

PACO RABANNE

MODA, MAGIA Y CAPITAL

PARIS.—El niño que a los siete años cruzó en 1936 la frontera franco-española —como cientos de miles de republicanos— se llamaba Francisco Rabaneda Cuervo. Su suerte,afortunadamente, fue mejor que la de decenas de miles de españoles. No murió en un campo de concentración ni cayó combatiendo en la Resistencia francesa. No; agente de publicidad y estudiante de Arquitectura se convirtió finalmente en uno de los grandes de la alta costura, con su nuevo nombre de paz: Paco Rabanne.

Apasionado por la astronomía. Inquieto y sincero, Rabanne es modista como pudiera haber sido arquitecto, músico, sociólogo o «hippy».

«Abandoné la Arquitectura debido a la falta de libertad en ese oficio. Una vez en la moda, traté de buscar las relaciones entre la moda, nuestra época y el ser humano. Todas las preocupaciones, todos los tabúes y todas las características de una época se inscriben en el vestido».

Después de elegir su terreno de acción Paco Rabanne inicia la guerra contra la moda tradicional —utilización del plástico y de la soldadura en lugar del hilo— y contra cierta prensa:

«Para ustedes la moda es algo fácil, sin significación, sin razones profundas. Habría que terminar con las publicaciones de moda. Son inútiles y nocivas, explotando la imagen de la mujer-objeto. Las críticas de moda deberían estar integradas en las revistas que hablan de política, de música, de pintura, de sociología, pues la moda forma parte de la vida de todos los días».

Hierático, impenable, con amable frialdad, Paco Rabanne contesta a las preguntas mezclando argumentos sociológicos, mágicos, eróticos. Y para él las razones astrológicas son tan importantes o más que las sociales en la evolución de la moda. Entramos en el tema sin preparación ni convenciones.

—¿Por qué cree usted que en países como China, Cuba, la Unión Soviética —aunque allí ya empieza a producirse el fenómeno de la moda— no existe esta necesidad de cambiar cada seis meses a la gentes de vestimenta y de atuendo?

PACO RABANNE.—Porque en China existen problemas mucho más importantes que los problemas de moda. Han querido matar no la moda, sino la sexualidad a través de la moda; es decir, el gran problema de China

Popular es la fuerte natalidad, y la natalidad está determinada por la diferenciación de vestidos entre el hombre y la mujer. O sea, la erotización del vestido de la mujer. Y para disminuir la erotización de la moda han vestido al hombre y a la mujer de la misma forma.

—¿Van, pues, los chinos hacia el unisexo, como usted preconiza, como se va ahora en Occidente?

P. R.—En absoluto. No se trata del mismo problema. Ahora hay un hecho nuevo, y es que hemos entrado en la época de Acuario en mil novecientos catorce. Una de las características de Acuario es que la mujer

riadores y sociólogos sostienen que el origen y transformación de la moda residen en el deseo de las clases aristocráticas de adoptar una vestimenta que las distinguiese de la plebe. ¿No comparte usted esta opinión?

P. R.—No se puede hablar así de la moda. Hay que regresar hasta el origen del vestido para comprender la moda actual, que no es más que una prolongación de los antiguos tabúes, de las antiguas concepciones del vestido. Porque si habla usted de la moda contemporánea, que es una cosa muy corta (esta especie de cambio forzado cada seis meses), es algo que viene de muy lejos...



Desde 1920, dice Paco Rabanne, la moda no ha cambiado:

«Hay cosas pequeñas que han cambiado —colores, pequeños detalles en la longitud—, pero todo eso son detalles accesorios en relación con la línea general, que es invariable desde 1920, porque el contexto económico-social, político y mágico no ha cambiado...»

trabaja, se independiza del hombre, se emancipa. Al trabajar la mujer se produce un nuevo fenómeno: una mayor agresividad de la mujer. Me explico. La mujer tiene una vestimenta que es una agresión sexual para el hombre, y al trabajar, al hacerse igual al hombre, le agrade de dos formas: primero, sexualmente, y luego, por su inteligencia, ya que entra en competición con el hombre en el plano del trabajo. Por eso todos los creadores de moda piensan ahora que la mujer se incorpora al trabajo, hay que suprimir esta agresividad de la mujer haciendo llevar a la mujer y al hombre el mismo uniforme, que es el vestido de trabajo.

