

otra vez
las colecciones

MODA

69





De nuevo, como cada año —dos veces—, París lanza sus colecciones.

Ya va dejando de estilarse lo de definir las como de otoño-invierno o primavera-verano, aunque, por respeto a la tradición, aún se emplee la nomenclatura. De hecho se habla de la posibilidad de que, encabezado el movimiento por Cardin, la doble presentación anual se reduzca a una sola.

Y también es un hecho que ciertos creadores, entre ellos la veterana Chanel, se niegan a integrarse en el rito de los lanzamientos. Pero, en último término, lo que cuenta no es el modo o frecuencia como aquéllos se llevan a cabo, sino su sentido real, su dimensión exacta. En la actualidad las presentaciones son, única y exclusivamente, un procedimiento publicitario. Ninguno de los «grandes» de la alta costura vive ya de las colecciones. Ni siquiera con la sustanciosa subvención que concede el Estado francés, a sabiendas de que la moda es uno de los mitos que hacen mantenerse vivo el prestigio turístico de Francia. Todos, desde Cardin, que empezó hasta Saint-Laurent, que ha montado la operación a escala internacional con sus boutiques «rive gauche», han comprendido que lo que interesa, lo que puede proporcionar auténticos beneficios es el «prêt-à-porter», y aunque aún se mantengan precios artificiales, la carrera hacia la «democratización» de la moda ha comenzado.

Y puede presumirse que seguirá adelante, sobre todo si se tiene en cuenta la proximidad de la capital británica, que ya, con sus precios y la baratura del billete aéreo París-Londres y regreso, está planteando una seria competencia a la francesa. La guerra, aún, no hace más que esbozarse. Pero puede ser dura. Por ello, una vez más, París, enorme caja de resonancia internacional, lanza su caballo de batalla de la publicidad...

Cardin
—a la izquierda, uno de sus modelos para este año— fue el primero en darse cuenta de la evolución de la industria de la moda hacia el «prêt-à-porter», reservándose las colecciones como arma publicitaria. En su línea, y muy influido por Courrèges, ha seguido Ungaro, a quien pertenece el modelo de esta página, compuesto de una casulla o maxichaleco sobre vestido de lanilla.

