

CET

FACULTAD de
CIENCIAS EMPRESARIALES
y del TRABAJO de SORIA



Universidad de Valladolid

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE 2º BACHILLERATO DE INVESTIGACIÓN Y
EXCELENCIA C.C.S.S.**

CURSO 2017-2018

LA MODA. HISTORIA, INDUSTRIA Y FUTURO



Presentado por Marina de Paz Martín

IES Antonio Machado

Directora: Margarita Caballero

Tutor: Antonio de Miguel Hernando

ÍNDICE

CAPÍTULO 0: Introducción.....	3
0.1. Motivos de la investigación	4
0.2. Objetivos del trabajo	5
0.3. Metodología	6
0.4. Dificultades en la investigación	6
0.5. Partes del trabajo	7
CAPITULO 1: La moda a través de la Historia.....	8
1.1. Desde el origen de la moda hasta los inicios del siglo XX	11
1.1.1. Transformaciones políticas, económicas y sociales	11
1.1.2. Evolución de la moda	15
1.2. La moda en el siglo XX	27
1.2.1. De la Primera Guerra Mundial a los felices años veinte	27
1.2.2. La moda después de la Segunda Guerra Mundial	33
1.2.3. La moda en España: las bases de la Alta Costura	36
CAPÍTULO 2: La industria de la moda.....	41
2.1. Evolución del sector textil	42
2.2. Panorama general	43
2.2.1. Alta Costura	43
2.2.2. <i>Prêt-à-porter</i>	44
2.2.3. Moda <i>fast fashion</i>	44
2.3. La industria de la moda en España	46
2.3.1. Tamaño del sector de la moda española	46
2.3.2. Cifras de empleo	49
CAPÍTULO 3: La moda: una cuestión de futuro.....	51
CAPÍTULO 4: Conclusiones.....	57
4.1. Reflexión personal	58
4.2. Grado de consecución de los objetivos	59
Bibliografía.....	60



CAPÍTULO 0: INTRODUCCIÓN

0. Introducción

“La moda no es algo que solo exista en los vestidos. La moda está en el cielo, en las calles. La moda tiene que ver con las ideas, con la forma en que vivimos, con lo que está sucediendo”.

Coco Chanel¹

0.1. Motivos de la investigación

*“Nadie sabe bien qué es la moda”*². Estas son las palabras con las que la diseñadora venezolana Carolina Herrera respondía ante la inocente pregunta de un periodista sobre qué significaba para ella un mundo tan desconocido como es la moda. Su respuesta me inspiró a pensar que si yo podía, bajo un criterio de desconocimiento, buscar una solución ante tal pregunta, no estaría ante un mundo tan sumamente extraño. Pero, tras mucho meditar la respuesta, pude darme cuenta de que esto no iba a ser una tarea fácil.

En la actualidad, el término moda es algo que ocupa las portadas de los medios de comunicación y muchos de los portales de Internet. Es una palabra que está asociada a un mundo multimillonario, fascinante e inquietante al mismo tiempo por las noticias que se suceden sobre él. Sin embargo, el origen de la moda, –de lo que podemos entender por moda–, es mucho más amplio que una gran empresa de capitales.

“La moda no solo está en los vestidos”, decía Chanel. La moda abarca un mundo inmenso en el que se incluyen miles de historias de gente que, gracias a su valentía, fueron capaces de crear verdaderas obras de arte. La Historia nos ha obsequiado con talentos poderosísimos, modistos de talla mundial que lo revolucionaron todo en su momento. Aunque, por otro lado, la moda no sólo se rige por el talento que un diseñador posee para crear un vestido. Sí, sin ellos la moda no existiría y es cierto que, el ingenio y la creatividad para ofrecer algo nuevo son esenciales en un mundo como este, pero a la hora de concebir la moda, tan importante es aquel que la diseña como el que la lleva. Los consumidores de moda a

¹ Valdés, V. (2016). *80 grandes frases de Coco Chanel para triunfar en la vida*. VANITY FAIR, <http://www.revistavanityfair.es>

² Cala, I. (2017). Carolina Herrera: “Nadie sabe bien qué es la moda”. Revista NOTICIAS, <http://noticias.perfil.com>

lo largo de la historia siempre han visto un motivo detrás de su compra, que evidentemente, ha ido variando en función del momento y el lugar en el que se encontrasen.

La moda ha sido tachada de frívola en incontables ocasiones, pero, ¿es eso cierto? ¿Acaso podría considerarse intrascendente un medio así, que siempre ha respaldado causas solidarias? No, no lo es. La moda es un fenómeno de masas con repercusiones mundiales, que tiene tras de sí una historia única.