—Habla usted de astrología, de Acuario, para explicar la evolución de la moda. Sin embargo, ciertos histo-

—Si, viene de muy lejos; pero la industrialización de la moda, el cambio cada cierto tiempo, programado, coincide con el desarrollo del capitalismo. Es decir, que quizá los grandes magnates de la industria textil tengan necesidad de que la gente cambie de vestido cada seis meses.

P. R.—No, no tiene nada que ver con el capitalismo. Es un problema falso. El capitalismo no tiene nada que ver con el vestido. Remonta a mucho más lejos, a los orígenes de los tiempos. El hombre y la mujer no se vistieron al principio para protegerse del frío, como se dice. En Patagonia existen tribus que viven desnudas con una temperatura de diez bajo cero. Eso demuestra que el vestido no ha sido creado en absoluto contra las condiciones climatológicas. El primer

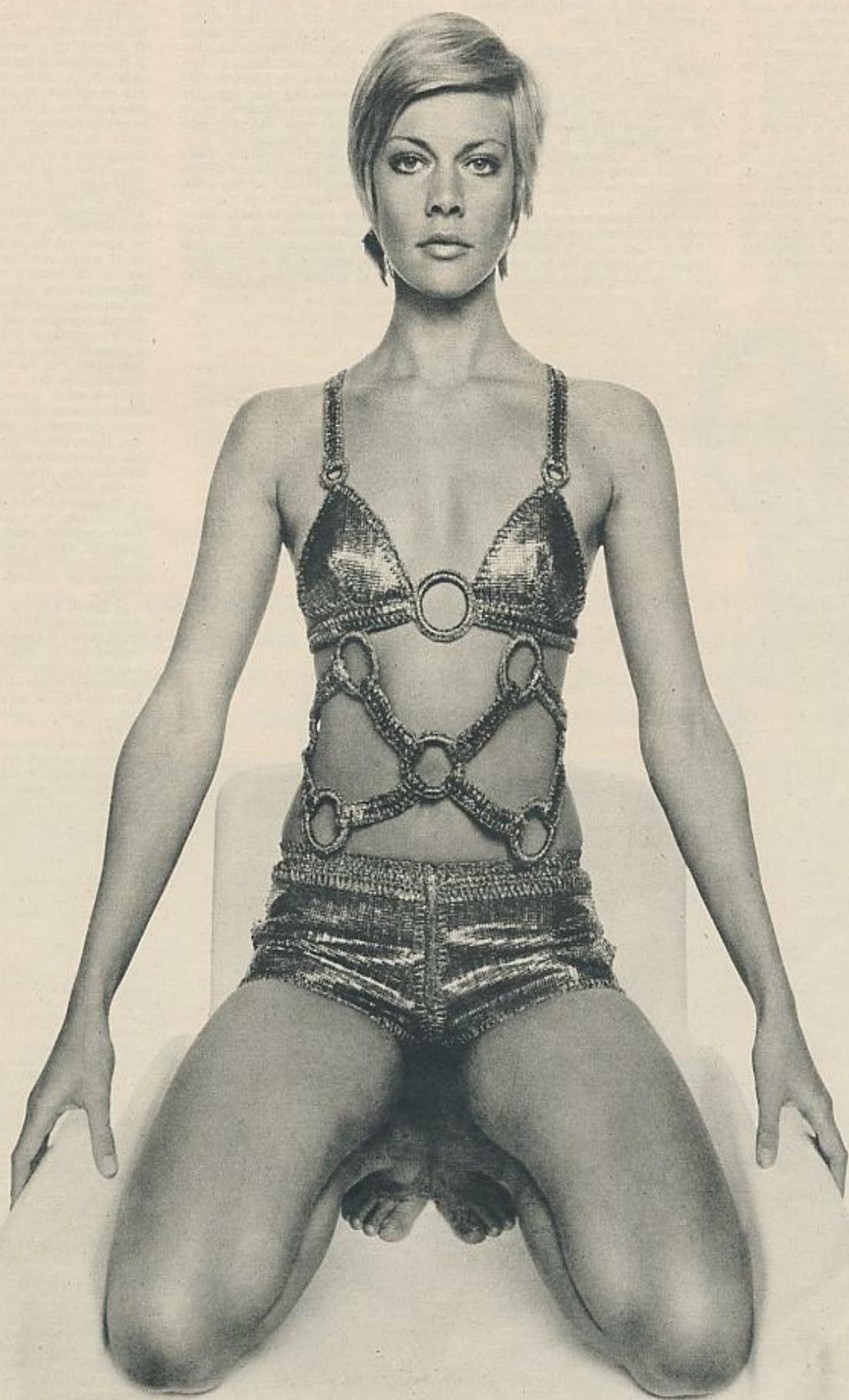
vestido tuvo un valor simbólico y mágico. Era para integrarse a una de las fuerzas de la Naturaleza. Los hombres primitivos trataban de obtener atributos de las fuerzas que les oprimían —leones, osos, jabalíes— para conseguir una mayor correspondencia con esas fuerzas. Así se formaron clanes (el clan de los jabalíes se vestían con pieles de jabalíes, etcétera) que se convirtieron después en tribus, diferenciadas siempre por sus atributos mágicos. Poco a poco el vestido fue perdiendo su carácter mágico (a medida que se comprendían y se dominaban las fuerzas de la Naturaleza hostiles) para convertirse en un vestido de función. En una época más reciente, la gente se vestía según sus oficios: el herrero no se vestía como el guerrero ni como el notable. Y así el vestido funcional llegó hasta más o menos mil novecientos con etapas en las que la aristocracia exageró este sentido del vestido de trabajo. Luis XIV, por ejemplo, hizo del vestido un instrumento político. Para ello creó el vestido de corte, reservado a la nobleza, mientras que los burgueses tenían otro vestido y el pueblo otro. Esta diferenciación en castas sociales residió hasta mil novecientos y quizá hasta hace unos diez años. Ahora ha desaparecido, y el vestido se ha convertido en un elemento de identificación con imágenes-tipo. Así usted ve que la moda no es un fenómeno actual, sino muy antiguo. Remonta a la noche de los tiempos, cuando una persona recogió un colmillo de jabalí y dijo: «Soy un jabalí».

