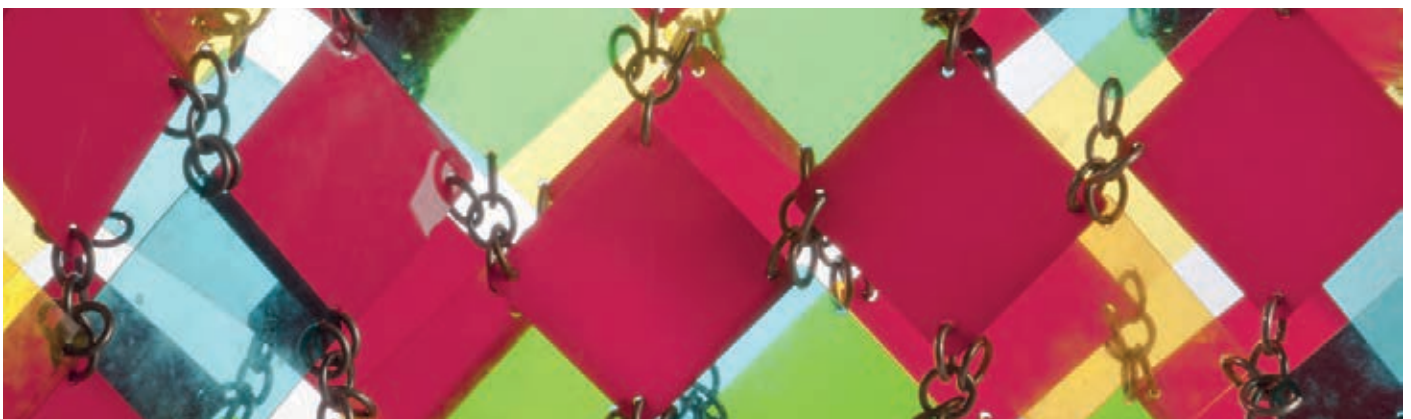
En 1924 hizo su aparición el acetato de celulosa (éster del ácido acético), celulosa purificada de pulpa de madera o pelusillas de algodón. El acetato de vinilo había sido inventado en 1865 por Paul Schützenberger y desarrollado por Arthur Little en 1893 para producir películas de cine, carretes de fotografía, etc.

Cuando se aplicó al mercado textil, la nueva fibra presentaba problemas: por ser una fibra termoplástica o sensible al calor, los consumidores se encontraron por primera vez con telas que se fundían bajo la plancha caliente, además de los inconvenientes de fijación del color durante el proceso de fabricación. Pero a pesar de estos inconvenientes, el acetato tuvo mucha aceptación por ser de tacto suave, apariencia lujosa y excelente caída, además de su bajo precio.

El acetato ha sido usado por grandes modistos. En 1962, Cristóbal Balenciaga había sacado al mercado un vestido confeccionado con este material. Sin embargo, será otro modisto español, hijo de una de las oficiales de Balenciaga, quien se convertiría en el “ingeniero de la moda” o el “metalúrgico”, como le bautizara Coco Chanel.

En 1965, Francisco Rabaneda Cuervo, en el mundo de la moda conocido como Paco Rabanne, registra la marca de accesorios Rhodoia para referirse a un plástico que tiene como base el acetato de celulosa. En colaboración con las modistas Rosier Bailly y Enmanuelle Khanh, lo utilizan para crear pendientes, gafas, cascos, etc, que frecuentemente Balenciaga le compraba como complementos de algunas de sus creaciones. Un año más tarde, en 1966, diseña su primer vestido construido con piezas geométricas de este material, unidas con anillas de acero inoxidable, como el que se expone en esta muestra en el apartado de materiales.

Figura 3. - Vestido de acetato, Paco Rabanne, 1970 (MT105126)



Aluminio

Pero si hay un material que identifique a Paco Rabanne es el aluminio conocido gracias al físico H. C. Oersted en 1825. Se trata de un metal no ferromagnético que se extrae del mineral conocido con el nombre de bauxita, por transformación primero en alúmina mediante el proceso Bayer, y después en aluminio metálico por electrólisis. De gran uso en la industria, este metal se caracteriza por su bajo peso, resistencia a la corrosión, fácil mecanización, y por ser relativamente barato. También de estas propiedades se benefician algunos diseños de moda. En el que aparece en la imagen, Rabanne construyó un vestido a base de círculos de aluminio unidos entre sí con anillas de acero.



Figura 4.- Vestido de aluminio, Paco Rabanne, 1967 (MT092637)

Nylon

No pasó mucho tiempo hasta que se conociera la primera fibra química sintética. En 1931 el químico Wallace Carothers, que trabajaba en los laboratorios de la compañía Du Pont, descubrió un polímero al que llamó "6,6" (las poliamidas llevan normalmente una numeración de dos números: el primero hace referencia al número de carbonos del ácido carboxílico y el segundo, al número de carbonos de amina). Cuando en 1939 dicha compañía lo saca al mercado lo denominó *nylon*.

Esta fibra se obtiene por polimerización del ácido adípico (que se encuentra como producto de degradación oxidativa de aceites) y hexametilendiamina. Como curiosidad diremos que el primer objeto que se fabricó con *nylon* fueron las cerdas de los cepillos de dientes; después vinieron las medias, aunque pronto se convirtieron en objeto de deseo para las mujeres porque la guerra las privó de su disfrute por la necesidad de la fibra para cuerdas de paracaídas.

La capacidad de la fibra de *nylon* para recuperar su longitud inicial al ser sometida a una fuerza de tracción la hace especialmente apta para lencería, medias, guantes, punto y prendas deportivas.

En esta exposición contamos con un mono en punto mecánico de *nylon* estampado con la técnica de serigrafía (figura 5), que nos demuestra la adecuación del material a una prenda desenfadada con toques deportivos.

En este mono el diseñador ha elegido el *nylon* con tratamiento Vanlon (sistema de hilado que consigue que la fibra presente una gran suavidad y de gran calidez).



Figura 5.- Mono de *nylon*, Ken Scott, 1969 (MT104914)

Poliéster

El poliéster es una fibra química sintética formada a partir de un polímero de macromoléculas extraído del petróleo mediante el proceso de polimerización. Aunque en los años 30 Du Pont paró la investigación sobre poliésteres en favor del *nylon*, que parecía más prometedor, se continuó su producción en Inglaterra, donde se produjo por primera vez. No obstante, Du Pont, deseosa por recuperar su liderazgo, adquirió en 1946 el derecho exclusivo de fabricar poliéster en los Estados Unidos, utilizando el nombre de Dracon. Habrá que esperar a 1953 para se inicie su producción a nivel mundial.

Tergal es la marca comercial que vendió más poliéster en nuestro país.

Las propiedades del poliéster que lo convierten en la fibra artificial de mayor uso son su resiliencia en húmedo y en seco, su estabilidad dimensional, su resistencia a la degradación por luz solar y a la abrasión, y por último su aspecto estético superior al *nylon*. Y todas ellas se aprecian en la pieza de la exposición, el vestido de Lanvin ilustrado en la figura 6.



Figura 6.- Vestido de poliester, Lanvin, 1974 (MT102789)

A finales de los 80 se producen microfibras de poliéster que con respecto a las anteriores aportan cualidades estéticas y táctiles mejoradas. En Japón consiguieron un poliéster que imitaba el sonido del “frufu” de la seda, y que eran capaces de absorber y disipar el sudor gracias a las perforaciones realizadas en la superficie de la tela. Años después aparece la tela conocida como “la piel de ángel”, un terciopelo de microfibras de poliéster y algodón.

Elastano

En esta secuencia histórica de las fibras químicas sintéticas hizo su aparición en 1958 el elastano, conocido por su gran elasticidad. Fue inventada por el químico Shivers, y la patente comercializada con la marca LYCRA® es propiedad de la compañía Du Pont. Conviene insistir en que lycra no es el nombre de la fibra, sino el de una de sus marcas comerciales, pues hay otros tipos de elastano que no son de dicha marca.

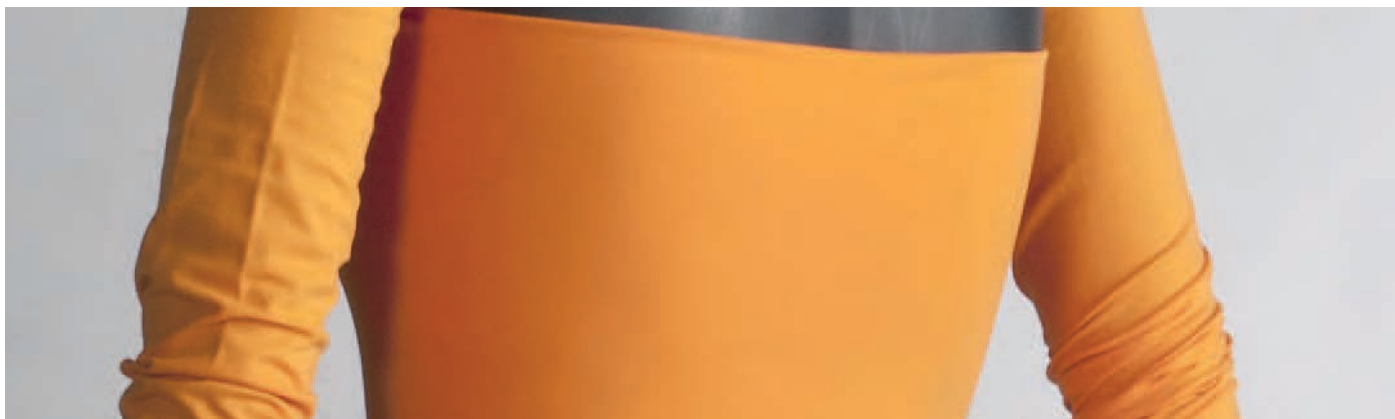


Figura 7.- Vestido de elastano, Star (C) Knakedhot, 1998 (MT104865)

La fibra consiste en un polímero de cadena muy larga, que contiene largos segmentos extraordinariamente flexibles junto con otros segmentos rígidos más cortos. Resiste ser estirada hasta un 600% sin romperse, lo que justificó que en Estados Unidos se la llamara en un primer momento *spandex*. Se aprovecha su gran capacidad de deformarse y recuperar su longitud inicial en prendas exteriores, trajes de baño, corsetería y calcetería. Es el textil más adecuado para tejidos elásticos sanitarios y ortopédicos, y en confección para puños y puntos de ajuste. La moda convirtió el elastano en el protagonista de la calle a partir de los años 80 (con Madonna como icono), y se empleó en todo tipo de prendas y de estilos, como en el de Star © Knakedhot (figura 7) que podemos estudiar en la exposición.

Clorofibras

Son unas fibras químicas sintéticas también llamadas polivinílicas porque los monómeros que las forman contienen un grupo vinilo. Pueden ser polímeros de dos compuestos distintos:

Vinyon, descubierto en 1939 y más utilizado en los Estados Unidos, que se obtiene como derivado del policloruro de vinilo. El vinyon empezó a utilizarse para prendas de bebés, aunque actualmente estas fibras forman parte de los textiles no tejidos por su poder aglutinante, ya que empiezan a fundir a 55°C. Algunas marcas, muy conocidas en su momento, son Rhovyl y Thermovyl.

Vynilon o vinalon, que se obtiene del polialcohol de vinilo. Las fibras son flexibles y duraderas, y por su capacidad para repeler el agua se utilizan preferentemente para gabardinas, paraguas y otras prendas para protegerse de la lluvia. Normalmente se combinan con una base de tejido de algodón o poliamida y hacen que ésta sea impermeable.



Figura 8.- Vestido de vinilo, Rudi Gernreich, 1967 (MT105005)



Figura 9.- Vestido de poliuretano, CdG, 1991 (MT102835)

Otra de las clorofibras es el poliuretano termoplástico, polímero elastómero lineal que no requiere vulcanización para su procesado. El poliuretano termoplástico se caracteriza por su alta resistencia a la abrasión, al desgaste, al desgarre, al oxígeno, al ozono y a las bajas temperaturas. Esta combinación de propiedades hace de este poliuretano un plástico muy utilizado en ingeniería. Fibra textil elástica, también se emplea en ropa deportiva y de baño, así como para otras aplicaciones especiales tanto de tejidos como de no tejidos (*non woven*). En textiles sirve para impermeabilizaciones de ropa y colchones, dada su permeabilidad al vapor de agua. De este material es un buen ejemplo el vestido de CdG ilustrado en la figura 9.

Aunque pudiera confundirse por tener el mismo aspecto en superficie, no es lo mismo un tejido de poliuretano que el charol, que es cuero cubierto con una o varias capas de barniz de poliuretano que le da un brillo característico. Este tratamiento impermeabiliza el cuero y lo hace más resistente. El uso del charol en el mundo de la moda se remonta a los años 20, y fue Coco Chanel quien puso de moda este tipo de acabado.

Lúrex

El lúrex es una fibra química sintética de poliéster cortada en finas tiras que se puede recubrir del color que se quiera. Cuando se empieza a utilizar en prendas, en la década de 1940, se suele teñir en dorado o plateado con la intención de simular los ricos metales del pasado. Después se utilizaron los colores que se iban poniendo de moda. En los años 80 y 90 volvió a tomar gran protagonismo, junto con el elastano.

En el conjunto de la figura 10 admiramos el resultado del empleo del lúrex.



Figura 10.- Mono de lúrex, Thierry Mugler, 1990 (MT103646) y Chaquetón de lúrex, Thierry Mugler, 1986 (MT103647)

Los nuevos materiales

A finales de siglo nos encontramos en el umbral de un nuevo mundo lleno de posibilidades en el ámbito de los materiales textiles, que pondrá a nuestro alcance un nuevo estilo de vida. En esta nueva era los textiles contarán no solo con la participación de productores de fibras, transformadores de las mismas y tejeduría, sino que nuevas disciplinas como la electrónica, la informática, la química, la ingeniería de materiales y la biología formarán parte activa en la consecución de nuevas fibras o la alteración de sus prestaciones.

Nanomateriales

La nanotecnología, como rama del diseño de materiales, pone en contacto los dispositivos e instrumentos más pequeños fabricados por el hombre con los átomos y las moléculas del mundo natural. Consigue así revolucionar el diseño de superficies para mejorar las cualidades estéticas y táctiles de los textiles, con frecuencia imitando el comportamiento de los materiales naturales, o inspirándose en ellos para resolver algunos problemas cotidianos.

Un ejemplo son los recubrimientos hidrofóbicos que se utilizan en muchas prendas. En 1975 el botánico alemán Wilhelm Barthlott descubrió las propiedades de autolimpieza de las hojas del nenúfar, que bajo el microscopio revelan que poseen una microestructura rugosa compuesta por “dientes” de cristales de cera. La combinación de la cera con esa rugosidad provoca que el agua resbale por la superficie y arrastre la suciedad. Se creó una analogía técnica de dicho proceso que este científico patentó con el nombre “efecto loto” (figura 11). Recientemente en colaboración con la empresa alemana BASF, Barthlott ha inventado un aerosol de “efecto loto” que se puede aplicar a prendas de vestir y calzado.