La moda es arte. Es el arte de expresar sin palabras lo que uno siente. Gracias a los grandes avances de la sociedad contemporánea, es libertad de expresión, de pensamiento y de actuación porque no hay arma más poderosa que una minifalda que reivindique los derechos de las mujeres. Porque una moda responsable es el mejor instrumento para cambiar el mundo.

0.2. Objetivos del trabajo

En la realización de esta investigación se pretenden conseguir tres objetivos esenciales que conforman el eje principal del trabajo. En primer lugar, conocer cuál ha sido la evolución de la moda a lo largo de una extensa etapa de la historia, que comienza en la segunda mitad del siglo XVIII hasta el momento actual, detallando en cada etapa las características más significativas, y señalando –siempre que sea posible– los personajes que ayudaron a forjar las bases de la moda en cada una de ellas.

Por otro lado, una vez analizados los antecedentes y la perspectiva histórica, se procederá a estudiar la situación de la industria textil, base económica de la moda en el siglo XXI y motor de un negocio millonario, que ofrece beneficios a escala mundial. Finalmente, en la tercera parte de la investigación, el objetivo perseguido consiste en detectar las necesidades por las que pasan las empresas y los consumidores en el mercado, en busca de un mundo sostenible que respete el medio ambiente, tratando de aportar posibles soluciones a este problema.

0.3. Metodología

En primer lugar, para poder concebir una idea general sobre qué es la moda y cuándo surgió, fue necesaria la lectura de libros y artículos de prensa divulgativa, especializados en este tema.

Para recoger la información necesaria –acotada al periodo de tiempo escogido en el estudio–, se han empleado, además de libros y artículos periodísticos, otros medios de información como trabajos de investigación, tesis universitarias, entrevistas, cifras de los principales centros de estadística, estudios realizados por organismos y empresas del sector de la moda, películas y documentales, y visitas a exposiciones como *Sorolla y la moda* (Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, 2018), *Manolo Blahnik. El arte del zapato* (Museo Nacional de Artes Decorativas, 2018) o *Hubert de Givenchy* (Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, 2015).

0.4. Dificultades en la investigación

La dificultad inicial de este proyecto ha sido acotar el periodo histórico para la investigación. Al tratarse de un tema tan extenso, establecer los límites del marco teórico, en este caso, la evolución de la moda a través de la Historia –y más concretamente a partir del siglo XIX–, resulta esencial para el posterior desarrollo del trabajo.

El objetivo es ofrecer una perspectiva general sobre los cambios históricos que ha sufrido la moda, condicionada por las circunstancias sociales, políticas y económicas de cada momento. Sin embargo, con esta idea de contextualización no se pretende profundizar exhaustivamente en todas las etapas, sino destacar lo más significativo de cada una de ellas, de manera que, las tendencias explicadas a continuación son las bases de cada periodo, y, por consiguiente, de la Historia de la moda. A pesar de la dificultad de sintetizar la información debido a las diferentes fuentes consultadas, el contexto y fases escogidas permiten elaborar una visión global de cómo y qué cambios históricos ha sufrido la moda, analizando, de la manera más objetiva posible –es decir, seleccionando todo aquello que se ha considerado de mayor relevancia–, las características de cada etapa.

Por otro lado, en la segunda fase de investigación, la recogida de datos sobre cifras de empleo, facturación, exportaciones, etc., exige la comprobación de dicha información a través de distintas fuentes a las que, en ciertas ocasiones, ha sido difícil acceder a través de los medios empleados.

0.5. Partes del trabajo

La estructura del trabajo se compone de cinco capítulos principales, divididos a su vez en distintos apartados. En primer lugar, un capítulo en el que se desarrolla la introducción de esta investigación, fragmentado en cinco apartados en los que se exponen la motivación del trabajo, sus objetivos, metodología, dificultades y las partes de éste. A continuación, el segundo capítulo presenta la evolución histórica de la moda, destacando diseñadores y tendencias de cada periodo. En el tercer apartado se detallan las características esenciales que conforman la industria de la moda, primero de forma general, y más tarde, en España. Un cuarto capítulo, en el que se explican los retos a los que la moda debe hacer frente, y un apartado final a modo de conclusión, concluyen la investigación de este trabajo.