—¿Cree usted que hoy la moda sigue teniendo esas motivaciones mágicas, teniendo en cuenta que se trata de una de las industrias francesas más prósperas, como la industria del automóvil, por ejemplo?

P. R.—Hay otras motivaciones, naturalmente. Unas se parvirtieron, otras se transformaron y se crearon otras. Pero en todos los países existe este fenómeno de moda. Porque en el fondo, el pueblo chino se viste como Mao, su jefe... Y aquí las jóvenes se visten como Brigitte Bardot (es la identificación con un ídolo). Así, volvemos a una forma de idolatría ancestral.

—¿Cree usted que una moda actual, como la minifalda, va acompañada por una liberación de la mujer, si ayuda a su liberación o es, al contrario, la mujer un juguete de los magnates de la moda?

P. R.—Naturalmente, la moda es el



símbolo de esta liberación. La moda no permite nada. La moda no se adelanta. El vestido demuestra. Porque cuando se piensa en épocas pasadas, uno se da cuenta de que todo estaba armoniosamente ligado; en el siglo XVII francés, en el Renacimiento, en la Edad Media, la vestimenta, la arquitectura, la música, la pintura, la filosofía, la religión..., todo. Y lo que es fantástico es que el vestido es el símbolo exacto de una época, más que otras artes mayores, como la arquitectura, la poesía o la música. Todo se condensa en la moda, en el vestido. En este sentido, la moda corta va con un arte de vivir contemporáneo. La moda corta es el reflejo histórico del mundo de hoy.

—Si, pero los tiempos no cambian todos los seis meses...

P. R.—Sí, sí...

—... y la moda cambia dos veces al año.

P. R.—¡Ah, no!...

—Hace un año la moda era corta, seis meses después, larga; ahora, corta de nuevo. ¿Se puede explicar esto como un reflejo de la época contemporánea o existen otros factores?