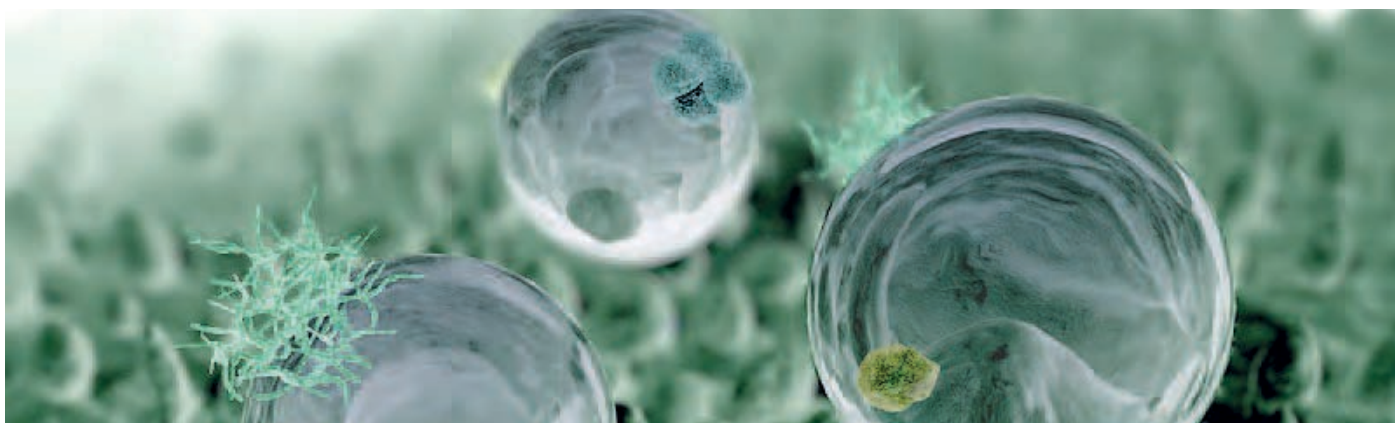


Figura 11. - Imitando la naturaleza. William Thielicke

Por su parte, la compañía suiza Schoeller, productora de una gama de textiles de alta tecnología para prendas de esquí, lanzó no hace mucho una tela autolimpiable que incluye nanosferas. Para lograr un efecto similar, el nano-tex de Burlington incorpora nanotubos de carbono (figura 12). Estos nanotubos, como otros nanomateriales derivados del carbono, son cada vez más utilizados en la industria aeronáutica y del automóvil, pues pueden ser más resistentes que el acero y más ligeros que el aluminio. Resultan así muy prometedores para aplicaciones textiles especiales que permitan reforzar las prendas.

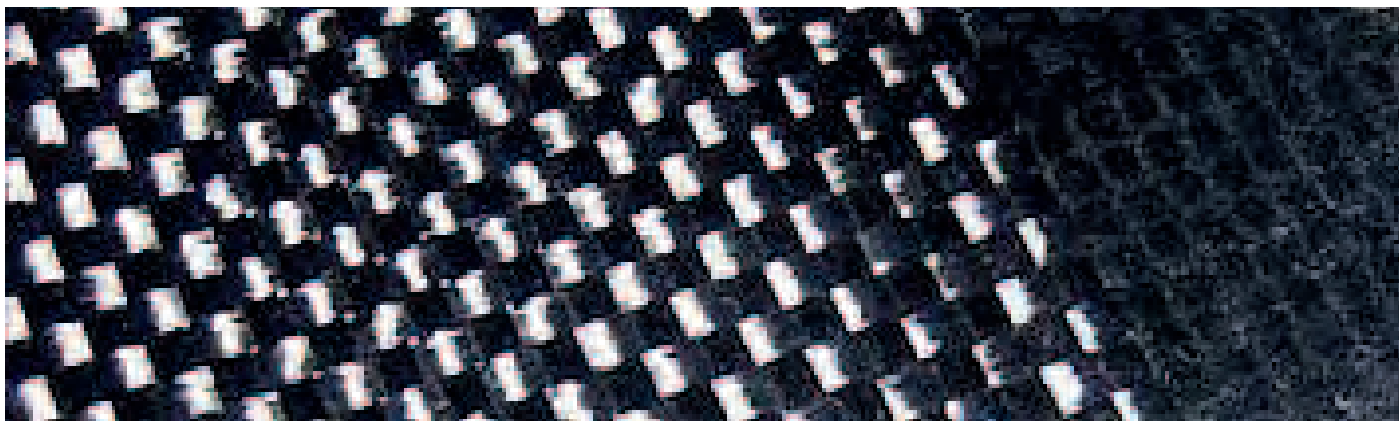


Figura 12.- Tejido construido con nanotubos de carbono. Foto: Hadhuey at German.

Por otra parte, en los comienzos del siglo XXI se está realizando un gran esfuerzo para emular las extraordinarias propiedades de la tela de araña, cuyo proceso textil es muy similar al de la seda. Se concibe como fibra natural del futuro, ligera, elástica y resistente, incluso más fuerte que el kevlar (poliamida sintetizada a partir de 1965 y comercializada por la casa Du Pont en 1972). En efecto, el hilo de araña es cinco veces más fuerte que el acero tensionado, elástico como el *nylon* y también se puede hacer magnético y conductor eléctrico. Se utiliza ya en el interior de chalecos antibalas y en el campo médico se emplea en reparación de nervios, tendones y huesos. Ya existen productos patentados, como la fibra de hilo de araña conocida como Spidrex, desarrollada por Oxford Biomaterials con personal del Departamento de Zoología de la Universidad de Oxford en 2003. Y algunas aplicaciones desarrolladas, como el chaleco antibalas.



Figura 13.- Chaleco antibalas con relleno de hilo de araña. Ethan E. Rocke, United States Marine Corps.

Textiles electrónicos

El Ministerio de Defensa norteamericano y el de otros países desarrollados llevan un tiempo invirtiendo en la investigación de nuevos materiales textiles para proteger a sus soldados. Por ejemplo, se ha fabricado un uniforme con materiales ferromagnéticos que actúa como una armadura líquida tan fina y flexible como una camiseta, que se transforma por impulsos magnéticos en una superficie dura y resistente.

Por otra parte, el desarrollo de fibras con propiedades ópticas y electrónicas hace reales textiles que solo se concebían en la ciencia ficción. Prendas dotadas de iluminación, con sensores de temperatura, presión u otras magnitudes físicas, o incorporando microsistemas químicos, electromecánicos e informáticos que controlen o adviertan del estado de quien las viste.

En un futuro muy próximo, las tiendas de ropa venderán prendas autolimpiables, inhibidoras de gases nocivos, protectoras contra alergias y agentes externos, suministradoras de medicación por vía tópica, generadoras de energía calórica de origen solar, rehabilitadoras de lesiones musculares, o con funciones de monitorización de enfermos con conexión a Internet... La ropa contribuirá a mejorar nuestra calidad de vida como no se imaginaba hace pocas décadas.

Textiles ecológicos

Finalmente, no podemos ignorar las ventajas de los textiles ecológicos. En lugar de concentrarse exclusivamente en el aspecto de una tela, hay una corriente creciente de diseñadores con un modelo para el desarrollo de telas “ecologicamente inteligentes”, que implica un replanteamiento de los materiales y los procesos empleados en el sistema de producción de telas y en la cadena de suministros. Pigmentos, productos químicos, blanqueadores y catalizadores, así como la idoneidad del propio textil para el reciclado pasaron a ser objeto de un análisis minucioso. Consideraciones sobre las que deben centrar su atención los científicos creadores de los tejidos del futuro.



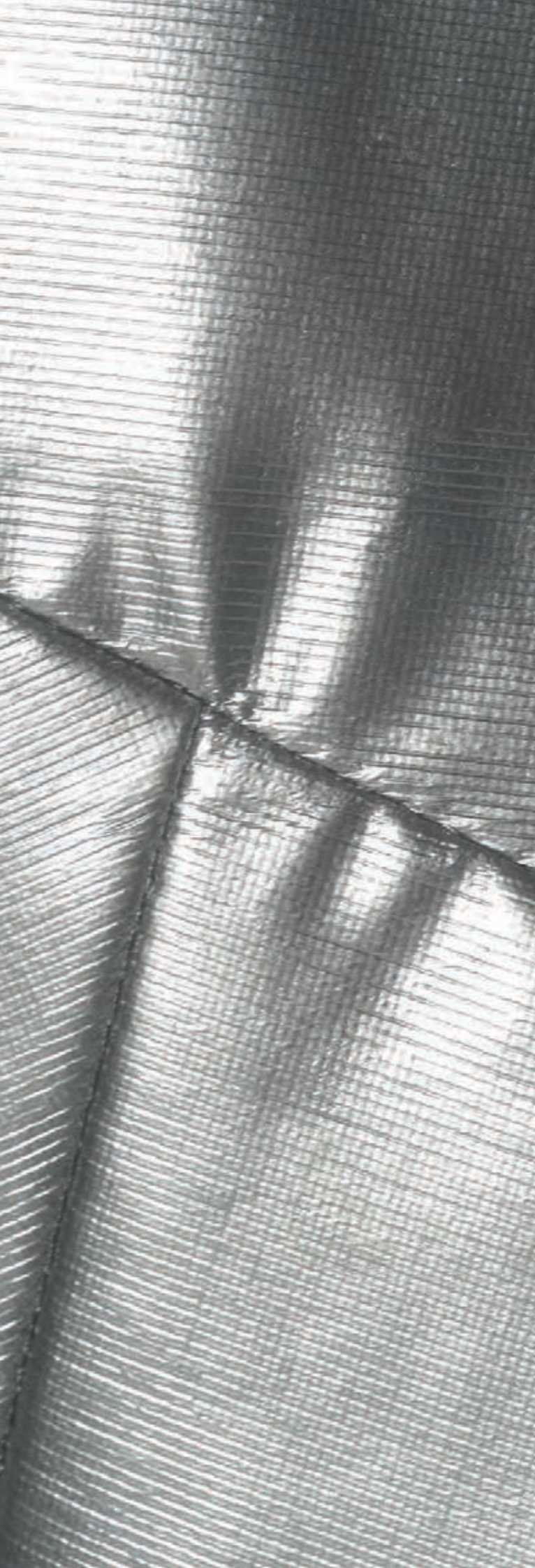
Materia

El diseño, el confort y hasta la funcionalidad de una prenda dependen en gran medida de los materiales empleados en su elaboración.

Aunque inicialmente se utilizaron fibras naturales, la tecnología ha permitido proponer alternativas, creando fibras químicas que imiten a las naturales cuando son escasas o costosas y otras que superen algunas de sus propiedades o aporten ventajas específicas para los nuevos intereses de los usuarios.

A lo largo del siglo XX han ido apareciendo las fibras protagonistas de esta exposición: el rayón, el acetato, el *nylon*, el poliéster, el elastano..., que se optimizan y mezclan.

Hoy la elaboración de textiles precisa no solo del concurso de productores y transformadores de fibras y tejeduría; nuevas disciplinas como la química y la ingeniería de materiales, e incluso la electrónica, la informática y la biología, forman parte activa en la consecución de nuevas fibras que contribuirán a que nuestras vidas sean más cómodas y seguras.



1. Vestido, 1991, punto de poliamida con cobertura de poliuretano.

Comme des Garçons (MT102835)

Rei Kawakubo, creadora de la marca Comme des Garçons, consigue que sus diseños provoquen casi siempre un fuerte impacto visual. Respecto a ellos, es posible hablar de líneas arquitectónicas o esculturales. Si en los años 80 se distinguen por una línea monocromática donde el color negro es el protagonista, en los 90 su paleta de colores se va expandiendo, e incluye los metalizados y colores brillantes como el rojo.

Más preocupados por la filosofía de la moda que por la estética de sus diseños, muchos de los diseñadores procedentes de Japón se especializan en la anti-moda, con prendas deconstruidas, austeras y de formas asimétricas. En este vestido, donde las piezas del patrón encajan como si fuera un *tangram*, vemos cómo la línea suelta se aleja de cualquier sugerencia sensual, acercándose más a la idea de uniforme que a una prenda de calle.



2. Chaqueta, 1989, gros de Tours de algodón. Maison Margiela (MT103691/92)

Lo primero que llama la atención de esta original chaqueta es que tiene las costuras cargadas y dispuestas hacia fuera, como si la prenda estuviera vuelta del revés. Las mangas están cosidas solamente en la parte del delantero, mientras que la espalda se resuelve con una faja interior muy ancha, de goma negra, que une ambas mangas y cierra con velcro. Pero el punto más desconcertante lo encontramos en la parte superior de la espalda, donde presenta dos orificios en el lado izquierdo, en los que se engancha una pieza de metal plateado a modo de gancho, unido a una cuerda de *nylon* blanco remachada y que va hasta otro metal retorcido, inserto en el agujero del lado derecho, como si fuera una bala de algodón.

La Maison Martin Margiela representa desde su primera colección en 1989 el *sumum* de la modernidad europea del fin de siglo. Firma enigmática que aboga por la obra artística colectiva y por una original proyección comercial que la ha convertido en la marca de culto por excelencia, Margiela ha explotado algunos de los conceptos más interesantes de la moda contemporánea. La deconstrucción, el reciclaje, la relectura de formas históricas y proporciones, el procesualismo, el anonimato..., todo, desde sus colecciones al modo en que se enfrenta el proceso creativo, supone una vuelta de tuerca a las convenciones de la moda.







3. Chaqueta, 1986, terciopelo piloso de poliamida // Mono, ca. 1990, con tramas de seda y urdimbres de poliamida. Thierry Mugler (MT103646 y MT103647)

Pese a su aspecto espectacular, este mono de Mugler no descuida las necesidades del usuario: mientras que al exterior se muestra la poliamida de color dorado, se reserva para el interior la seda, que en contacto con la piel asegura la comodidad y libertad de movimientos, a pesar de lo ajustado de su forma. Completa el conjunto un abrigo negro y plateado, imitando piel de pelo largo, que pertenece a la colección otoño-invierno 1986-87, titulada *Hiver Russe*. Dicha colección fue concebida como homenaje a la estética rusa, con una mirada épica que sublima tanto el heroísmo de los militares soviéticos como la fastuosidad de la época de los zares.

Las creaciones de este diseñador exaltan la feminidad vinculando la moda con el espectáculo, ya que como bailarín conoce perfectamente el lenguaje corporal. Nadie como él es capaz de convertir a una mujer sobre un escenario en una figura impactante, desconcertante y sensual. Por eso sigue siendo el elegido por las divas del momento, como Beyoncé o Lady Gaga, para diseñar el vestuario de sus conciertos.





4. Vestido, ca. 1990, tereftalato de polietileno. W< (MT105114)

Este material, más conocido por sus siglas en inglés PET, es un tipo de plástico muy usado en envases de bebidas y textiles. Entre los usos que se dan a este tipo de fibra están las prendas desechables de bajo precio, como los grandes delantales que se utilizan en el despiece de reses o manipulación de alimentos. No sabemos con certeza si la inspiración le vino de ahí, pero según la propia web de W< “cada centímetro de sus colecciones tiene un mensaje que nunca deja indiferente”.

Perteneciente al grupo de diseñadores de moda flamenco Los Seis de Amberes, Walter Van Beirendonck se inspira en las artes plásticas y en la naturaleza, además de abrirse influencias étnicas. Los colores vivos y la extravagancia en las formas, como queda reflejado en esta prenda, protagonizan su espíritu iconoclasta, marcado también por el gusto por todo lo que trata del ciberespacio y la ciencia ficción. Así, en la parte inferior del delantero se puede observar el dibujo de un muñeco, un guerrero de estética robótica sobre fondo de llamas en negro, plateado, morado, amarillo y rojo. Se trata de una creación personal bautizada como *Puk Warrior*, para el cual desarrolló una historia que habla de un alienígena procedente de un planeta remoto donde los volcanes escupen goma de colores (como los que le rodean) y que vendría a la tierra para traernos un mensaje: “Conéctate. Besa el futuro”.





5. Vestido, 1998, acanalado “contra-mostrado” de seda. Helmut Lang (MT104894)

Lang crea en este vestido una sencilla pero muy elegante silueta en materiales de calidad, trabajados con alta tecnología. Resulta sorprendente la utilización de un tejido histórico trabajado en seda para ocultarlo bajo un acabado que lo asemeja a una fibra sintética. El juego habitual de las apariencias, que suele simular materiales de alta gama con otros peores, se invierte en esta pieza con un criterio muy elitista.

Formalmente destaca el cuello, redondo, con una pieza en forma de “C”, del mismo tejido y rellena con espuma, que recorre la parte posterior y los hombros, y cierra con cinta de velcro sobre el hombro izquierdo. Esta original solución nos remite a los collarines de descanso.

También desconciertan las visibles aberturas que presenta en los costados, más propias de una prenda de trabajo que de un vestido. Estas cierran también con velcro, lo que muestra la predilección del diseñador por este revolucionario sistema patentado por Georges de Mestral en 1955 e inspirado por la flor del cardo.

Lang lleva a su máxima expresión la moda minimalista de los 90 y avanza la moda del siglo XXI: líneas definidas, cortes cuidadosos y nueva apariencia de los materiales que componen un diseño no carente de elegancia.