CAPÍTULO 1: LA MODA A TRAVÉS DE LA HISTORIA

1. La moda a través de la Historia

Durante los primeros siglos de la existencia humana, la vestimenta fue un elemento de necesidad básica que permitía protegerse de las condiciones adversas; no se trataba más que de un abrigo para el cuerpo fabricado a base de pieles de animales. Con el paso del tiempo, ese simple “abrigo” se ha ido convirtiendo en algo más: desde el momento en que la moda se ha considerado un componente social, al cual se le ha dado importancia por su razón de ser y no solo por la estética o funcionalidad que ello posee, la mentalidad sobre aquello a lo que llamamos “moda” ha ido cambiando.

Tal vez haya existido desde siempre si por ello se entiende al “conjunto de la vestimenta y los adornos”³, pues de ser así, ésta surge desde el preciso instante en que los humanos comienzan a elaborar ropajes para cubrir su cuerpo. Sin embargo, el término *moda* va mucho más allá.

La moda ha estado presente en la mayor parte de momentos de la historia ya que de un modo u otro, en menor o mayor medida, representa un papel destacado, por lo que no debe ser ignorada ni considerada como un mero “entretenimiento”. Se trata de un fenómeno cuya evolución se ha visto marcada por las circunstancias del momento: guerras, épocas de crisis, grandes hambrunas, periodos de prosperidad... la moda ha sido reflejo de todo ello. Es, por tanto, que su función va más allá de la estética, actuando en muchas ocasiones como instrumento político o arma de reivindicación. Así mismo, se puede decir que la moda es un símbolo de identidad, una extensión de la forma de ser de la persona, gracias a la cual uno puede expresar sus ideas e inquietudes de cara al resto del mundo.

Teniendo en cuenta que durante la Edad Media la moda estaba restringida a las élites, ya fuese por los dictámenes jurídicos o por la falta de dinero para adquirir prendas de confección, no será hasta el inicio del sistema fabril, la producción en serie y la apertura de grandes superficies de venta el momento en el que se pueda hablar de una moda generalizada y accesible para el conjunto de la población.

³ s.v. “moda”, tercera acepción de la Real Academia Española.

En este sentido, la industrialización originada en Gran Bretaña a mediados del siglo XVIII, y que en los años siguientes se extendería al resto de países europeos, fue una ruptura con todo lo establecido hasta el momento. Las bases de la sociedad medieval iban desapareciendo con la entrada de las modernas formas de producción, los nuevos modelos económicos y la construcción de una sociedad de clases. La caída del Antiguo Régimen era un hecho innegable ante la llegada del modelo revolucionario a Europa que contaba con dos importantes focos de acción: la Revolución Francesa y la Revolución Industrial británica.

Es precisamente el término “revolución” lo que marcará el fin de una era y el principio de otra, y esa necesidad de cambio también se trasladará a la moda.

Al mismo tiempo que la moda iba tomando las calles y los grandes almacenes, surgieron las *maisons* de Alta Costura, auténticos “templos” dedicados al diseño de vestidos, de la mano del modisto inglés Charles Frederick Worth (1825-1895), cuyo testigo será recogido por los grandes maestros del siglo XX.

Por otro lado, es necesario tener en cuenta que en este siglo, la moda se declara como fenómeno de interés mundial, capaz de traspasar fronteras con la publicación de las primeras revistas especializadas en este ámbito, como es el caso de *El Correo de las Damas* (1833), difundida en varios países de Occidente, o el *Semanario Pintoresco Español* (1836). Estos hechos suponen la creación continua de nuevos modelos inspirados en las tendencias dominantes del momento, que en relación a tiempos pasados, perduran en boga apenas dos décadas. Se considera realmente, que a mediados del siglo XIX, coincidiendo con la apertura de la casa de modas *Worth and Bobergh*, se inicia una etapa dorada en la moda, prolongada hasta la década de 1950.

No obstante, para conocer la situación de la moda en el siglo XIX es necesario tener en cuenta una serie de factores previos al desarrollo industrial, y que en su mayoría impidieron su progreso, haciendo que la moda quedase limitada al uso exclusivo de una minoría.

1.1. Desde el origen de la moda hasta los inicios del siglo XX

Durante la primera mitad del siglo XIV se establecieron una serie de normas con el objetivo de mantener el control sobre los gastos de la sociedad y el uso de productos de lujo y de extremo valor. Se trataban de las Leyes Suntuarias que seguirían vigentes en Europa hasta el siglo XVIII. Durante estos años, la moda estuvo al servicio del Estado y de las altas esferas como arma de poder político y distinción social.