P. R.—No, la moda no ha cambiado. Usted cree que la moda ha cambiado, pero no.

—En fin, basta con ver las colecciones: larga, corta, «midi», «mini»...

P. R.—Eso no es la moda. La altura de los dobladillos no ha sido nunca la moda. La moda es una proporción

del cuerpo, es una acción del gesto en un vestido. Los periódicos le han hecho creer que la moda ha cambiado, pero desde mil novecientos veinte es la misma: misma forma de cuellos, misma forma de mangas. Hay cosas pequeñas que han cambiado —colores, pequeños detalles en la longitud—, pero todo eso son detalles accesorios en relación con la línea general, que es invariable desde mil novecientos veinte, porque el contexto económico, social, político y mágico no ha cambiado.

—¿En qué sentido la moda actual demuestra la liberación de la mujer?

P. R.—En todas las religiones todo lo que es femenino ha sido condenado: en la antigua China, los maho-

metanos, los judíos y, por consiguiente, los cristianos. Y esta maldición les persigue hasta, más o menos, ahora. El hombre quiso siempre someter a la mujer, crearla trabas: los pies vendados de las chinas, los anillos pesados en los pies de las africanas y su consecuencia, la falda que todos conocemos. Porque la falda es una evolución de ese anillo, un anillo tejido que impide a la mujer alejarse del hogar, de la cama familiar. Y la primera persona que rechazó la falda para llevar el pantalón no fue un modista, fue una mujer. Sucedió en mil novecientos catorce en Francia, durante la guerra. Las mujeres, para trabajar en el campo y en las fábricas, abandonaron las faldas y se pusieron pantalones. Y eso quería decir muchas cosas: significaba para ellas el fin de esa represión —la falda— que la había impuesto el hombre, significaba también la posibilidad de abandonar el hogar para vivir su vida propia y significaba —ya que el pantalón es un trozo de tejido que cubre el sexo del hombre— que la mujer exigía el derecho a tener la misma sexualidad que el hombre. Y esto, por otra parte, se ha comprobado. ¿Sabe usted, por ejemplo, que la mujer lleva pantalones desde mil novecientos catorce y que el primer pantalón de alta costura, de la moda, apareció en mil novecientos cuarenta? (en mil novecientos treinta apareció el pantalón de playa, pero hasta mil novecientos cuarenta no se lanzó de forma sistemática).

•Y fíjese bien: el hombre, el modista que creó el primer pantalón de moda, puso la apertura en la parte trasera. Así la mujer estaba aún sometida al hombre, ya que otra persona debía abrirla la cremallera o los botones. Pero la mujer puso la apertura de lado, y más tarde la puso delante.

—¿Por qué la moda está hecha por los hombres para las mujeres y, normalmente, por hombres a los que no les gustan las mujeres?

P. R.—No, no; no hay más homosexualidad en la moda que en otras profesiones. Pero si quiere que hablen de la homosexualidad en la moda...

—No; dejémoslo.

P. R.—Sí, sí; es un fenómeno de que hay que hablar. En un momento hubo en París un gran modista homosexual, llamado Poiret, que daba recepciones muy brillantes. Los jóvenes de provincias que tenían esa tendencia, y que no podían mostrarla en sus lugares de origen por una gran moral establecida, vinieron a París, entraron en el círculo de Poiret, es decir, en la moda. Pero ahora asistimos a otro fenómeno, y es que la moda es un terreno difícil; un modista es más bien un hombre de negocio que un artista y, puesto que en estos momentos hay un gran rumor de homosexualidad entre los anticuarios: los jóvenes que vienen a París hacen anticuarios y no entran ya en el campo de la moda, pues la moda no es ninguna diversión, y las antigüedades sí... Pero otra cosa, ¿por qué los hombres son mejores creadores de moda que las mujeres?: Porque las mujeres son narcisistas y los hombres no. Una mujer creadora de moda sólo piensa en su propia imagen. Todas las creadoras que conozco hacen modelos fantásticos... que sólo le van bien a ellas. Por eso es más justo que el hombre cree la moda, pues el hombre, cuando crea un modelo, no piensa en sí mismo, piensa en algo exterior a él y tiene una visión más neta, más amplia. Por eso creo que únicamente un hombre puede crear vestidos para mujeres, y que sólo un mujer puede crear vestidos para hombres.