6. Chaqueta, 2003, poliuteroano transparente con aplicación de mechas de piel de zorro y tiras de piel de cordero. Fendi (MT106253/54)

En esta chaqueta los materiales son empleados de manera totalmente diferente a sus propiedades. El fondo de la prenda, la parte más pegada al cuerpo, se construye a base de una película de poliuretano, plástico frío y rígido totalmente opuesto al confort de la piel. Por el contrario, en la decoración exterior se utiliza la piel, jugando al equívoco de que parezca una pieza entera de este material. A nivel simbólico llaman la atención los colores elegidos: el inocente corderito es aquí gris oscuro y el depredador, el zorro, aparece en un cándido color blanco.

De esta manera, todo tiene un lugar y un color que no le corresponde, con lo que se convierte el diseño en un compendio de rupturas de las reglas.

Karl Lagerfeld, director creativo de Fendi desde 1977, buscó con esta colección para Fendi romper con los límites de la tradición artesanal de la firma italiana. La inspiración nacida de la película *Blade Runner* se encuentra con lo medieval y lo renacentista en una propuesta que muestra la cara más arriesgada del diseñador alemán.





7. Minivestido, 1967, punto de lana beis y tiras de vinilo. Rudi Gernreich (MT105005)

Rudi Gernreich llegó desde Austria a los Estados Unidos para destacarse como uno de los diseñadores más vanguardistas de su generación, precursor, entre otras tendencias, del estilo "*Nude Look*".

La forma simple del vestido se encuadra dentro de la tendencia minimalista de los años 60, potenciada por el color blanco roto en clara alusión a la inocencia juvenil. Contrasta el empleo de dos materiales tan diametralmente opuestos como la lana, utilizada como símbolo de calidez, de vuelta a la naturaleza, y el vinilo, nuevo material en indumentaria, de aspecto rígido y frío, difícil de moldear, que impone un corte sencillo y una construcción nada compleja. Lleva las dos franjas de vinilo colocadas estratégicamente, una bajo el pecho y la otra bajo la cintura. No expone a la vista ninguna zona íntima pero sugiere la desnudez.

Gernreich capitalizó la modernidad en la moda americana durante las décadas de 1960 y 1970.



**8. Pantalón largo de campana,
1967, crep de lana negro //
Chaqueta, 1972, acetato negro //
Jersey, 1980, punto elástico de
poliamida transparente de color
negro. Courrèges
(MT924772, MT103534 y MT103567)**

Courrèges aprendió de su maestro Balenciaga a trabajar con todos los nuevos materiales que iban apareciendo en el mundo de la moda. Lo importante no era su origen o su coste, sino el volumen o el movimiento que con él se consiguiera. Independizándose de su maestro, otorgó a la indumentaria femenina una mayor simplicidad, con prendas que permiten más libertad de movimiento y comodidad. En 1965 lanzó una colección denominada *Era espacial*, que revolucionó el mundo de la moda. Las formas de estos diseños son geométricas: se basan en cuadrados, trapezoides y triángulos. Formas que resultaban potenciadas por el empleo de colores brillantes. Una de sus señas de identidad de esta época es la minifalda, prenda que fue el primero en adaptar para un desfile de Alta Costura, lo que causó un enorme revuelo en el mundo de la moda. Courrèges pasará a la historia como el creador de una moda destinada a la juventud más dinámica, pero aceptada también por un mundo adulto que, gracias a su aportación, comenzó a sentirse atraído por el diseño más moderno.

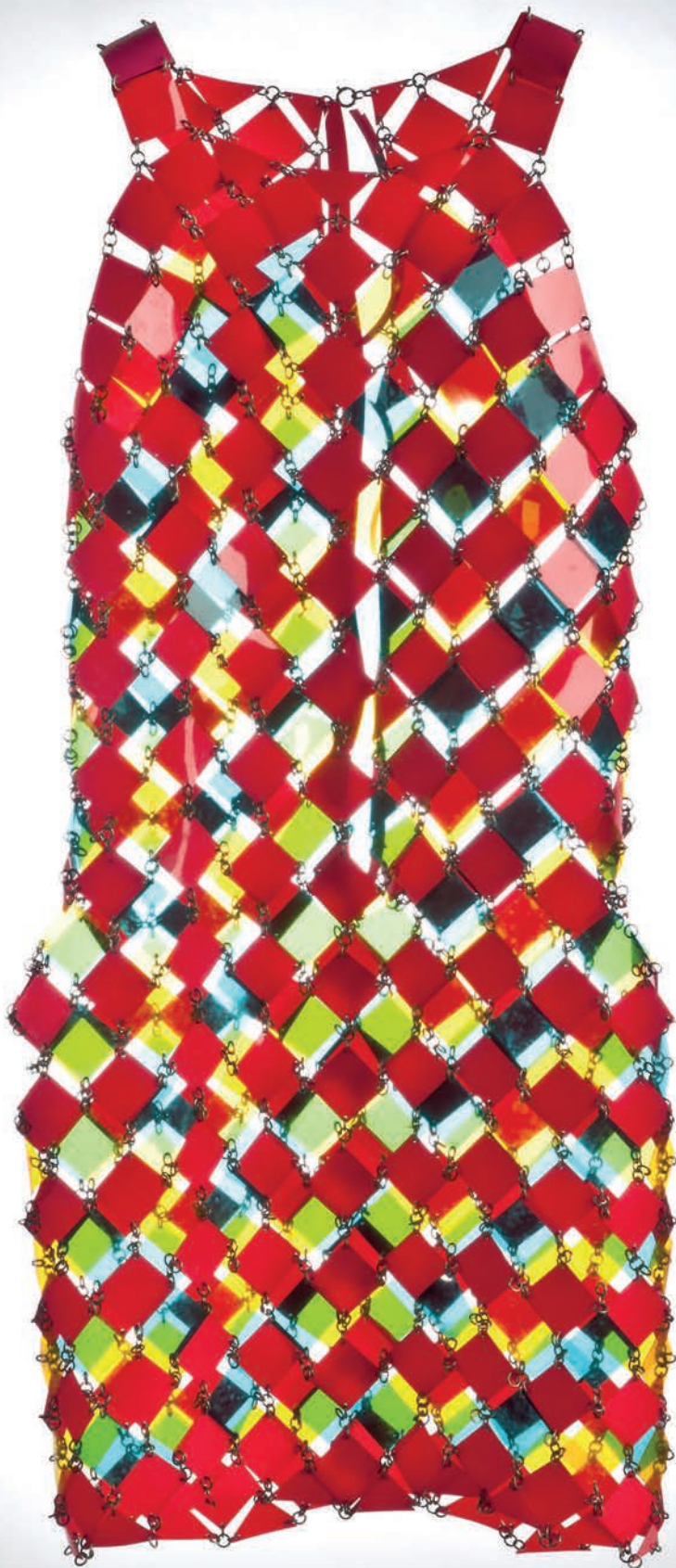




9. Vestido corto, ca. 1970, realizado con pequeñas placas recortadas de acetato. Paco Rabanne (MT110487)

Este vestido es un *collage* de formas geométricas y colores: cuadrados, triángulos y rectángulos, de color rosa fresa, amarillo y azul crean un mosaico deslumbrante para la vista. Todas las placas están unidas y articuladas con anillas de acero en su color, una en cada esquina y otra anilla en el centro. El vestido es corto por encima de la rodilla y de línea evasé, forma geométrica simple impuesta por la propia naturaleza de los materiales. Supone además un acercamiento al estilo “*Nude Look*”, puesto que las placas amarillas y las azules son translúcidas y permite intuir el cuerpo a su través.

En 1965, Francisco Rabaneda Cuervo, conocido en el mundo de la moda como Paco Rabanne, registra la marca de accesorios Rhodoia para referirse a un plástico que tiene como base el acetato de celulosa. Un año más tarde, en 1966, diseña su primer vestido construido con piezas geométricas de este material, unidas con anillas de acero inoxidable. A ese primer modelo, en tonos dorados, le seguirían un sinnúmero de variaciones como esta, donde el color adquiere un especial protagonismo.





10. Chaqueta, 1982, tafetán de poliéster y nylon // Pantalón, 1983, piel de anguila.

**Krizia (Mariuccia Mandelli)
(MT105161)**

Los tonos metalizados de la chaqueta, dorados y cobres, y el color marrón oscuro del pantalón, construido a base de tiras dispuestas en vertical, son lo más convencional de este extravagante conjunto. Su aspecto es ciertamente andrógino, pero refleja cierta feminidad en el volumen curvilíneo de las mangas de la chaqueta, muy acorde con las siluetas de inicios de los años 80. Por otra parte, llama la atención el contraste entre el acabado tecnológico de la chaqueta y la rusticidad del pantalón, que en combinación crean un conjunto de lo más sugerente.

Histórica de la moda italiana más vanguardista, Krizia trabajó en sus comienzos faldas y vestidos basados en líneas simples, esenciales y frescas, jugando a mezclar blancos y negros. Más tarde, a partir de los años 70, se distingue por el uso de materiales poco convencionales, como el caucho, el corcho o la anguila, empleados de forma audaz, lo que le vale el apodo "Crazy" Krizia, asignado por la prensa especializada estadounidense.





11. Vestido, 2000, sarga cotonina de algodón con aplicación de tiras transparentes de acetato.

Xavier Navarro
(MT085741)

Es muy interesante la manera en que este artista invierte el orden de los elementos. Saca al exterior los que históricamente armaban el interior del traje femenino en forma de ballenas, aros y rellenos, para convertirlo en un escudo que proteja a la mujer y la eleve al nivel de lo inexpugnable.

La manera de colocar las tiras de acetato sugiere el movimiento de las ramas de un árbol y el color transparente de las mismas le añade una luminosidad mágica. Con un sencillo acetato consigue un resultado que nos hace pensar que podría haber utilizado fibra óptica. La contención y la sobriedad del tejido base desaparecen como si los flecos bailaran en el aire. La mujer que lo vista se convierte gracias a este vestido en una escultura en movimiento.

Xavier Navarro, retirado del mundo de la moda desde 2004, destacó como uno de los más arriesgados diseñadores del cambio de milenio. Inspirado a partes iguales por la naturaleza y los nuevos materiales, su obra presta especial atención a un factor por lo general ajeno a la moda, como es la luz.





12. Vestido largo, 2002, terciopelo bucleado de algodón y elastano.

Davidelfin

(MT104252/53)

Desde el punto de vista de los materiales empleados y abstrayéndonos del mensaje social que encierra, este vestido nos remite a la imagen de las momias egipcias envueltas en vendas. Pero, evidentemente, en la forma nada nos recuerda a un cuerpo momificado, ya que el diseñador español ha construido un diseño muy femenino con una línea muy elegante.

Estructuralmente está muy pensado, pues no construye un vestido con unas vendas cualquiera sino que el tipo que elige, con elastano en los orillos, le sirve para ceñir la estructura, que queda perfectamente armada, y las vendas van dibujando una línea sinuosa de gran plasticidad. El forro interior se encarga de conseguir que las vendas no se peguen al cuerpo, sino que se deslicen sobre él.

Delfín se ha servido de este material tan alejado de lo que entendemos por elegante o bonito para provocar una reacción de desconcierto en el espectador. Además, la colección *Cour des Miracles* comportaba una crítica social que despertó una intensa polémica.







Color

Como ocurriera en otros momentos de la Historia de la Moda, también en la segunda mitad del siglo XX el color ha servido para expresar una filosofía o manera de entender la vida.

Los vestidos minimalistas de los primeros años 60, algunos de aspecto casi infantil, encuentran en el color su aliado. La vuelta a la naturaleza trae el blanco como símbolo de la inocencia y de la libertad, al que se suman en distintas composiciones el verde hierba, el rojo cereza, el azul claro conocido como balada, el beis prelude o el violeta.

Estampados atrevidos, abstractos y de colores psicodélicos nos acompañan en el cambio de década, en combinaciones inusuales, y a veces hasta discordantes, impregnadas de estilo *kitsch* y *Pop Art*.

Los reflejos metalizados, propiedad hasta entonces de la Alta Costura, son recuperados por la juventud para entrelazarlos con el elastano y conseguir la estética “negra” discotequera de los años 80.

Después de este período tan barroco, se impone el momento arcaizante de los 90, que se servirá de grises, topes y tonos neutros en la indumentaria, que encontrará en la estética japonesa su manera de distinguirse.



13. Vestido, ca. 1965, bambula de seda. Valentino (MT102690)

Fiel a su estilo, Valentino construye un diseño elegante, de patronaje perfecto y sedas vaporosas que lo convierten en un arco iris en movimiento.

A principios de los años 60 Kennedy y su esposa Jacqueline visitaron la India. Este viaje sirvió para que la revista *Life* publicara un amplio reportaje en el que la comitiva se vio envuelta por los colores de este lejano país. Los colores sumados al concepto de iluminación espiritual asimilado por los *hippies*, convirtió a la India en una inspiración para la moda internacional.

En este vestido el color está aplicado en los hilos y la paleta se consigue uniendo tiras de los diferentes colores cosidas entre sí.

Tanto los colores escogidos como la manera de agruparlos responde a diseños de la India: rosas, naranjas, verdes, azules y marrones en armonías hasta entonces impensables en Occidente, que los jóvenes de los 60 adoptaron como los colores de la Naturaleza, con la cual querían fundirse, y que diseñadores de Alta Costura como Valentino elevaron a los palacios.



14. Vestido, ca. 1968, gasa de seda.

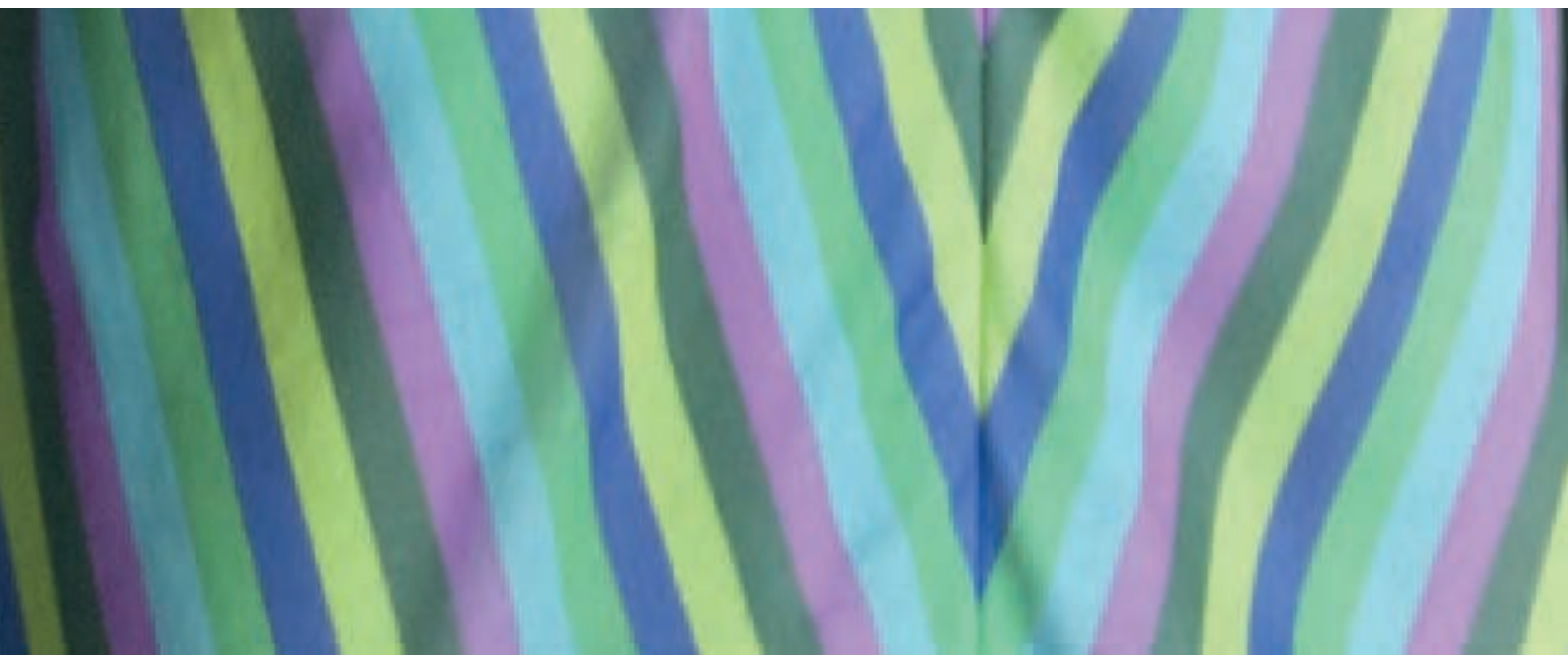
Oleg Cassini

(MT104934)

Esta pieza está decorada con estampación polícroma aplicada con rodillo.

