

MODA 67

**RUMBO
AL
ESTRUC-
TURA
LISMO**



real

LECHO la fecha fijada para la presentación «oficial» de los modelos de alta costura parisinos. Sólo los rebeldes de siempre, los que se niegan a formar parte del engranaje y se mantienen al margen de la Cámara Sindical del ramo, han desafiado los sacrosantos principios, se han puesto por montera rito y ceremonial y han presentado por su cuenta, adelantándose naturalmente, sus colecciones, por otra parte sin sorpresa. En el otro extremo han quedado los que, sin tener derecho a prevalecerse de la denominación alta costura, y en consecuencia sin elección entre formar o no parte del engranaje, dictan en realidad la moda desde hace ya algún tiempo, esa moda joven que aspira a desembarazarse de una vez por todas de los prejuicios que hasta ahora han sido elementos constituyentes del mundo muchas veces turbio de los negocios modisteriles. La industrialización a la que irreversiblemente viene abocada, cada día más, la civilización en que vivimos, se revelaba incompatible con los planteamientos económicos de la industria de la costura. Esta incompatibilidad se manifiesta, por otra parte, no sólo en los planteamientos «desde dentro», sino también en los «desde fuera», es decir, en el destinatario de la industria o, mejor, de sus productos. La que hasta ahora había sido una clientela de élites va dejando paso a una clientela masiva, menos tipificada socialmente, precisamente por estar inscrita en mayor medida en la sociedad. El resultado inmediato de esta mutación es una evolución de la moda tanto en lo estético como en lo financiero.

Las colecciones han cambiado de sig-

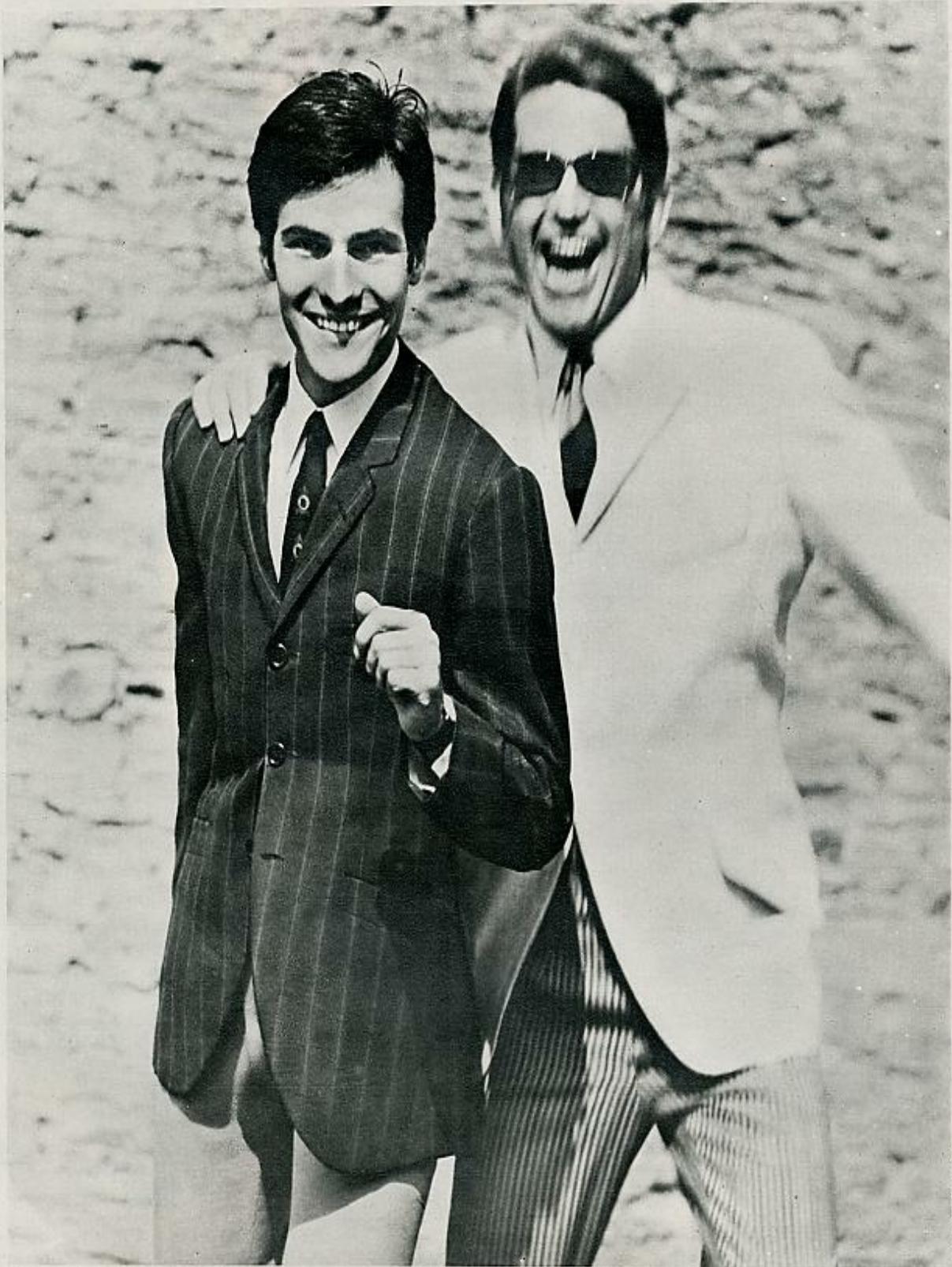


SIGUE



Terlenka® y... acción!

¡PONGASE EN ACCION... PONGASE TERLENKA!



Una americana sport TERLENKA formando conjunto con un pantalón TERLENKA. Es la moda de esta primavera, de éxito en Europa.