—¿Y no le parece anormal que



moda exista casi exclusivamente para las mujeres? ¿No tiene esto un carácter antifeminista: se viste a un objeto, a un bello objeto, mientras que los hombres tienen preocupaciones más importantes?...

P. R.—No; la moda hasta mil novecientos consistió en hacer de la mujer un objeto sexual. Basta con ver que en mil novecientos la talla era muy fina, los pechos enormes y las caderas más aún —artificiales—; era la mujer-objeto con sus atributos hinchados para excitar el deseo masculino. Pero desde mil novecientos veinte esto se acabó, porque ha habido grandes creadores que se interesaron por ellas y la mujer se liberó gracias al vestido. Actualmente la mujer es libre. Además se va claramente: mientras que el hombre está prisionero el hombre es un enterrador... ¿Cómo no estar prisionero con estos vestidos?...

—Bueno, bueno, pero eso no me parece esencial. Para mí es indiscutible que hoy, en la sociedad en que vivimos, el hombre es más libre que la mujer y la mujer continúa sometida y reprimida a pesar de esa liberación por el vestido en que usted cree.

P. R.—El hombre no es libre, en absoluto. Encuéntreme un hombre libre...

—Ahí caemos en la metafísica; pero es indudable que en la vida corriente el hombre es más libre que la mujer.

P. R.—La liberación vendrá por la vestimenta. Por eso me parece muy importante el fenómeno «hippy». Los «hippies» han sido los primeros que han tratado de suprimir esa especie de opresión del vestido en mil novecientos sobre el hombre. Estamos asfixiados por un vestido traumatizante. Los «hippies» han querido romper con este vestido y volver a encontrar la libertad del gesto y su transcripción en el vestido.

—Voy a tratar de resumir lo que usted cree que es la evolución de la moda. Según usted, la mujer es libre, ella elige una evolución del vestido que ustedes, los modistas, adoptan... ¿Es así?

P. R.—¿Sabe usted cómo hacemos la moda yo y mis compañeros? Yo siempre lo explico así: Las mujeres van por la calle y nosotros examinamos sus vestidos. No llevan vestidos de moda, eso no es cierto, no es siempre cierto: han hecho una elección. Las mujeres son intuitivas; nosotros somos reflexivos. Gracias a esta intuición la mujer sabe qué vestido preciso necesita en un momento dado, el que corresponde a un gesto del momento. En una civilización precisa debe hacer tal gesto, y elige tal vestido. Y nosotros, los creadores de moda, tomamos la elección de la mujer, la sintetizamos, la caricaturizamos y creamos lo que se llama una moda periodística; es decir, hemos tomado los datos esenciales, los hemos transcrito y los hemos impuesto por los periódicos. De esta caricatura la mujer va a tomar aún elementos que la sirven para su vida, para su acción gestual, para su acción de vivir. Por eso la mujer tiene un vestido de progreso y el hombre tiene un vestido grotesco, de prisionero. Pues si el hombre quisiera ser moderno tendría que ir en «short», medio desnudo y no estar prisionero de esa corbata de ahorcado. Porque, ¿sabe usted qué significa la corbata?: es la cuerda que llevaban al cuello los vasallos cuando iban a ver a sus soberanos, en signo de sumisión...

—¿¡...!?

P. R.—... pero voy a hablarle de la moda corta y larga, porque usted me lo va a sacar aún, cuando para mí la moda no existe. Hay una cosa cierta: la mujer tiene esa consciencia del tiempo, ese sentido innato sociológi-

co, económico, muy grande. Cuando la situación económica de un país va mal, instintivamente la mujer sabe que no puede abandonar el hogar, sabe que la vida del hogar y de sus hijos está amenazada. E instintivamente ella misma se pone frenos; es decir, el vestido baja: ese famoso tubo que la oprime, que la impide moverse, baja. Y así llega a la falda larga, lo cual no es una moda, sino un fenómeno momentáneo. Y si usted mira bien, simbólicamente, la historia del vestido, verá que la moda entre mil novecientos treinta mil novecientos cuarenta y nueve bajó cuando las condiciones económicas eran malas, como hace poco. Hubo una crisis en Francia, en Europa, y bajó la falda...