Su paleta sigue la tendencia de los años 60, añadiéndole los tonos del Mediterráneo. En este momento la técnica de estampación no ha llegado al momento álgido que conquistará en la década siguiente y continúa con los métodos tradicionales de aplicación de los distintos motivos.

Cassini nació en Rusia en el seno de una familia aristocrática que se vio forzada a abandonar el país. Tras diversos avatares, entre los que destaca que fue amigo de infancia y compañero de esquí de Emilio Pucci y alumno de pintura de Giorgio de Chirico, termina estudiando moda en Francia con Jean Patou. En 1936 llega a los Estados Unidos y trabaja en principio como diseñador para Hollywood. Construye vestidos en los que, conservando la calidad de los materiales, busca un aspecto sencillo, cómodo, en colores que emplea la moda juvenil. Crea lo que podríamos llamar una elegancia *casual*, que tiene a Jacqueline Kennedy como protagonista: "Vestí a Jackie para convertirla en la estrella de una gran película, cosa que de hecho era, la primera dama más famosa de todos los tiempos. Me convertí en su secretario de estilo".





15. Vestido, 1974, punto elástico mecánico de poliéster.

Lanvin

(MT102789)

Este vestido pertenece a la colección de Bernard Devaux para el invierno de 1974 de la línea “*Diffusions*”, la línea joven y económica de Lanvin, inspirada en la moda urbana. La finalidad de Devaux era crear ropa cómoda y “ponible”, que fuera posible llevarla tanto para salir un fin de semana, como para trabajar. Toma de la moda del momento los vestidos largos del gusto *hippy*, los motivos decorativos étnicos y los colores psicodélicos de efectos ópticos propios de un calidoscopio. En manos de Lanvin, las fibras naturales son sustituidas por el acomodado poliéster, y los bordados y tintes naturales se transforman en una moderna serigrafía en vivos colores: morado, azul cian, blanco y azul marino, junto con los imprescindibles negro y blanco. Estos diseños, debido a su simplicidad y originalidad, hacen que los estampados sean atemporales.

Los temas de la calle son interpretados por las grandes firmas invitando a las mujeres acomodadas a vestir al estilo de sus hijas.





16. Conjunto, 1971, punto de seda.

Missoni

(MT105006/07)

La decoración en zigzag es una de las formas más reconocibles de la marca Missoni, que comenzó a utilizarla en sus prendas en 1962, cuando empezaron a trabajar con la máquina Raschel Capae, capaz de hacer estos dibujos. Debido a esto se las incluyó en el movimiento psicodélico, surgido en los 60 y presente en la década siguiente. Esta manera de trabajar el punto con tanto color les obligó a construir prendas de cortes lineales y sencillos para evitar distorsiones.

La casa Missoni se caracteriza desde el principio por el uso de materiales de primera calidad, riqueza de color y trabajo en punto. Siguiendo la estela iniciada por Coco Chanel y en paralelo a las experiencias refrescantes de Emilio Pucci, Ottavio y Roseta Missoni apostaron por el punto, concediendo a este tejido un nuevo valor, puesto que el trabajo de la casa es conocido principalmente por el cuidado carácter artesanal con que se confeccionan cada una de sus piezas. Con Pucci y Missoni, el punto dejó de asociarse a prendas de trabajo para ser elevado a la categoría de obra de arte.





17. Mono, ca. 1970, punto mecánico de seda. Emilio Pucci (MT102770)

Las fibras elásticas, junto con los estampados coloridos, se convirtieron, ya desde los años 50, en la marca distintiva de Emilio Pucci. En su visión de la moda se puede percibir su vinculación con el mundo del deporte. En este caso, se trata de un cómodo mono que presenta la apariencia de un vestido largo, con lo que saca partido de la comodidad del pantalón sin renunciar al empleo de la seda. El tejido de punto mecánico lo acerca al mundo del deporte, pero sin renunciar al *glamour*.

Su paleta de color es la propia del momento. A finales de los años 60, los *hippies* impusieron la psicodelia de vibrantes colores y efectos ópticos. A los colores de los 60 se suman el violeta, lavanda, rosas fríos, azul cielo, aguamarina, negros y blancos. Para la creación de sus estampados Pucci se basó en el uso de intervalos y superficies de colores y en la asimetría de éstos. Comenzaron siendo estampados inspirados en mosaicos bizantinos o en pinturas de Botticelli, para convertirse en estampados cada vez más geométricos con el transcurso de esos años 60.

Durante esa misma década, Emilio Pucci decidió incluir en sus estampados su firma -"Emilio"-, intercalada con los colores y motivos, con el fin de proteger su marca y la calidad de sus prendas. Se anticipó así a las vistosas firmas y marcas que invadirán las prendas durante los años 80.







18. Vestido, 1982, seda labrada.

Yves Saint Laurent

(MT105042)

Yves Saint Laurent, nacido en Argelia, vuelve muchos años después al norte de África y se enamora de la paleta cromática de los mosaicos marroquíes que se reproducen en sus diseños en diferentes combinaciones.

En este ejemplo, creación de Alta Costura, combina naranjas con púrpuras, magentas y negros en una combinación original y única. La propia colocación de los colores nos sugieren los azulejos de una pared, y el acabado del tejido, labrado y brillante, recuerda a las superficies esmaltadas.

Vestido elegante, de patronaje impecable, cuenta con la seda como perfecto aliado para imprimir distinción a pesar de los colores tan brillantes en arriesgadas combinaciones. Los mismos colores que habían tomados los trajes de las pistas de baile de las discotecas son empleados por la moda más exquisita del momento y se diferencian solo por los materiales empleados.

Saint Laurent, posiblemente el modista más importante de la segunda mitad del siglo XX, fue, entre otras cosas, el gran colorista de su época. Lo joven y la costura más exquisita encuentran en su obra la combinación perfecta.



19. Vestido, ca. 1980, organza.

Roberto Capucci

(MT102895)

Roberto Capucci es uno de los modistas más originales del panorama internacional, con una carrera que se remonta a la década de los 50. Sus combinaciones de color y sus volúmenes espectaculares proceden de su formación en Bellas Artes tanto como de su pasión por la naturaleza. Aborda sus diseños como una serie de estructuras arquitectónicas, conjugando línea, color, volumen y textura. Con ello genera formas que parecen sustentarse con independencia del cuerpo al que visten, motivo por el que está considerado como el gran escultor de la moda.

El color es un elemento imprescindible en sus creaciones, ricas en intensos verdes, fucsias, azules y amarillos que las convierten en piezas únicas por su indudable impacto visual.

Como artista, Capucci rechaza la producción industrial y dimite en 1981 de la Cámara Nacional de Alta Costura de Italia. Desde ese momento deja de participar en las pasarelas de cada temporada y se aparta de las tendencias marcadas por la moda. Las obras de Capucci parecen a menudo más adecuadas para ser exhibidas en espacios expositivos que para ser vestidas. Obras únicas y atemporales en las que prevalece ante todo el sello de la creación artesanal.





20. Mono, 1969, punto mecánico de nylon. Ken Scott (MT104914)

Este escueto mono está serigrafiado en colores rosas, morados y rojos, dibujando motivos geométricos y números, en clara referencia al mundo de las carreras. Los números de los coches y de los banderines de llegada se superponen y se aplican de forma asimétrica, empleando los colores de los años 60 pero en una tonalidad más apagada. El resultado es una prenda de imagen moderna, muy cómoda gracias al empleo del punto mecánico en *nylon*, que le confiere cierta elasticidad.

Ken Scott desarrolló toda su carrera en Italia donde comenzó como diseñador textil para convertirse en 1962 en diseñador de moda. Conocedor de nuevos sistemas de estampación, elige la serigrafía, que consiste en transferir una tinta a través de una malla o pantalla tensada en un marco. El paso de la tinta se bloquea en las áreas donde no habrá imagen mediante una emulsión o barniz, con lo que queda libre la zona donde pasará la tinta. Desde sus inicios, Scott destacó con unas prendas llenas de color cuyos principales motivos estampados eran las flores, no en vano se le llamó “el jardinero de la moda”. Fue el precursor de los desfiles-espectáculo, presentaba cada una de sus colecciones en un ambiente diferente, en un circo, en un campo de fútbol, etc.

Este mono perteneció a la actriz italiana Sandra Milo, conocida por sus dramáticas interpretaciones y su manera desenfadada de vestir la moda.





21. Conjunto, ca. 1985. Traje sastre, sarga de algodón // Camisa, tafetán de algodón. Chanel (MT104918 y MT104920)

Karl Lagerfeld llega a la casa Chanel en 1983 para insuflarle modernidad sin restarle un ápice de su incuestionable clasicismo y su sello inconfundible.

Prueba de ello es este conjunto que conserva los rasgos esenciales del traje sastre de Coco Chanel, pero renovando totalmente su apariencia. Un intenso verde lima combinado con ostentosos botones dorados y con una camisa del mismo color estampada por reserva rejuvenece la imagen de la casa. Después de los Juegos Olímpicos de Los Ángeles, en 1984, este color verde lima se pone de moda, a veces combinado con blanco, como en este caso, y en una combinación más arriesgada con azul.

Así, lo clásico se impregna de modernidad, del carácter juvenil que la propia Chanel rechazó introducir en su concepción de la moda. Pero además del color, la recta chaqueta del *tailleur* clásico se reinterpreta aquí con unas proporciones más próximas a las de las prendas marineras, más del gusto de las nuevas generaciones. El *tweed* es sustituido por una sarga de algodón, tipo tejido vaquero, que actúa como signo evidente del nuevo gusto que se impone.







22. Conjunto, 1991, tafetán y sarga de lana. Lacroix (MT104925/26)

En 1987, Christian Lacroix inauguró su propia casa de Alta Costura, y revolucionó las pasarelas con un estilo desenfadado, lujoso y a la vez juvenil, de líneas recargadas donde brilla la maestría de los artesanos de la costura. Creó también una línea de *prêt-à-porter*, cuyos diseños se inspiraban en diversas culturas, más sencillos y cómodos de usar a diario.

Este conjunto es un ejemplo de lo anteriormente expuesto. De patronaje perfecto, con materiales magníficamente trabajados y aspecto moderno, resume, sin ser una de las creaciones más espectaculares del modista, muchas de sus características principales. Si se presentara en un color neutro no se alejaría nada de los sastres minimalistas del momento, pero su policromía, resultado de un complicadísimo trabajo de telar que combina todos los colores, ofrece un resultado diferente, juvenil y un tanto iconoclasta. El tejido de pata de gallo aparece caricaturizado en la chaqueta, mientras que los tejidos labrados históricos se reinterpretan en el tejido de la falda.



23. Vestido tipo túnica, ca. 1972, punto mecánico de seda.

Yuki

(MT102827)

Es obra del diseñador Gnyuki Torimaru, que se cuenta entre los pioneros del diseño japonés en Europa, si bien en su caso parte ya de una formación occidental, puesto que se gradúa en el London College of Fashion en 1966. De ahí pasa a trabajar, sucesivamente, con Louis Feraud, Norman Hartnell y Pierre Cardin, hasta que en 1972 crea su primera colección.

Aunque la abundancia de color era una constante de la moda de estos momentos, Torimaru se inclinó por el empleo de tejidos monócromos, entre los que destaca su imprescindible blanco. En este color compone diseños inspirados en los hábitos de las vestales, sin costuras y sin apenas cortes. Prendas que apoyan en los hombros y se deslizan sobre el cuerpo sin oprimirlo, sin definirlo, creando un volumen escultórico próximo a las columnas estriadas. La pureza del color se une a la limpieza de la forma en clara armonía con la naturaleza, pero en lugar de elegir una rígida fibra se decanta por la plasticidad de la seda.







24. Conjunto, ca. 1989, punto mecánico de algodón.

Kansai Yamamoto
(MT104869)

Kansai Yamamoto fue uno de los primeros diseñadores japoneses que mostró sus colecciones en Europa, en 1971. Especialmente conocido por su trabajo durante los años 70 y 80, sus propuestas se han movido siempre en el terreno de la vanguardia más radical, con un público fundamentalmente juvenil. Su camino se presenta como una alternativa al ritmo convencional de la moda. Centrado en renovar el guardarropa masculino y fuera de los calendarios oficiales, es conocido sobre todo por sus colaboraciones con estrellas del pop como David Bowie o Elton John.

Desde sus inicios, la obra de Yamamoto está marcada por un intenso cromatismo que tiene que ver con la estética del teatro Kabuki. Del vestuario de estas representaciones ancestrales toma Yamamoto los elementos para sus diseños: colores vivos, alegres, chocantes y unidos a formas arriesgadas.

El conjunto expuesto, de gran originalidad, está compuesto por un cuerpo completamente asimétrico salpicado de campos de color y un pantalón formado por un *short* y sendas perneras que se unen al anterior mediante cintas, dejando el muslo parcialmente descubierto.





Estructura

Con la democratización de la moda, la variedad de formas propuestas por los diseñadores es cada vez mayor. Desde la simplicidad máxima de los patrones de inicios de los 60 al barroquismo historicista actual, la estructuración del vestir ha visto revisados y replanteados todos sus principios.

Diseños pragmáticos de estética juvenil se difunden rápidamente de acuerdo con los nuevos códigos de comportamiento social y la mejora ostensible de la calidad de la ropa fabricada en serie. El cuerpo gana protagonismo gracias a prendas ceñidas que facilitan el movimiento, y muchos diseñadores se sumergen en la investigación a la busca del máximo confort, terreno en el que tiene gran importancia la alianza entre la programación informática y los avances de la ingeniería textil.

Paralelamente a esa evolución, donde prima la funcionalidad del diseño, multitud de propuestas se abren a la extravagancia. Modas maximalistas con volúmenes imposibles, patronajes dados al virtuosismo, asimetrías, nuevas proporciones, deconstrucción, minimalismo radical, elementos decorativos que pasan a ser constructivos... una búsqueda incesante de la que resultan los patrones más innovadores.

**25. Vestido, 1963, louisiana
(derivado del tafetán) de algodón.
Marimekko
(MT103699)**

La minifalda llegó a la moda en los años 60 para convertirse en una de las prendas más icónicas del siglo. La simplificación radical de líneas que encabezaron los diseñadores más jóvenes y más próximos a las modas urbanas, condujo a un minimalismo estructural que trasladó lo decorativo a los estampados y a los complementos. Este “minivestido” trapecio, con estampado diseñado por Annika Rimmala y llamado Pippurikera (“bola de pimienta”), es buena muestra de los depurados patrones de la época.

La firma Marimekko nació de forma casi accidental para convertirse en un referente absoluto de modernidad desde los años 50. Armi y Viljo Ratia produjeron las primeras prendas con tejidos que algunos diseñadores gráficos de su círculo íntimo habían decorado a modo de prueba. El éxito no se hizo esperar y, en 1960, Jacqueline Kennedy adquirió ocho vestidos de la firma para lucirlos durante la campaña presidencial. Sencillez, juventud y vanguardia se imponían así en el panorama internacional con el sello del diseño escandinavo.







26. Traje pantalón, ca. 1966, crep de viscosa. Biba (MT104994/95)

Barbara Hulanicki y Stephen Fitz-Simon son los creadores de la firma que revolucionó el comercio del *prêt-à-porter* inglés a mediados de los 60. Con su irrupción en el mercado, la estética urbana que había nacido en el *Swinging London* de Mary Quant se difundió a gran escala, gracias sobre todo a lo asequibles que resultaban sus productos. Es ya legendaria la inauguración de su primera tienda en Abingdon Road (Kensington, Londres): hacia las once de la mañana había vendido todos sus vestidos y en la calle esperaba todavía una fila de clientas. Biba fue de las primeras firmas que comprendió el comportamiento de los nuevos consumidores de moda, generalmente por debajo de la treintena: “cuanto más alto sonaba la música, más rápido se movían las chicas y más gente aparecía en la tienda”.