El último tercio del siglo XIV y los comienzos del siglo XV fueron una época de grandes cambios, también en lo que a vestimenta se refiere ya que, por primera vez, se buscaron ropas que marcaran la silueta, ceñidas al cuerpo y con ornamentaciones, que permitían la distinción entre sexos. El gusto por las diferentes formas artísticas y la aparición de ciertas figuras de la burguesía, tales como banqueros, comerciantes y mercaderes, impulsaron el comercio de telas entre países y en general, la manufactura textil. De este modo, frente a la moda elitista de las altas clases privilegiadas, los más desfavorecidos buscaban una vestimenta mucho más acorde a su estatus y destinada a las tareas del campo y la vida cotidiana; era un estilo opuesto al de la nobleza y la monarquía que también contribuirá al desarrollo de la moda. No obstante, y a pesar de esta moda “escondida” y limitada por las Leyes Suntuarias, el desarrollo del vestido se llevó a cabo esencialmente en el mundo cortesano, alejado de las calles.

1.1.1. Transformaciones políticas, económicas y sociales

Será en la Francia de Luis XIV (1638-1715) y su corte en Versalles, momento en el que surge el gremio de modistas, y la excepcional figura de María Antonieta durante el reinado de Luis XVI, cuando la moda conozca uno de sus momentos de máximo esplendor. Pese al papel secundario que representaba María Antonieta, su particular visión de este mundo ha dejado un importante legado, recuperado además por alguna de sus sucesoras. Gracias a la aparición de los comerciantes de modas, encargados de perfeccionar la vestimenta con detalles que marcaran la diferencia, y especialmente a Rose Bertin, su ministra de la moda, la monarca consorte dotará a la corte francesa de un estilo único y personal. Sin embargo, la moda no será exclusiva

de este mundo en el que el lujo y la opulencia están a la orden del día; el progreso de la clase social burguesa, poseedora de negocios, manufacturas, capitales y grandes compañías comerciales hará que la moda sea accesible a otros sectores.

La Revolución Francesa trajo consigo una reforma de los ideales del Antiguo Régimen e introdujo en Francia una mentalidad renovada ("*Libertad, igualdad, fraternidad*"), que paulatinamente se iría difundiendo al resto de países de Europa.

La etapa inicial de la Revolución permitió a la burguesía más acomodada instaurar un modelo de liberalismo económico y político gracias a las reformas de la Asamblea Legislativa; si bien el pueblo llano no vio sus deseos cumplidos, pese a la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano (26 de agosto de 1789) que garantizaba libertades, derechos e igualdad ante la ley para todos los ciudadanos. Después de esta etapa de monarquía constitucional, las revueltas por parte de las clases populares parisinas (*sans culottes*) respaldadas por girondinos y jacobinos desembocaron en una nueva insurrección (asalto al palacio de las Tullerías) que tendría como consecuencia la abolición de la monarquía y la proclamación de la Primera República. Los años posteriores Francia sería testigo de una etapa republicana en la que sucederían los gobiernos de girondinos y jacobinos (grupos más radicales) hasta la llegada de Napoleón Bonaparte en 1799⁴.

Durante esta época se buscará el individualismo a la hora de la elección del traje, marcado por los nuevos valores de la sociedad y la igualdad legal que darán lugar a vestimentas muy diversas. Sin embargo, no fue hasta la Convención Nacional de 1793 en la que se abolieron definitivamente las Leyes Suntuarias, el momento en el que se puede hablar de libertad a la hora de vestir y derecho democrático a la moda. Si anteriormente la moda había sido un elemento politizante empleado por las grandes figuras autoritarias como símbolo de supremacía, a partir de ahora será el pueblo quien vea en la vestimenta un emblema de libertad. De este modo, se abandona el traje de corte en busca de la funcionalidad, visible en el uso de nuevas telas y un amplio abanico de tonalidades con rojos, azules y blancos, colores de la bandera francesa, como estandartes.

⁴ Álvarez Rey, A., García Sebastián, M., Gatell Arimont, C., Gibaja Velázquez, J. C., Palafox Gamir, J., Risques Corbella, M. (2016). *Historia del Mundo Contemporáneo*. España: editorial Vicens Vivens.

Tras el golpe de Estado protagonizado por Napoleón Bonaparte el 9 de noviembre de 1799 y la formación de un nuevo gobierno (el Consulado), la revolución parecía haber terminado. La era napoleónica se caracterizó por su pragmatismo y capacidad de adaptación a las diferentes tareas de la vida urbana por lo que la diferencia entre el traje cortesano, apto para acudir a fiestas y recepciones en las altas esferas, y el traje para el día a día queda establecida.