—Pero esos vestidos eran más caros, lo cual se acomoda mal con su teoría de las condiciones económicas desfavorables. Dígame que el que salvó la situación económica desfavorable fue el fabricante y el comerciante y no la cliente...

P. R.—Sí, un poco más caros, pero en fin... instintivamente bajó. Y cuando la mujer sabe que el hogar ha dejado de estar amenazado vuelve a descubrir las rodillas. También sucede un fenómeno extraño: si el hogar está más gravemente amenazado aún, los labios se vuelven más rojos —despierta el aspecto animal de la mujer—, así como las uñas, que se alargan y se pintan de rojo-sangre. Cuando la mujer lleva las uñas largas y rojas es que la situación es mala.

—Muy interesante; pero muchas mujeres aseguran que se han visto obligadas a comprarse vestidos cortos o largos, según la época, contra su voluntad, porque no había otras cosas en las tiendas y tuvieron que

adaptarse obligatoriamente a la moda impuesta.

P. R.—¡Ah!, no; siempre hay de todo. Hace cinco años que los modistas trataron de imponer la moda larga. Todos los periódicos de Francia hablaron entonces de la moda larga, y las mujeres la rechazaron. Eso demuestra que los modistas no dictan la moda. La mujer ha rechazado durante cinco años diez colecciones de largo. Y no las quiso porque las condiciones económicas en Francia eran normales. Pero hubo una caída vertical y, ¡paf!, todas las mujeres se compraron faldas largas. Luego las faldas subieron, porque las cosas fueron mejor. Son las condiciones económicas las que dictan.

—Estoy completamente de acuerdo, pero en otro sentido. Porque usted olvida completamente un factor que yo considero preponderante: cuando las cosas van mal en Francia, como usted dice, también van mal para Boussac y Prouvost (sobre todo para ellos), y tienen necesidad de vender sus productos. Esto no parece contar para usted.

P. R.—No podrán imponer nada. No... ha habido la guerra..., y veamos el «new look», el famoso «new look» de mil novecientos cuarenta y siete. No se produjo porque los mercaderes de tejido querían vender..., esa es una dialéctica de izquierdistas estúpidos, —pues se puede ser de derechas e inteligente y de izquierdas y completamente idiota, y viceversa... Las convicciones políticas de un hombre no tienen nada que ver con su inteligencia, sino con la comprensión de un fenómeno. Se ha dicho a menudo que el «new look» se lanzó para hacer vender tejido, y no es cierto. Fue un

fenómeno normal de la posguerra. Durante la guerra hubo restricciones de tejido, todo estaba racionado, y bruscamente llegó el fin de la guerra, con una especie de alegría, de gusto por el lujo. Se transformó en un exceso y se llegó al «new look», es decir, a las faldas con mucho tejido —había veinticuatro metros de tela por falda—. No fue un pretexto para vender tejido, sino un fenómeno de alegría, una explosión de entusiasmo.

—¿Cuál es, para terminar, el futuro del sistema de la moda actual?

P. R.—El sistema económico de la alta costura va a desaparecer. Es un fenómeno social y económico completamente arcaico: un modista crea un vestido para un grupo reducido de mujeres millonarias que se reduce de año en año. Sólo quedan dos mil en el mundo económicamente capaces de comprar un vestido de alta costura. Desaparecerá, pues, y sólo quedarán algunos artesanos y laboratorios de investigaciones, de ideas, que harán prototipos para el «prêt-à-porter», pues es esta la solución ideal, ya que, como le digo, el fenómeno de la moda no está ligado únicamente a la intención estética del creador, sino que, verdaderamente, obedece a consideraciones múltiples que se condensan en el vestido. Por ejemplo, cuando pensamos en el pasado, ¿cuál es la primera imagen que nos viene a la mente?: la de un vestido. Luego, la de una arquitectura, y luego, de un hecho político. Así puede ver que la cosa más importante en el mundo es el aspecto estético y su representación en el vestido. El vestido es el signo mágico de una época. ■ Declaraciones recogidas por RAMON LUIS CHAO.