Estrategias comerciales aparte, Biba ofrecía diseños muy sencillos, reconocibles por las mangas muy ajustadas que estilizaban brazos y piernas, con lo que se enfatizaba la silueta aniñada que causó furor en la época.



27. Túnica, ca. 1983, punto mecánico de acetato, *nylon* e hilos metálicos. Halston IV (MT104949)

Los materiales sintéticos ayudan a conferir a este vestido un acabado lujoso que encubre la extremada simplicidad del diseño. Se trata de una revisión de la túnica tipo *peplos* (la prenda básica femenina de la Grecia clásica), pero en este caso prendida en un solo hombro y dejando el otro desnudo. Vestidos como este han llevado a la crítica a considerar al americano Halston como precursor del minimalismo de los años 90, cuando se llevó el diseño a su mínima expresión.

La propuesta de Halston, que fue fervorosamente acogida durante la década de 1970 entre los protagonistas de la *jet set* del momento, dio lugar a un estilo sencillo que tendía a dejar el protagonismo al cuerpo femenino.

Figura central de la moda americana desde que creara el tocado *Pillbox* que lució Jacqueline Kennedy en la toma de posesión de JFK en 1961, Halston pasaría luego a la historia por el gran número de licencias otorgadas. Por ello puede ser considerado como pionero de una práctica hoy habitual, pero por entonces objeto de numerosas críticas.







28. Conjunto, ca. 1984, sarga de algodón. Azzedine Alaïa (MT102715/16)

“Si desde los comienzos hubiese querido hacer mucho dinero, lo habría hecho [...] Pero no estoy obsesionado con la moda. Hay más cosas en la vida que la moda, ¿no?”. Así habla el que está considerado de forma casi unánime como el gran *couturier* de las últimas décadas, el “rey del *stretch*”, el modista privado de la *jet set*, el heredero natural de la maestría de Madeleine Vionnet.

Azzedine Alaïa, tunecino de nacimiento adoptado por la moda francesa, dio sus primeros pasos copiando patrones de Dior, Balmain y Balenciaga. Ya en París, continuó su aprendizaje y comenzó a recibir encargos privados, teniendo que esperar hasta 1981 para sacar su primera colección *prêt-à-porter*. Sin embargo, Alaïa nunca se ha interesado por los ritmos de la moda y se ha mantenido por completo independiente.

Aunque formado como costurero, su estilo es esencialmente moderno. Con técnicas constructivas derivadas de la costura tradicional, montando cada prototipo pieza por pieza sobre modelos vivos –“la ropa que hago tiene que respetar el cuerpo”–, ha creado una estética radicalmente contemporánea reconocible sobre todo en sus vestidos ceñidos. No es el caso de este conjunto, en el que sí ofrece una interesante revisión de la blusa femenina en un tejido poco habitual.



**29. Vestido, 2000, punto de lana,
rayón, cashemere y poliamida.
Alexander McQueen
(MT106260)**

En la colección *Eshu*, McQueen tomó como fuente de inspiración la milenaria cultura Yoruba del África occidental. Lo étnico y lo industrial se fundieron sobre la pasarela en la que quizás es una de sus propuestas menos fastuosas, pero rebotante de interés como toda la obra del londinense. Este vestido de apariencia minimalista esconde una original estructura. La camiseta que ciñe el torso está formada en realidad por una vuelta del propio vestido, al que se une solo por el cuello y las mangas. Para lograr el efecto ajustado que ciñe la silueta y, al mismo tiempo, conseguir que el tejido caiga a la espalda formando una suerte de capelina, el diseñador ha dispuesto un sistema de ajuste interior, mediante correas con hebillas.

McQueen, el más espectacular y sugerente diseñador surgido en el fin de siglo, fue hasta su prematura muerte el favorito de algunas de las personalidades más importantes de la moda. Su carrera estuvo marcada por las pasiones que lograba despertar desde que la editora Isabella Blow comprara íntegra su colección de licenciatura en 1992.





30. Abrigo, 2002, gros de Tours de lana fría. Amaya Arzuaga (MT085345)

Capa y abrigo se fusionan en una pieza que pone de relieve la belleza de lo asimétrico. La rigidez del tejido permite construir un volumen recio, muy estructurado, en el que la manga pespunteada actúa como contrapunto decorativo, mientras que la capa/manga juega a reinterpretar las funciones de la prenda. Todo el abrigo es un guiño a la historia de la indumentaria española, desde las mangas folladas del siglo XVII a las estructuras de Balenciaga, pasando por la capa española y el color negro que fue característico de la moda española desde tiempos de Felipe II.

La diseñadora Amaya Arzuaga fue la primera española invitada a la London Fashion Week, en 1997, y se convirtió desde entonces en embajadora de la modernidad del diseño patrio. Su visión arquitectónica, muy influenciada por la estética de los diseñadores japoneses, en particular la deconstrucción de Rei Kawakubo, la convierte en una de las más vanguardistas de su generación. El movimiento, como el color negro, son habituales en sus creaciones inconfundibles.





31. Vestido, ca. 1975, tafetán de seda. Kenzo (MT094427)

Este vestido es una revisión de la camisa masculina tradicional. Su apariencia austera, nacida tanto del tejido como de la propia fuente de inspiración, esconde un complejo diseño altamente sugestivo. La primera sorpresa se encuentra en el material, pues está confeccionada en seda, pero con un tratamiento poco refinado, al punto de tener la apariencia de un tejido de lino. Por otro lado, el corte preciso, calculado, propicia el armónico juego de volúmenes y drapeados que saca el máximo partido de una tipología que difícilmente podría considerarse susceptible de alcanzar la elegancia que posee este vestido.

Kenzo Takada fue pionero del diseño japonés en Europa, adonde llegó en 1964, si bien no conoció el éxito hasta la década de 1970. Con su llegada empezaron a vislumbrarse las estéticas por venir, las prendas austeras y sofisticadas, el carácter sobrio y monacal unas veces, desenfadado y espectacular otras del diseño japonés, que estaba llamado a alterar los horizontes de la creación de moda.





32. Vestido, 1983, punto mecánico de lana y nylon.

Comme des Garçons

(MT102831)

Aunque la carrera de Rei Kawakubo, creadora de Comme des Garçons, comienza a finales de los 60, no es hasta principios de los 80 cuando desembarca en París para conmover los fundamentos de la moda. Si los Yamamoto, Kenzo y Miyake habían ofrecido un nuevo acercamiento al diseño, con una estética más contenida e intelectualizada, Kawakubo desconcertó a casi todos e hizo del término *deconstrucción* un concepto indisoluble de la moda posmoderna.

Apostando por materiales básicos (el punto de algodón es el máximo protagonista) y por una paleta de color que apenas se aparta del negro riguroso, Comme des Garçons propone en los 80 una nueva lectura del vestir. No se trata ya de enfatizar una determinada forma femenina, ni de crear una silueta más o menos fiel al cuerpo. Lo que plantea Kawakubo, y serán muchos después de ella los que continúen esa línea, es un diseño que se desarrolla en volumen con independencia de las convenciones occidentales sobre indumentaria y género. La ropa elude en sus patrones deconstruidos, de apariencia procesual, cualquier rasgo de sexualidad y cualquier otra función que no sea la de vestir diseño. Moda y belleza se someten a lo intelectual y abren una senda hacia nuevos imposibles.



33. Vestido, ca. 1986, punto de lana. Issey Miyake para Bergdorf Goodman (MT104837)

“Yo no creo una estética a la moda..., creo un estilo basado en la vida”. El Miyake Design Studio de Tokio fue fundado en 1970. El diseñador ya había pasado por los talleres de Givenchy o Geoffrey Beene antes de dar inicio a una de las obras más fascinantes de la moda contemporánea. Como Kawakubo, Miyake no se considera un artista, rechaza la creación como un producto individual, ha trabajado durante toda su carrera rodeado de colaboradores y ha dado lugar en su estudio a un verdadero laboratorio de investigación sobre la ropa y los tejidos.

Conocido tanto por sus formas inusuales –nacidas casi siempre del rectángulo, punto de partida de toda prenda de vestir-, como por sus tejidos tecnológicos –sus plisados para la línea Pleats Please son ya tan famosos como los de ortuna-, Miyake ha creado una moda perfectamente funcional al tiempo que se ha convertido en uno de los diseñadores más cercanos a la vanguardia artística, capaz de concebir piezas pensadas directamente para las salas de museos. La versatilidad es una de sus características principales, como se puede apreciar en este vestido o *sweater*, largo o corto, femenino o masculino.





34. Vestido, ca. 1989, sarga de lana fría. Yohji Yamamoto (MT105155)

Uno de los valores más reconocidos de la moda vanguardista de Yamamoto es su capacidad para anular las barreras entre el pragmatismo del *sport-wear*, parte indisociable del vestir contemporáneo, y la gravedad estética de la costura, campo en el que es uno de los creadores más destacados gracias a su espectacular interpretación del volumen y al irresistible atractivo de sus asimetrías. Pionero de la deconstrucción junto a Kawakubo, su acercamiento al diseño puede considerarse más convencional en términos estéticos. Si bien la sobriedad cromática y la revisión de la relación ropa-cuerpo-género le asimilan a su compatriota, sus creaciones tienden a satisfacer las nociones occidentales de belleza, gracias sobre todo a su magistral interpretación del patronaje.

Una profunda reflexión se esconde tras la aparente sencillez de vestidos como el expuesto. La asimetría domina toda la composición sin hacerse evidente en la impresión del conjunto. Frente y espalda están recorridos verticalmente por una curva sutil que confiere un elegante movimiento a la pieza, aun vista sobre un maniquí.



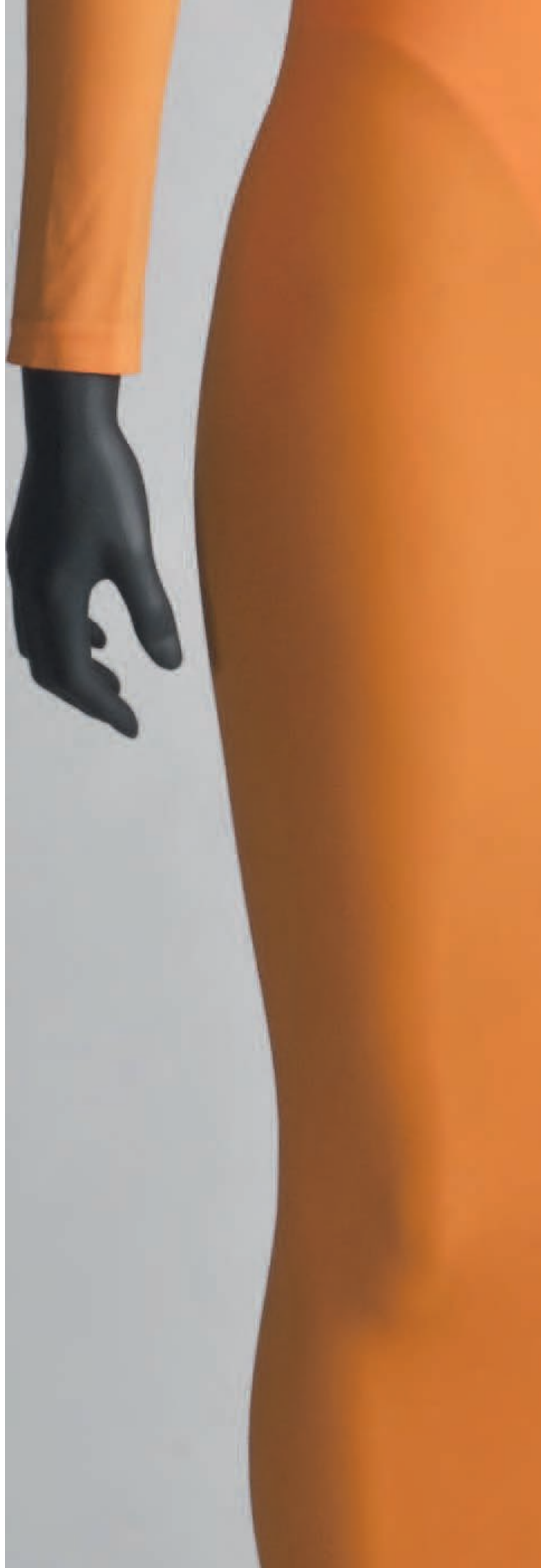


35. Vestido, 1998, punto de poliamida y elastano.

**Star (C) knakedhot
(MT104865)**

El polifacético diseñador Philippe Starck se asoció con la firma Woldford para crear una línea de prendas deportivas en las que se mezclan el minimalismo más radical, característico de los años 90, y la fiebre por el *body building*, más propia de la década anterior. El vestido está compuesto por una sola pieza sin costuras. En un extremo, se abrocha a modo de *body* formando una braga-tanga de talla alto, para subir ceñido al cuerpo y luego voltearse a la altura del pecho. La longitud resultante depende solo del criterio del consumidor. Se complementa con cinta para la cabeza y dos mangas sueltas que pueden prenderse con sendas pinzas metálicas, asegurando así que el escote palabra de honor permanezca en su lugar.

Woldford, compañía austriaca fundada en 1949 y especializada en punto, ha colaborado con numerosos diseñadores, y ha ampliado su oferta inicial de ropa interior a todo un catálogo de prendas y complementos. El francés Philippe Starck ha colaborado en varias ocasiones con marcas de moda, principalmente de tipo deportivo, y ha demostrado su versatilidad y su talento para crear diseños sofisticados y funcionales.





36. Jersey, 1996, punto de algodón.

Maison Martin Margiela

(MT103699)

Una etiqueta de algodón blanco, sin imprimación alguna, cogida con cuatro puntadas precisas que se dejan ver en el exterior de la prenda, es toda la identificación que tuvieron las piezas de la Maison Martin Margiela hasta 1997, cuando se introdujo su famoso código numérico. Lo conceptual es el leit motiv de la casa más iconoclasta de la moda europea de fin de siglo. En este jersey (que es un modelo similar al que posteriormente reeditaría la cadena H&M sobre un diseño para la línea MM6 del año 2000), la relectura de las proporciones, acometida con evidente ironía, crea un vestido versátil y confortable.

Nos encontramos, por un lado, ante una revisión del patronaje convencional, que altera la función de la prenda con un simple cambio de proporciones: el jersey se convierte en vestido. Y, por otra parte, esta mutación mueve a reflexión sobre la relación entre género e indumentaria, remitiéndonos las prendas masculinas vestidas por mujeres que el cine ha hecho populares como iconos de sexualidad.





Mensaje

El libre juego de significados de la indumentaria se ha convertido en una característica única de la moda contemporánea. La ruptura más acusada respecto al sistema precedente se encuentra en la consciencia adquirida por la moda y sus usuarios de su condición de lenguaje.

Tradicionalmente, la exhibición de estatus social o económico fue la motivación principal de una moda unívoca, monolítica. Desde mediados del siglo XX, los jóvenes comenzaron a lanzar mensajes distintos con su indumentaria. La moda se convierte en soporte mediático o artístico y es inmediatamente explotada por grupos sociales con diversos intereses.

Los significados se vuelven ambiguos y nacen nuevos ámbitos de elitismo: se crean códigos de moda entre sectores de jóvenes que solo son aceptados o comprensibles para ellos. De ahí toman los diseñadores la inspiración para sus propuestas más explícitas, aquellas en las que la palabra escrita, los símbolos, la iconografía *pop* o conceptos provenientes del arte y la política se alían con la indumentaria.

37. Traje pantalón, ca. 1972, sarga de algodón con aplicaciones de ante estampado.

Roberto Cavalli
(MT104908/09)

Desde que a principios de los 70 inventara y patentara un método revolucionario para la estampación en cuero, Cavalli despertó la atención del mundo de la moda. El momento era especialmente favorable, dado que lo *hippy* estaba definitivamente institucionalizado y la sociedad se abría a estéticas fragmentarias, como el *patchwork*, la mezcla de materiales y las influencias de lo étnico.

En 1972 abre su primera *boutique* en Saint-Tropez, convertido ya su estilo en sinónimo del *folk-chic*. Formas básicas con decoraciones glamurosas, abundancia de *prints* animales, combinaciones arriesgadas y un enorme interés en las posibilidades del *denim* como tejido básico son sus señas de identidad. Los parches característicos de su primera época, usados con profusión en el conjunto expuesto, recogen imágenes variadas que resumen la filosofía vitalista de la época, exultante de amor a la naturaleza y mentalidad lúdica.