MODA
69

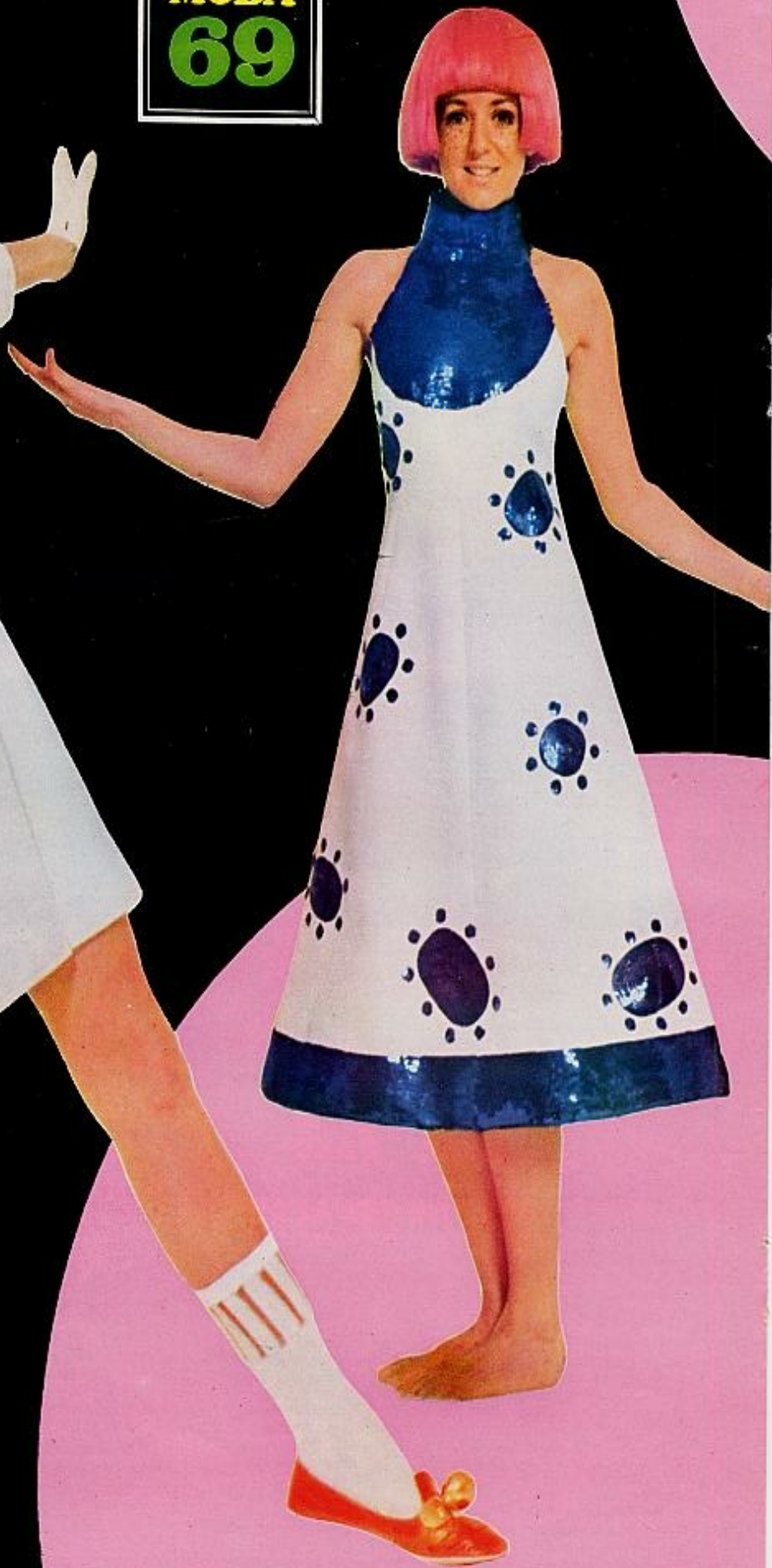




El pantalón siempre

De la noche al día. De los salones a la selva africana. El pantalón, definitivamente, se ha impuesto. Para todas las ocasiones. Quedan lejos los tiempos de Georges Sand o Concepción Arenal. Quedan lejos, incluso, aquellos más recientes en que Marlene, desde las pantallas y en la vida real, escandalizaba y daba lugar a comentarios con sus fracs de corte masculino y su cigarrillo en la comisura de la boca. Aunque, naturalmente, no faltan aún, en pleno último tercio del siglo XX, quienes insultan en la vía pública a una mujer en pantalón, prohíben que acuda con él al trabajo o se niegan a bailar con ella... Pero puede decirse que, al menos en las áreas más o menos desarrolladas, la batalla está vencida. Desde el blue-jean al pijama de noche, desde el pantalón deportivo en tweed igual al del hombre, al más sofisticado, pasando por el reciente y utilísimo traje-pantalón. Las colecciones de este año nos presentan para todos los gustos. Dior lanza un modelo para la noche compuesto de túnica de organdí de seda bordado y pantalón en crêpe de seda con cintura de raso, y otro, más «ponible», en jersey de lana rosa. Armand vuelve al Vichy, que Bardot popularizó hace años al llevarlo en su boda con Jacques Charrier, y lo utiliza para un conjunto a cuadros blancos y azules. Saint-Laurent, por último, el más sofisticado en su búsqueda de una simplicidad sólo aparente, presenta un conjunto sport en gabardina, con sahariana de bolsillos pegados anudada en el delantero, lo mismo que el pantalón. Cuatro combinaciones características, representativas también de la posibilidad de adaptación de una concepción que se puede decir que ha entrado para siempre, de modo irreversible, en las costumbres de nuestra época.

MODA
69





Courrèges de nuevo

Courrèges, de nuevo. A él se debe, en líneas generales, lo más importante de la evolución de la moda francesa en los últimos años. A él se debe, sobre todo, la concepción del vestido femenino como algo arquitectónico, lineal, frente a los planteamientos más o menos decadentes y rococós de sus predecesores. Con él empezaron la falda corta, los colores nítidos —el blanco, al principio, exclusivamente—, las botas, las líneas rigurosas, las costuras puestas en evidencia. Luego pareció tener una pequeña etapa de oscuridad, haberse quedado atrás, no haber asimilado su éxito. Fue la época de las margaritas, de los festones... Pero inmediatamente se recuperó, volvió a encontrar su camino. Añadió colores, matizó la sobriedad. Sustituyó las botas por calcetines. Puso a punto la maquinaria de las presentaciones con las maniqués moviéndose a ritmo de baile. Volvió a ser el primero, el imitado abiertamente o veladamente por unos y otros, cosa que, por otra parte, como a Chanel, no le preocupa lo más mínimo, sino al contrario. Lanzó a los cuatro vientos sus teorías sobre la «costura futura», punto de equilibrio entre la «alta costura» y el «prêt-à-porter». Y ahí sigue, con sus mujeres como muñecas dinámicas, tocadas de pelucas inverosímiles, embutidas en ropas en las que antes que nada prima la línea estricta, la geometría euclídeana, pero llenas de gracia, de modernidad, de juventud.

Una información de
MARIA FORTUNATA
PRIETO