MODA 67

No se trata ya de diferenciarse de quienes no tienen acceso a los salones de los grandes modistas, sino, por el contrario, de interpretar con el máximo acierto lo que está en la calle y pretende ser expresión de una actitud ante la vida. En otros términos, de dar forma a algo preexistente al menos en potencia, de crear a partir de elementos no relacionados directamente con la moda una nueva línea femenina que no sólo esté dentro de las coordenadas de la actual situación de la mujer en el mundo, sino que siente las bases de la que ha de tener en un futuro más o menos inmediato.

A partir de estas consideraciones puede decirse que «el cetro de la moda» —per utilizar por última vez una expresión llamada a caer en el más absoluto desuso— ha cambiado de manos. Ya no son los nombres tradicionales, los que durante lustros han ostentado en exclusiva el derecho a titularse «grands couturiers», quienes deciden. Son los hasta hace poco ignorados diseñadores para la confección y las boutiques quienes sientan las bases que los otros, los «grandes», no harán sino llevar a puerto dándoles algunos toques de su «griffe». Si las verdaderamente grandes se han diferenciado porque sus modelos, siempre, dentro de una tónica general, se distinguen de los demás —Chanel, Cardin, el Dior de la buena época...—, hoy los modelos que de verdad llevan una marca son los de los nuevos nombres, surgidos todos, prácticamente sin excepción, de la revolución Courrèges. Ha surgido una cadena boutiques que marca con su personalidad el hacer de todas las ramas de la costura, con una fuerza mucho mayor de lo que pudieran hacerlo, a la escala de la vida cotidiana, de la calle, los creadores tradicionales.

Réal, Emmanuelle Kahn, Ted Lapidus, Louis Féraud y Jean-Marie Armand son,

si no los únicos nombres, si algunos de los más representativos en este terreno. Algunos cuentan ya con una tradición, siquiera sea relativa, como Réal, a quien se debe en gran parte la creación de una de las siluetas femeninas más características de nuestro tiempo, Brigitte Bardot. Otros, como Armand, pertenecen a la última promoción, y proceden en línea rectísima de Courrèges, silenciosos desde su aparición, vía Unigazo. A través de estos cinco nombres, y casi con un sentido cronológico, puede establecerse el cuadro de la última moda francesa y de sus interacciones con la del otro lado del Canal de la Mancha. En efecto, mientras los «grandes» persisten en ignorar lo que ocurre a su alrededor, y no digamos nada de lo que sucede en la para ellos siempre pérvida Alhíja, los nuevos adeptos la actitud contraria. Son sabedores no sólo de que Londres puede ser un peligroso rival, de que lo que ellos hagan lo puede hacer mejor al día siguiente —o quizás lo haya hecho el día antes— Mary Quant, sino también de que al propio tiempo la capital británica puede constituir un excelente mercado para sus productos, a condición de no mantenerse en un aislamiento continental. Louis Féraud, concretamente, ha hecho la experiencia con resultado económico excelente, hasta el punto de que en los primeros meses de su actividad su principal punto de venta no estaba en Francia, sino en Inglaterra.

De Réal a Armand hay, en último término, un itinerario que puede definir a grandes rasgos la evolución de la moda joven en estos últimos años, de puro artículo de consumo a elemento transformado no sólo de unas apariencias, sino incluso, hasta el punto en que ello es posible, de algo más profundo, más anclado en las costumbres consideradas como modo de expresión amplio y de una posición ante la vida. SIGUE



kahn



lapidus



feraud

MODA 67

armand

Ahora que está de moda hablar de estructuralismo puede llegarse incluso, sin temor a ser excesivamente pedante, a plantear los modelos de Armand —casi arquitectónicos— como expresión de esta tendencia en la costura. Se trata, en efecto, de puros bloques, en los que el volumen cuenta más que la línea, en los que se da una dimensión, una corporeidad, que si hoy puede resultar excesivamente insólita e incluso molesto a una vista no acostumbrada, no sería extraña que en un futuro próximo, no tan ligado a la ciencia-ficción como pudiera pensarse a primera vista, se convirtiera en algo absolutamente habitual y cotidiano. Quizá la concepción más cercana a la suya, más superficial y al mismo tiempo más inmediatamente eficaz, sea la de Emmanuelle Kahn, en la que las reformas de las estructuras —por seguir con la palabra— son menos esenciales, mientras se da mayor importancia a lo que pudiera calificarse de decorativo. Tras ellos, en una línea más clásica, vienen los demás, en los que la sencillez es la nota imperante sin que recurran a innovaciones mayores que las de adaptar lo que en el momento puede suponer, procedente de Inglaterra, un paso más en el camino de la simplificación por el que, irreversiblemente, parece lanzada la moda actual. Féraud sigue con sus imitaciones de las vidrieras góticas. Réal adopta las líneas de los años treinta y Lapidus, el más juvenil de los tres, opta por las gigantescas corbatas que caen sobre el vestido entero hasta casi sobrepasar la falda, que continúa siendo —hecho al parecer también irreversible— muy corta. Se trata, en cualquier caso, de una moda joven, práctica, funcional y, evidentemente, abocada a la baratura, aunque este hecho todavía pertenezca más al dominio de la teoría que al de la práctica. Queda por dar, en efecto, el último paso, consistente en encontrar la manera de que las aspiraciones a la popularidad de la moda de hoy se conviertan en un hecho absoluto e incontrovertible, como ya está ocurriendo en Inglaterra. Sólo entonces podrá hablarse con total justificación de lo que tantas veces se ha denominado el fenómeno de democratización de la moda. Algo que llegaría solamente de la mano de transformaciones sociales paralelas.

Fotos: GUNNAR LARSEN-EUROFOTO