38. Vestido *The Souper Dress*, 1967, celulosa sobre entramado de algodón (MT105117)

Los vestidos de papel tuvieron un breve y fulgurante éxito a finales de los años 60. Aunque ya en el siglo XIX se realizan prendas de papel, no es hasta 1966 cuando encontramos el primer vestido moderno acreditado en este material. La Scott Paper Company de Philadelphia vendió medio millón de sus Paper Caper Dress, al módico precio de 1'25\$. El éxito se explica por la viveza de los estampados, que podían ser más arriesgados por la propia naturaleza efímera del vestido. Así, los motivos pop encontraron en este tipo de vestidos un soporte muy adecuado.

Es el caso del *Souper Dress*, seguramente el más famoso de los vestidos de papel de la época. Vendido por correo, a dólar la unidad, por la empresa de preparados alimentarios Campbell's –previo envío de un cupón de la marca-, es a un tiempo una hábil estrategia comercial y un buen ejemplo de la sintonía existente entre la moda y el arte Pop, representado aquí por la famosa lata de sopa de Andy Warhol.







39. Vestido, 2003, tafetán de algodón. Junya Watanabe, Comme des Garçons (MT103695)

Watanabe entró a formar parte de la firma Comme des Garçons en 1987, y consiguió en poco tiempo hacerse un nombre dentro de la casa gracias a su desbordante creatividad. Desde 1992 presenta su propia línea dentro de la firma, y se labra gran reputación tanto por su pericia técnica como por el carácter vanguardista de sus diseños.

Para la colección de 2003, Watanabe planteó una relectura de influencias diversas que se fundían en sorprendentes vestidos. Ecos de los volúmenes propios de las batas dieciochescas o los polisones decimonónicos y elementos relacionados con las mochilas y los paracaídas se combinan en este diseño, que puede entenderse como una interpretación de la historia de la indumentaria. La estética leve y delicada se contrarresta con un mensaje vanguardista que tiene mucho de posmoderno y que se recalca en una etiqueta interior, donde se advierte de que la bolsa situada a la espalda es meramente decorativa.



40. Abrigo, ca. 1997, sarga de *nylon*. Final Home (MT102718)

“Si perdiéramos nuestra casa por culpa de un desastre, una guerra o el desempleo, como diseñador de moda, ¿qué clase de prendas propondría –y cómo se entenderían en un tiempo libre de problemas?”. Así expresa Kosuke Tsumura la motivación de la que parte su colección *Final Home*. Esta nació en 1996 dentro de la marca Issey Miyake Inc., para independizarse posteriormente. Los conceptos de supervivencia, protección, funcionalidad y reciclaje articulan el ideario creativo de esta experiencia que se encuentra más próxima al arte que a la moda. Si bien el abrigo está pensado para cubrir todas las necesidades que puedan surgir en un entorno urbano, en realidad parece perseguir más la reflexión por parte del público que una funcionalidad real.

Conceptos aparte, *Final Home* se desarrolla en estrecho contacto con la tecnología industrial y desentendiéndose del diseño y los procesos de producción de moda convencionales.





41. Camiseta, punto de algodón.

BOY // Falda, sarga de algodón.

MODZART, años 80.

(MT104885/86)

Durante los años 70 las camisetas estampadas con motivos provenientes de la cultura popular se generalizaron hasta convertirse en una de las prendas más características de la moda contemporánea. Las infinitas posibilidades ofrecidas por este sistema permiten introducir en la ropa mensajes de lo más variado, desde reivindicaciones políticas a parafilias personales, muchas veces relacionadas con los iconos del Pop.

Los ingleses John Dove y Molly White, creadores de la marca Modzart, fueron pioneros en el serigrafiado de motivos pop en los 60. Posteriormente tuvieron una importante presencia en el desarrollo de la moda *punk*, en contacto con diseñadores como Vivienne Westwood o *boutiques* de referencia de la época, como BOY, con la que se asociaron para la producción en serie de sus serigrafiados.



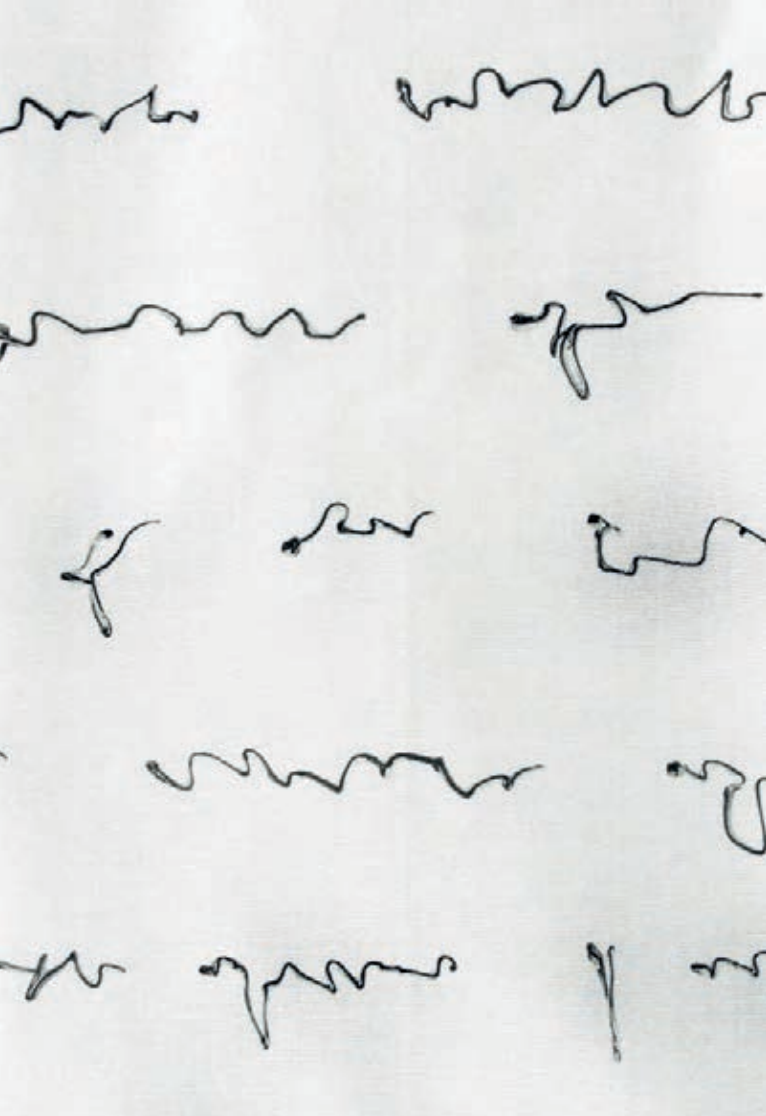
42. Conjunto, ca. 1985, sarga de algodón. Kansai Internacional (MT104866/68)

La extravagancia habitual de los diseños de Kansai Yamamoto encuentra en este conjunto un elocuente ejemplo. El cromatismo epatante, con el contraste del rojo y el negro propio de la estética *kabuki*, queda en un segundo plano ante el despliegue de imaginiería visual que se produce en la chaqueta. Bajo la protección del vinilo transparente, el diseñador dispone impresiones en papel en las que aparecen productos de gastronomía japonesa e incluso reproducciones de piezas de *shushi* en plástico. Para que no quede lugar a duda, incorpora un bordado con la leyenda “Kansai Japanese Restaurant”.

Como suele suceder con las propuestas de Yamamoto, la tradición cultural japonesa y la cultura pop anglosajona se hibridan en un mensaje abiertamente humorístico. Moda y publicidad confluyen de alguna manera en una prenda que más que invitar a reflexión, quiere ironizar sobre la presencia de mensajes confusos en la cultura contemporánea.







43. Abrigo, punto de algodón

// Vestido, tafetán de seda

Ágatha Ruiz de la Prada, ca. 1982
(MT053294 y MT091004)

El “neopop” característico de la más internacional de las firmas de moda españolas se ha valido siempre de una poderosa iconografía que la hace inmediatamente reconocible. Incomprendida muchas veces a causa de su radical independencia, Ágatha Ruiz de la Prada ha creado un universo formal que se mueve con libertad entre el arte y la moda. En efecto, la obra epatante de la diseñadora ha alcanzado una difusión comercial envidiable, gracias a la inteligente gestión de su propia y arrolladora personalidad.

Desde sus inicios en los años 80, Ágatha apostó por una moda altamente significativa, explosiva en lo cromático, desbordante en lo formal, plagada de alusiones a elementos más o menos ajenos a la indumentaria. La moda y lo cotidiano se encuentran en su mundo de formas naïf, donde solo tiene cabida lo sorprendente. Es el caso del abrigo expuesto: un abrigo de algodón no es algo convencional, pero, si además la composición se estampa en vistosa gráfica rosa sobre su espalda, las convenciones quedan volatilizadas. El vestido, por su parte, de patronaje minimalista pero curiosamente desproporcionado, luce decoración manuscrita por la propia diseñadora en un texto ilegible que representa un nuevo guiño humorístico.

Donación: Julia Saez Angulo (abrigo) y Estefanía Salazar Yanes (vestido)



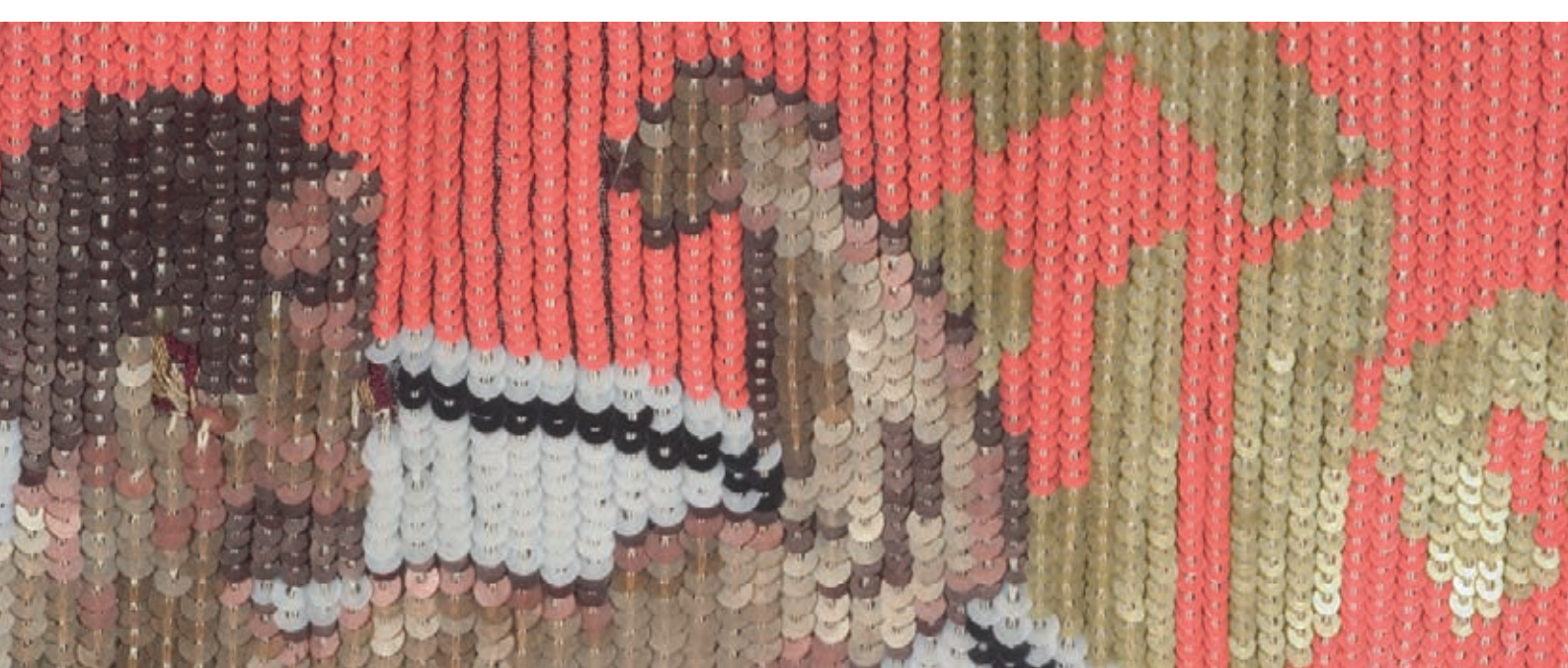


44. Cazadora, ca. 1982, sarga de algodón con bordado de lentejuelas.

Jean-Paul Gaultier para GIBÒ
(MT102845)

Uno de los caballos de batalla de la moda posmoderna ha sido la normalización de la homosexualidad. Pese a ser conocida la orientación homosexual de muchos diseñadores, esta no se había traslucido nunca en sus creaciones. Rudi Gernreich había sido pionero del activismo *gay* americano, pero no es hasta los 80 cuando, en mitad de la tormenta social provocada por la aparición del SIDA, muchos creadores deciden lanzar mensajes explícitos en sus prendas reivindicando la legitimidad de dicha orientación sexual.

Gaultier, reconocido mundialmente como "*l'enfant terrible*" de la moda, trató desde sus inicios de dar cabida en sus creaciones a las inquietudes de la calle, a sus formas y su mentalidad, y se convirtió en el más urbano de los diseñadores de los años 80. En esta chaqueta vaquera, producida por el grupo italiano GIBÒ, que se hizo cargo de la producción de sus colecciones entre 1981 y 1994, es evidente la carga significativa de la decoración. Al mensaje directo que supone la presencia del musculado culturista, hay que añadir el significado confuso de las grafías orientales y el efecto *kitsch* del bordado de lentejuelas sobre un tejido como el *denim*.





**45. Sujetador, sarga de algodón y viscosa // Pantalón, punto de lana.
Junior Gaultier, ca. 1988
(MT102839 y 102840)**

En 1988, Gaultier expandió su marca al crear la línea Junior Gaultier, que se mantendría hasta 1994 con diseños a precios asequibles destinados al mercado juvenil. La línea Junior, como se puede ver en este ejemplo, recoge la influencia de la indumentaria náutica que fue reinterpretada por el diseñador con enorme éxito. La falda pantalón trasladada al punto de lana los pantalones marineros de pierna ancha, y los reconvierte al lenguaje femenino.

Pero el golpe de efecto se encuentra en el sujetador/*top*, que dota de una enorme carga de significado al conjunto. Por una parte asistimos a una relectura de la ropa interior, característica en su obra y muy difundida gracias a los sujetadores cónicos diseñados para el Blond Ambition Tour de 1990 de Madonna. Por otra, junto a ese erotismo explícito, encontramos una alusión directa al dinero en los cierres del sujetador, donde aparece el universal símbolo del dólar. Todo un canto a la erótica del poder.





46. Vestido, 1991, sarga de viscosa y lycra. Vivienne Westwood (MT102707)

Vivienne Westwood fue la creadora junto a Malcom McLaren de la estética *punk*, una de las más influyentes de las últimas décadas. Pese a su radicalismo, la fragmentación formal del *punk*, su carga política y la individualidad que promovía fueron penetrando en la alta moda de mano, sobre todo, de la propia Westwood. La diseñadora inglesa se ha valido siempre de los juegos de significados heredados de esa estética para cargar sus creaciones de mensaje. Unas veces provocativas (como en sus famosas camisetas de temática altamente sexual para Sex o Seditonaries) y otras más propensa al escapismo cultural, como en las famosas colecciones “piratas” de principios de los 80, su obra es siempre referencial, culta en el sentido más amplio, tan permeable al Pop como a los historicismos, de los que puede considerarse precursora.

En esta pieza, el estampado de *candelieri* renacentista (motivos en los que conviven faunos, ninfas, frutos y guirnaldas en simétrica composición) sorprende en un vestido que remite formalmente a la indumentaria china, dando lugar a un cruce de referencias altamente sugestivo.







47. Vestido, 1997, raso de seda.
Moschino Couture!
(MT103579)

Si Gaultier fue *“l'enfant terrible”* de la moda de los años 80, el verdadero rebelde, el provocador por antonomasia, crítico incisivo e irónico a tiempo completo, fue el italiano Franco Moschino. Artista de vocación (estudió Bellas Artes con la esperanza de ser pintor), ejerció como ilustrador para Gianni Versace antes de lanzar su firma Moschino Couture! En 1983. Aunque en principio solo producía ropa *casual*, pronto se abre a diversas líneas y, a pesar de asentar su discurso sobre la crítica al propio sistema de la moda, logra un éxito fulgurante.

Sin tratarse de un estampado excesivamente novedoso (podemos encontrar antecedentes en el norteamericano Patrick Kelly, muy cercano a la visión de Moschino, o en Ágatha Ruiz del Prada) la conjunción de ladrillo y seda ejemplifica bien el lenguaje irónico del diseñador italiano. La levedad del tejido, resaltada por el corte al bias, que propicia su delicada caída, se contrasta con el efecto del estampado en un claro juego de ambigüedad visual que hace pensar en la famosa obra de Magritte *Ce n'est pas une pipe*.



T
A
I
L

L
E
U
R

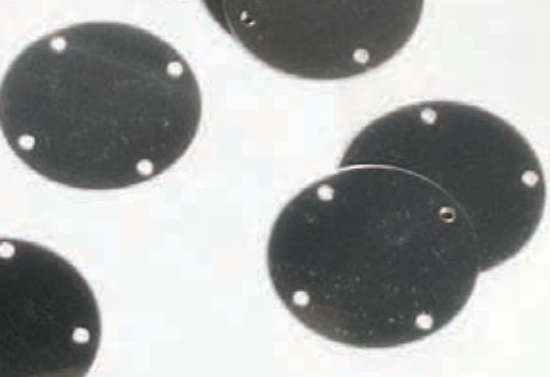
48. Traje chaqueta, 1994, tafetán de lana. Moschino Couture! (MT103583/84)

Muy frecuentemente el trabajo de Moschino se centra en la revisión de clásicos de la moda a los que trata de dar un giro introduciendo nuevos sentidos. El traje sastre o *tailleur* es un básico de la moda contemporánea desde hace décadas. Renovado una y otra vez en busca de la adecuación de sus formas a las necesidades femeninas de cada momento, en manos de Moschino se transforma en un acertijo. La investigación formal queda relegada a un segundo plano, pero en cambio se carga a la pieza con un nuevo significado, se la rejuvenece al dotarla de un componente provocador, osado, incluso.

En el bordado de la espalda se puede leer el término "*tailleur*". De por sí puede considerarse este gesto como un guiño surrealista, pero hay más. Al dividir el conjunto en chaqueta y falda, la palabra queda igualmente dividida en dos: *tail* y *leur*. La primera es el nombre en inglés de la zona de la prenda en la que está bordado el término, pero también significa 'cola', 'trasero', 'seguir', e incluso, en lenguaje vulgar (*slang*), puede designar a una mujer de hábitos socialmente reprobados... Y *leur*, por su parte, equivale en francés al adjetivo posesivo 'su' (de ellos/ellas). La interpretación queda en manos del observador.



rabanne



Moda a la carta

“¿Tú sabes cuántas ideas robo de la calle?”

GIANNI VERSACE

“Nos apropiamos de las cosas, las hacemos *vintage*.
La visión individual ya no existe. El último fue Margiela”,
Azzedine Alaïa

La dislocación de las estructuras tradicionales que se produce desde mediados de siglo lleva al consumidor de moda a una nueva posición de poder respecto a la creación de tendencias. Gracias a la revisión de las normas sociales y a la fijación del concepto de “estilo”, la forma en que el consumidor dispone del producto -la interpretación que de él hace-, se constituye en un acto creativo en sí mismo. La segunda mitad del siglo XX transpira esa libertad interpretativa que se ha descubierto como el campo más fértil para la renovación de los lenguajes de la moda. Desde Saint Laurent a McQueen, de Biba a Marc Jacobs, los diseñadores de vanguardia han puesto en primer plano su condición de observadores y analistas del entorno social. Si el consumidor puede interpretar la moda a su gusto, rompiendo incluso en ocasiones con la norma consuetudinaria, el diseñador se perfila como hermeneuta social, un intérprete incansable de cada gesto, cada producto cultural, cada nueva forma de expresión. De ahí la importancia de su papel como catalizadores de la creatividad colectiva, del desorden atomizado de los deseos y decisiones individuales¹.

Bajo el título La moda a la carta, hemos querido ejemplificar de manera sucinta tres de las tendencias más significativas que la moda ha tomado de la calle. El *look*, el *vintage* y el DIY (“Do It Yourself”) representan esas conductas que en algún momento nacieron como decisión individual y que con el paso del tiempo han sido absorbidas y reconceptualizadas por la moda. Diseñadores y consumidores se alían en comunión estética para llevar la creatividad en el vestir siempre un paso más allá, en un juego de retroalimentación constante, un *perpetuum mobile* que es metáfora de nuestro tiempo fracturado e impersonalizado.

1 Ya en la década de los 60, Herbert Blumer escribía sobre los diseñadores: “They pick up ideas of the past, but always through the filter of the present; they are guided and constrained by the immediately styles in dress, particularly the direction of such styles over the recent span of a few years; but above all, they are seeking to match the proximate future as it is revealed in modern developments”, Blumer, Herbert: *Fashion. From class differentiation to collective selection*, en *Fashion Theory. A reader*. Malcom Barnard (Ed.). Routledge, Oxon, 2004.

Hasta los años 50, la moda oficial no contemplaba la posibilidad de que el consumidor juntara en un mismo *look* prendas de distintas marcas, estilos o calidades. El modista todopoderoso, que se esforzaba en componer una imagen completa de su ideal de belleza femenina, no estaba dispuesto a dejar sus creaciones al libre designio del gusto de su clientela. Y, por otro lado, las industrias de ropa de confección y las boutiques no se salían todavía de lo dispuesto por las marcas de moda.

Sin embargo, con la difusión del concepto de “multimarca” y el reposicionamiento del diseño de *prêt-à-porter*, las posibilidades de crear un *look* propio se multiplicaron. Los diseñadores de la nueva era comprendieron inmediatamente la necesidad de ofrecer prendas sueltas para clientas que querían configurar una imagen personalizada. Si diseñadores como Mary Quant, Rudi Gernreich o Elio Berhanyer ofrecían todo tipo de complementos con el ánimo de crear un *total look*, lo más habitual ha terminado por ser la combinación de prendas de distintas firmas y procedencias con las que cada individuo puede configurar un estilo propio. El límite lo pone el gusto del consumidor y la moda, en perpetuo estado de alerta, podrá captar a su vez ese estilo único de cierto “fashionista” para trasladarlo de nuevo, filtrado por los criterios que fueren, a la nueva colección.

49. Chaqueta, ca. 1980, lana.
Roberto Capucci // Cuerpo,
1998, tul de algodón y lycra.
Dolce&Gabbana // Falda, ca. 1990,
raso de acetato y poliamida.
Saint Laurent Rive Gauche
(MT102876, MT102810
y MT105053)





50. Cuerpo, 2001, cuero. Saint
Laurent Rive Gauche // Falda, 1999,
gasa de algodón e hilos metálicos.
Donna Karan New York
(MT104855 y MT102733)



Hacia finales de los años 60, unos diez millones de norteamericanos vivían en comunas autogestionadas. El movimiento *hippy* arrastró a una amplia masa disconforme con los valores difundidos por la sociedad de consumo. Y entre esos valores, destaca el distanciamiento entre la vida corriente del individuo moderno y sus conocimientos técnicos sobre los productos que le rodean; es decir, por lo general no sabemos cómo se producen ni cómo funcionan las cosas. El mundo contemporáneo es estrictamente utilitarista y, fuera de su función, la esencia de cada producto solo es conocida por los especialistas.

Frente a esta realidad nació hacia los años 50 el concepto "*Do It Yourself*" ("hazlo tú mismo"), que en materia de indumentaria surgió como una reivindicación frente al consumo de modas prefabricadas. *Hippies* y demás movimientos urbanos, sobre todo el *punk* de los años 70, adoptaron este proceder, que pronto fue asumido por los diseñadores más vanguardistas. Ya en los 60, Paco Rabanne se adelantó a todos ofreciendo su propio *kit* de montaje, que fue reeditado en 1996. Décadas después, otro explorador de los límites del diseño, Issey Miyake, creó la colección A-POC (acrónimo de "*a piece of clothe*") que se comercializa desde 1997. Se trata de diseños tubulares en una sola pieza de tejido que el consumidor puede cortar a su gusto.

51. Camiseta, 2000, en punto de algodón, *nylon* y poliuretano, A-POC



53. Vestido, 1966, rhodoïd y metal.
Paco Rabanne
(MT105126)

52. Kit de montaje, 1996.
Paco Rabanne
(MT103733)





La moda *vintage*, el estilo retro, es la tercera de estas tendencias contemporáneas que se originan en el marco de la elección individual para pasar a formar parte de la moda oficial. Si se puede afirmar con Baudrillard que lo retro es una forma de desmitificación del pasado, la importancia de esta tendencia no debe pasarse por alto. La revisión de las formas históricas, tan cara a la posmodernidad, actúa como alivio de la urgencia presentista que caracteriza nuestra cultura, actualizando la nostalgia y restándole su componente negativo.

De nuevo hay que señalar a Yves Saint Laurent como responsable de la institucionalización de esta tendencia. Si ya los *Teddy boys* habían mirado al pasado eduardiano como referente estético, Saint Laurent inaugura una nueva época para la moda cuando, en 1970, presenta una colección basada en la silueta austera de los años 40. Esta propuesta le valió duras críticas por parte de los medios franceses, que consideraron una frivolidad rememorar la imagen de un tiempo de infausto recuerdo. Sin embargo, poco después, la relectura del pasado se convirtió prácticamente en un lugar común, un recurso que se ha explotado hasta la saciedad desde entonces hasta la actualidad.

Haciendo del *vintage* una seña de identidad de la casa –en su primera colección, de 1989, una de las piezas estaba confeccionada a partir de un vestido del siglo XIX–, la Maison Martin Margiela, presenta desde 1994 una colección cápsula llamada *Replica*, en la que se reproducen exactamente modelos *vintages*. Las reproducciones incorporan una etiqueta en la que se explica la procedencia del modelo. En palabras de la propia firma: “el concepto *Replica* deriva de la noción de atemporalidad, y enlaza con la premisa de que esas piezas han superado ya el test del tiempo”.

54. Vestido, 1971, crespón de polyester. Ossie Clark (MT103694)





55. Vestido, 1995, en crespón
de acetato y viscosa.
Maison Martin Margiela
(MT104990)





Bibliografía

// Biblioteca Museo del Traje. CIPE

Selección bibliográfica

20 iconos del siglo XX: [reinterpretando el futuro] / textos: Pedro Mansilla, Gema Muñoz, Aran Azkarate. Palma de Mallorca: Fundación Ars Nova, 2006.

MT D 24698

The BERG Companion to fashion / edited by Valerie Steele. Oxford, New York: Berg, 2010.

MT D 17345; MT SALA 16694

BOU, Louis: *Mens wear fashion forward designers*. Barcelona: Monsa, 2012.

MT D 16520

CAPELLA, Maximiliano: *Il teatro alla moda: costume di scena: grandi stilisti : Armani, Capucci, Coveri, Fendi, Ferretti, Gigli, Marras, Missoni, Ungaro, Valentino, Versace*. Torino: Umberto Allemandi, 2010. Catálogo de la exposición celebrada en: Fondazione Roma Museo, Roma 5 novembre - 5 dicembre 2010

MT D 17089

DIMAN, Paz: *Los 100 mejores diseñadores de moda contemporáneos*. Barcelona: Maomao, 2011.

MT D 16813

ECEIZA NEBREDÁ, Laura: *Diseñadores de moda*. Sant Adrià de Besòs: Monsa, 2009.

MT D 18905

ELLINWOOD, Janice Greenberg: *Fashion by design*. New York: Fairchild Publications, 2010.

MT D 17352

ENGLISH, Bonnie: *Japanese fashion designers: the work and influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo*. New York : Berg Publishers, 2011.

MT D 17145

ESPAÑA, *50 años de moda*. Barcelona: Ajuntament, 1987. Catálogo de la exposición celebrada en el Palacio de la Virreina, La Rambla 99, del 27 de octubre de 1987, al 10 de enero de 1988

MT D 22987 ; MT D 22314 ; MT D 22315

FASHION in context / edited Gerda Buxbaum. Wien, New York: Springer, [2009].

MT D 18561

FASHION now: i-D selects the world's 150 most important designers / edited by Terry Jones & Avril Mair. Köln: Taschen, 2003.

MT D 21973

I [love] T: creative & illustrated T-shirt design / selected by Louis Bou. Barcelona: Monsa, 2011.

MT D 17433

FRANKEL, Susana: *Visionaries: interviews with fashion designers*. London: V&A Publications, 2001.

MT D 22234

FUTURE beauty: 30 years of japanese fashion / edited by Catherine Ince and Rie Nii . London: Barbican: Merrell, 2011. Exposición itinerante

MT D 17401

ICONOS de la moda: el siglo XX / edición a cargo de Gerda Buxbaum; ensayos de: Andrea Affaticati. Barcelona: Electa, 2007.

MT D 24721

LEACH, Robert: *The fashion resource book research for design*. London: Thames & Hudson, 2012.

MT D 16598

LEE, Suzanne: *Fashioning the future: tomorrow's wardrobe* / images by Warren Du Preez and Nick Thornton Jones. London: Thames & Hudson, 2005.

MT D 23998

MADE in Japan. Utrecht: Centraal Museum, 2001.

MT D 19783

MATHEOPOULOS, Helena: *Fashion designers at the opera*. London: Thames & Hudson, 2011.

MT D 16539

PALOMO-LOVINSKI, Noel: *Los diseñadores de moda más influyentes: las conexiones entre los grandes iconos y su legado*. Barcelona: Electa, 2011

MT D 17419

POLAN, Brenda: *The great fashion designers* / Brenda Polan and Roger Tredre. Oxford: Berg Publishers, 2009

MT D 18095

QUINN, Bradley. *Techno fashion*. Oxford, New York: Berg, 2002.

MT D 19625

SAILLARD, Olivier: *Histoire idéale de la mode contemporaine : les plus beaux défilés de 1971 à nos jours* / photographies: Guy Marineau. Paris : Textuel, 2009. **MT D 18029 ; MT D 17575 ; MT D 17576**

SCHWAAB, Catherine: *Talk about fashion*. Paris: Flammarion, 2011. **MT D 17413**

SEELING, Charlotte: *Moda: 150 años: modistos, diseñadores, marcas*. Potsdam: H. F. Ullman, 2011 **MT D 16809**

URBAN fashion flavor / editor, idea and project director Josep M^a Minguet; art direction, text and layout Eva Minguet. Barcelona: Monsa, 2009. **MT D 18378**

VIRUS moda: chic and choc / [artículos recopilados por] Francesca Alfano Miglietti. Milano: Skira, 2005. Colección de artículos extraídos de la revista: Virus Mutations **MT D 24038**

WOMAN by: Vivienne Westwood, Christian Dior Couture, Maison Martin Margiela, Junya Watanabe, Ann Demeulemeester, Veronique Leroy, Bernhard Willhelm, Viktor & Rolf, Hussein Chalayan. Utrecht [Netherlands]: Centraal Museum, 2003. Catálogo publicado con motivo de la exposición celebrada en the Centraal Museum, Utrecht, Feb. 1 - May 18, 2003 **MT D 19784**

Bibliografía esencial por diseñadores

... hasta 1960

[Krizia, Chanel, Fendi, Missoni, Lanvin, Marimekko, Pucci, Oleg Cassini y Capucci...]

CAPELLA, Maximiliano: *Il teatro alla moda: costume di scena: grandi stilisti: Armani, Capucci, Coveri, Fendi, Ferretti, Gigli, Marras, Missoni, Ungaro, Valentino, Versace*. Torino: Umberto Allemandi, 2010. Catálogo de la exposición celebrada en Fondazione Roma Museo, Roma, Novembre-Dicembre 2010. **MT D 17089**

CAPUCCI, Roberto: *Fantasie guerriere: una storia di seta fra Roberto Capucci e i Samurai* / a cura di Kirsten Aschengreen Piacenti. Milano: Silvana, 2008. Catálogo de la exposición celebrada Il Filatoio, settembre 2008 - gennaio 2009 **MT D 18729**

CAPUCCI, Roberto: *Vestidos y armaduras: moda de ayer y hoy en seda y acero*. Madrid: Fundación Santander

Central Hispano, 2002. Catálogo de la exposición celebrada de septiembre a noviembre de 2002 **MT D 22175 ; MT D 21488**

CASSATI, Sandro: *Coco Chanel : pour l'amour des femmes*. Grainville: City, 2009. **MT D 17757**

CASSINI, Oleg: *The wedding dress*. New York: Rizzoli, 2010. **MT D 17457**

CHARLES-ROUX, Edmonde: *Descubriendo a Coco*. Barcelona: Lumen, 2009. **MT D 18684**

EMILIO Pucci. Genève: Skira, 1996. Biennale di Firenze B'96: Looking at fashion. Exposición celebrada en: Florence, Palazzo Pitti **MT D 22866**

EMILIO Pucci: disegni 1949-1959 / a cura di Carlo Sisi. Firenze: Le Lettere: Archivio Pucci, 2004. Catálogo de la exposición celebrada en la Galleria del Costume di Palazzo Pitti, Firenze. **MT D 24442**

FIEMEYER, Isabelle: *Intimate Chanel* / foreword by Gabrielle Palasse-Labrunie ; photography by Francis Hammond. Paris: Flammarion, 2011. **MT D 17193**

FRIEDMAN, Vanessa: *Emilio: Pucci fashion story*. Köln: Taschen, 2010. **MT D 17799**

GAUTIER, Jérôme: *Chanel : las claves de un estilo*. Madrid: La Fábrica, 2011. **MT D 16810**

MARIMEKKO: *Fabrics fashion architecture*. New York: The Bard Graduate Center for Studies in the Decorative Arts; New Haven, Yale University, 2003. Catálogo de la exposición celebrada de noviembre de 2003, a febrero de 2004. **MT D 22707**

MARIMEKKO: 10 puntos de vista / exposición organizada por el Museo del Diseño de Finlandia y el Museo del Traje, CIPE. Helsinki: Designmuseum, 2009. **MT D C286-17 ; MT D C286-18 ; MT D C286-19**

MERCERON, Dean L.: *Lanvin* / foreword by Alber Elbaz ; introduction by Harold Koda. New York: Rizzoli, 2007. **MT D 19755**

MISSONI (Firma): *Workshop Missoni: daring to be different*. Roma: Gangemi, 2009. Catálogo de la exposición celebrada en Estorick Collection, London, July -September 2009 **MT D 17815**

MORAND, Paul: *El aire de Chanel*. Barcelona: Tusquets, 2009. **MT D 16630**

TUTINO VERCELLONI, Isa: *Krizia, a story : = Krizia, una storia*. Milano: Skira, 1995.

MT D 10420

URREA GÓMEZ, Inmaculada: *Coco Chanel: la revolución de un estilo*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 1998.

MT D 24422 ; MT D 16625

Década de los 60

[Courreges, Rudi Gernreich, Rabanne, Valentino, Yves Saint Laurent, Biba y Ossie Clark...]

BERGÉ, Pierre: *Yves Saint Laurent*. New York: Universe: Vendome, 1997.

MT D 22044

BOULAT, Pierre: *Debut: Yves Saint Laurent 1962*. New York: Harry N. Abrams, 2002.

MT D 21325

GUTIERREZ FERNÁNDEZ-BARJA, Juan. *Rudi Mono de Rudi Genreich, ca. 1970*. Madrid: Museo del Traje, CIPE, 2012. Modelo del mes abril de 2012.

Disponible en:

<http://es.calameo.com/read/001044456107af4ba8719>

HARDEN, Rosemary: "Chained melody, or Putting Paco Rabanne in his place", en: *Costume: the journal of the Costume Society*. London, n. 41 (2007); p. 126-136

MT D P669-41

KAMITSIS, Lydia: *Paco Rabanne*. Barcelona : Polígrafa, 1999.

MT D 20051

LEMOINE-LUCCIONI, Eugénie: *El vestido ensayo psicoanalítico del vestir: entrevista con André Courrèges*. Valencia: Engloba, 2003.

MT D 21996

MORRIS, Bernadine: *Valentino*. New York: Universe: Vendome, 1996.

MT D 22046

MURPHY, Robert F.: *The private world or Yves Saint Laurent and Pierre Bergé*. London: Thames and Hudson, 2009.

MT D 18597

PACO Rabanne. Marseille: Editions des Musées, 1995. Catálogo de la exposición celebrada en el Musée de la Mode, Juin-Septembre 1995

MT D 24700

SAINT LAURENT, Yves: *Smoking forever*. Paris: Fondation Pierre Bergé, Yves Saint Laurent, 2005. Catálogo de la exposición de octubre de 2005 a abril de 2006.

MT D 24163

SAINT LAURENT, Yves: *Yves Saint Laurent*. Thames & Hudson, 1984. Catálogo de la exposición celebrada en The Metropolitan Museum of Art, New York, de diciembre de 1983 a septiembre de 1984.

MT D 03141

SAINT LAURENT, Yves: *Yves Saint Laurent*. Madrid: Fundación MAPFRE, Instituto de Cultura: TF Editores, 2011.

MT D 17054; MT D 17024

SAINT LAURENT, Yves (1936-2008): *Yves Saint Laurent: haute couture: l'oeuvre integral:: 1962-2002*. Paris: Editions de La Martiniere, 2010.

MT D 17750

SAVIGNON, Jérôme: *Saint Laurent rive gauche: la révolution de la mode*. Paris: La Martinière: Fondation Pierre-Bergé-Yves Saint Laurent, 2011.

MT D 17356

TEBOUL, David: *Yves Saint Laurent: 5, avenue Marceau, 75116 Paris. France*. New York: Harry N. Abrams, 2002.

MT D 21326

TURNER, Alwyn W.: *Biba: the Biba experience*. Suffolk: Antique Collectors' Club, 2004.

MT D 23206

VALENTINO: *Valentino: temas y variaciones*. New York: Rizzoli; Madrid: La Esfera, 2008. Catálogo de la exposición.

MT D 19129

VALENTINO (1932-): *Valentino: una grande storia italiana*. Hong Kong: Taschen, 2009.

MT D 17802; MT D 19071

WATT, Judith: *Ossie Clark, 1964-74*. London: V&A, 2003.

MT D 23114

Década de los 70

[Kenzo, Miyake, Halston, Westwood, Cavalli...]

BÉNAIM, Laurence: *Issey Miyake*. Barcelona: Polígrafa, 1999.

MT D 20052

ENGLISH, Bonnie: *Japanese fashion designers: the work and influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo*. New York: Berg, 2011.

MT D 17145

HALSTON FROWICK, Roy. *Halston* / edited by Steven Bluttal ; essays by patricia Mears. London, New York: Phaidon, 2011.

MT D 16704

KENZO. *Kenzo*. New York: Rizzoli International Publications, 2010.

MT D 17375 , MT D 16530

KITAMURA, Midori: *Pleats please: Issey Miyake*. Köln: Taschen, 2012.

MT D 16590 ; MT D 16568

SEELING, Charlotte. "Roberto Cavalli: exceso y extravagancia, en: *Moda 150 años*. -- Potsdam : H. F. Ullman, 2011; p. 336-343.

MT D 16809

VIVIENNE Westwood: shoes / edited by Luca Beatrice and Matteo. Bologna: Damiani, 2006.

MT D 24934

WILCOX, Claire: *Vivienne Westwood*. London: V & A Publications, 2004.

MT D 22924

80's

[Ágatha, Yohji Yamamoto, Comme des Garçons, Lacroix, Alaïa, Gaultier, Moschino, Donna Karan, D&G...]

20 years Dolce & Gabbana / Texts by Sarah Mower. Milan: 5 Continents, 2005.

MT D 23988

A Magazine N. 2 / by Yohji Yamamoto. Antwerpen: A Magazine, 2005.

MT D P102-02 n.02

ALAÏA, Azzedine: *Azzedine Alaïa in the 21st*. Groninger: Groninger Museum, 2011. Catálogo de la exposición celebrada de diciembre de 2011 a mayo de 2012, en el Groninger Museum, Holanda.

MT D 16800

CASADIO, Mariuccia: *? Moschino* / Concept: Luca Stoppini; Text: Mariuccia Casadio. Milano: Skira, 2001.

MT D 21744

CHENOUNE, Farid. *Jean Paul Gaultier*. London: Thames & Hudson, 2000. -- (Fashion memoir)

MT D 22779

DOLCE & Gabbana : fashion album. Milano: Skira, 2006.

MT D 19832

FABBRI, Fabriano: *Agatha Ruiz de la Prada, Elio Fiorucci: arte e moda dalla pop al neopop*. Milano: Silvana, 2011.

MT D 16588

GAULTIER, Jean Paul. *Jean Paul Gaultier: universo de la moda : de la calle a las estrellas*. Alcobendas: TF Editores, 2012. Catálogo de la exposición celebrada en la Fundación MAPFRE en 2012

MT D 16508

JEAN-PAUL Gaultier, Régine Chopinot: *le défilé / sous la direction d'Olivier Saillard*. Paris: Les Arts Décoratifs, 2007. Catálogo de la exposición celebrada en: Musée de la mode et du textile, Paris, du 21 mars au 23 septembre 2007. **MT D 24913**

The JOURNEY of a woman: 20 years of Donna Karan / with an interview by Ingrid Sischy. New York: Assouline, 2004. **MT D 23660**

LACROIX, Christian: *Christian Lacroix: histoires de mode*. Paris: Les Arts Decoratifs, 2007. Catálogo de la exposición celebrada en el Musée de la Mode et du Textile, à Paris, du 7 novembre 2007 au 20 avril 2008

MT D 19662

LACROIX, Christian: *Christian Lacroix costumier*. Moulins: Les Editions du Mécène: Centre National du Costume de Scène, 2007. Catálogo de la exposición celebrada en el CNCS, 3 juin-11 novembre 2007. **MT D 19652**

MASSOT, Dolors: *Agatha Ruiz de la Prada* / Dolors Massot. Pamplona: EUNSA, 2008.

MT D 19061

RUIZ DE LA PRADA, Agatha: *Agatha Ruiz de la Prada: arte e/o moda: 1981-*. Milano: Skira, 2005. Catálogo de la exposición celebrada en la Triennale di Milano settembre-ottobre 2005.

MT D 24096; MT D 23862

SOZZANI, Franca: *Dolce & Galbana*. New York: Assouline, 2005. **MT D 24324**

SUBJIC, Deyan: *Rei Kawakubo & Comme des Garçons*. New York: Rizzoli, 1990.

MT D 18419

YAMAMOTO, Yohji: *An exhibition triptych: Johji Yamamoto*. Antwerpen: ModeMuseum, 2006. Exposiciones celebradas en: Galleria d'Arte Moderna di Palazzo, Pitti, Florence, Musée de la Mode et du Textile, Paris, MoMu - Fashion Museum Province of Antwerp, Antwerp.

MT D 17710

YAMAMOTO, Yohji: *Yohji Yamamoto*. London: V&A Publishing, 2011. **MT D 17159**

YAMAMOTO, Yohj. *"Rewind-forward": 238 fashion pictures, 1995-2000*. Paris: Yohji Yamamoto, 2001.

MT D 17649

90's hasta hoy

[Margiela, Helmut Lang, van Beirendonck, Amaya Arzuaga,, McQueen, Watanabe, Davidelfin y Xavier Navarro]

"Amaya Arzuaga", en: *Escala*. Bilbao: Escalarte, 1997; p. 146

MT D 14946

"Amaya Arzuaga", en: *Geografía de la moda española*. Madrid: TF, 2009. **MT D 18288; MT D 17619**

BOLTON, Andrew: *Alexander McQueen: savage beauty*. New York: Metropolitan Museum of Art ; New Haven: Yale University Press, 2011. Catálogo de la exposición celebrada en The Metropolitan Museum of Art, New York, Mayo 4-Julio 31, 2011
MT D 17156; MT D 17155

COUTURIER britannique: Charles Frederick Worth, John Galiano, Alexander McQueen, Edward Molyneux, Phoebe Philo, Paul Smith, Oswald Boateng. [S.l.]: Books LLC, 2010. **MT D C313-11**

DELFIN, David: *Extimidad*. Madrid: Galería Soledad Lorenzo, 2003. Catálogo de la exposición celebrada en: Galería Soledad Lorenzo, Madrid, 7 al 10 de enero de 2004. **MT D C222-16**

FORD, Tom: *Tom Ford* / foreword by Anna Wintour; interview and text by Bridget Foley. London: Thames & Hudson, 2004. **MT D 23214**

"Junya Watanabe", en: *Future beauty: 30 years of japanese fashion*. London: Barbican: Merrell, 2011. p. 201-2014. **MT D 17401**

Junya Watanabe", en: *Woman by...* Junya Watanabe. Utrecht: Centraal Museum, 2003. p. 145-154. Catálogo publicado con motivo de la exposición celebrada en the Centraal Museum, Utrecht, Feb.-May 2003
MT D 19784

LEACH, Robert: "Junya Watanabe", en: *The fashion resource book research for design*. London: Thames & Hudson, 2012. p. 194-195
MT D 16598

MARGIELA, Martin: *Maison Martin Margiela : 20 the exhibition* / [Kaat Debo & Bob Verhelst in collaboration with Maison Martin Margiela]. Antwerp: MoMu-Fashion Museum, 2008. Catalogo de la exposición celebrada para la celebración del 20 aniversario de Maison Martin Margiela, Oct., 2008.
MT D 18499

ORLAN (1947-): Orlan [+ David Delfín]: sutura, hibridación, reciclaje : las esculturas de pliegues, la ropa y los vestidos encarnados en la obra de Orlan . Murcia: Región de Murcia: Espacio AV, 2008. Catálogo de la exposición celebrada en: Murcia, Espacio AV, 13 de junio - 28 septiembre de 2008
MT D 18851; MT D 17788

SEELING, Charlotte: "Helmut Lang: el contemporáneo", en: *Moda 150 años*. -- Potsdam : H. F. Ullman, 2011; p. 408-415.
MT D 16809

SEELING, Charlotte: "Los de Amberes: poetas rebeldes de Flandes", en: *Moda 150 años*. -- Potsdam : H. F. Ullman, 2011. Diseñadores: Dries van Noten, Walter van Beirendonck, Dirk van Saene, Marina Yee, Dirk Bikkemberds, Ann Demeulemeester; p. 308-317.
MT D 16809

Ficha técnica

// EXPOSICIÓN TEMPORAL

Organiza

Museo del Traje

Comisariado

Juan Gutiérrez

Colaboración científica

Lucina Llorente

Documentación

Alicia Herráez y Ángela Hurtado

Coordinación

Fátima García

Conservación / restauración

Silvia Montero

Montaje

Equipo técnico del
Museo del Traje

Coordinación gráfica

M^a José Pacheco

Diseño gráfico

Raquel Fernández

Producción gráfica

Taller de Serigrafía

// CATÁLOGO

Textos catálogo

Juan Gutiérrez
Lucina Llorente

Coordinación

M^a José Pacheco

Corrección de textos

Ana Guerrero

Fotografías

Francisco Javier Maza

Bibliografía Biblioteca MT

María Prego

Diseño gráfico / maquetación

Raquel Fernández

La moda imposible. Moda de vanguardia, 1960-2010

EXPOSICIÓN TEMPORAL

Del 27 de febrero al 16 de junio de 2013

LUGAR

Planta baja

CÓMO LLEGAR

Metro: Moncloa (líneas 3 y 6) y Ciudad Universitaria (línea 6)

Autobús: líneas 46, 82, 83, 132, 133, y G

HORARIO

Laborables, de martes a sábado:

de 9:30 a 19:00 h.

Domingos y festivos:

de 10:00 a 15:00 h.

ENTRADA GRATUITA

A LAS EXPOSICIONES TEMPORALES



Museo del Traje. CIPE Av. Juan de Herrera, 2 - Madrid (28040)
www.museodeltraje.mcu.es // Tel. 91 550 47 00