Entre 1780 y 1860, de forma paralela a los hechos ocurridos en Francia, se produjo en Gran Bretaña una transformación de la economía y la organización social conocida como Revolución Industrial. Durante este periodo, la mecanización de los procesos productivos se vio impulsada en un corto plazo de tiempo gracias al empleo de nuevas fuentes de energía (como el carbón mineral) y al desarrollo de novedades tecnológicas⁵, permitiendo así el aumento de la productividad de la actividad industrial.

Esta temprana industrialización vivida en Gran Bretaña estuvo motivada por una serie de transformaciones en la agricultura (nuevas herramientas, el empleo de fertilizantes, la rotación de cultivos mediante el sistema Norfolk, la privatización de los campos abiertos, etc.) que permitieron incrementar la producción de alimentos y por lo tanto, la disminución de grandes hambrunas. Esto a su vez generó un aumento de la población, que gracias a la mejora de la alimentación y los avances médicos de la época pasó en Gran Bretaña de 5'75 millones en 1730 a 9'6 millones de habitantes en 1800⁶, de tal modo que el número de consumidores y la mano de obra aumentaron considerablemente.

Una de las primeras industrias en mecanizar su producción y aplicar los nuevos avances tecnológicos fue la industria textil algodonera. El incremento de la producción de vestidos fue posible gracias a una serie de factores que incentivaron el consumo. En primer lugar, gran parte de la población había visto cubierta su

⁵ A lo largo de estos ochenta años se inventaron la máquina de vapor, la locomotora, bienes empleados a la industria algodonera como la lanzadera volante, el telar mecánico o la *spinning-jenny*, y más tarde, una revolución para el mundo textil: la máquina de coser.

⁶ Álvarez Rey, A., García Sebastián, M., Gatell Arimont, C., Gibaja Velázquez, J. C., Palafox Gamir, J., Risques Corbella, M. (2016). *Historia del Mundo Contemporáneo*. España: editorial Vicens Vivens.

necesidad básica, la alimentación, por lo que pronto surgieron nuevas necesidades, que debido a los excedentes generados por la revolución agraria y el aumento de la renta *per cápita*, pudieron ser solventadas. Por otro lado, un activo mercado exterior inducido por la explotación colonialista propició el intercambio de materias primas entre los territorios conquistados y las manufacturas procedentes de las metrópolis. Asimismo, la revolución de los transportes mejoró las comunicaciones entre los diversos territorios por lo que los traslados de mercancías se efectuaban cada vez en un menor periodo de tiempo.

La nueva sociedad industrial construía sus bases en torno a un modelo de economía de mercado en el que la producción ya no iba destinada al autoconsumo familiar sino a su posterior venta. La construcción de infraestructuras dedicadas exclusivamente a estos procesos permitió la consolidación de un sistema fabril que se iría extendiendo por el resto de Europa en los años posteriores. Como consecuencia de ello, se inició una fase de urbanización en la que los trabajadores se vieron obligados a movilizarse hasta el lugar donde se situaba la fábrica. De esta forma las ciudades quedaban divididas en barrios obreros y barrios residenciales en los que vivían las familias burguesas. Estos últimos, situados junto a las grandes avenidas, comercios y servicios públicos, acogían el centro neurálgico de la vida urbana.

A pesar de que esta planificación fue reproducida en diferentes ciudades de Europa, tiene vital importancia el caso de Londres. Si bien había sido víctima de un gran incendio que arrasó toda la ciudad en 1666 (Gran Incendio de Londres), su recuperación dio lugar a un desarrollo urbano extraordinario con la construcción de avenidas, plazas, parques, palacios...

Dentro de esta gran transformación económica, urbanística y social cabe destacar la apertura de grandes superficies diversificadas de consumo destinadas a la venta de productos en masa: vestidos, zapatos, complementos, ropa de hogar...

Los primeros grandes almacenes surgieron en París, en 1838: *La Maison du Bon Marché*, en la calle Sevres, que inauguró un nuevo sistema de venta posteriormente ampliado al resto de ciudades occidentales, entre las que se encontraban *Selfridges* y *Harrods*, en Londres, *Galeries Lafayette*, también en París,

Saks, en Nueva York o *Galerías Preciados*, posteriormente *El Corte Inglés*, en Madrid. Se trataban de edificios modernos, equipados con los últimos avances de la época y ubicados en el centro del núcleo urbano, donde el consumidor podía conocer directamente el producto a través de un trato inmediato con los encargados. Paralelamente, estos grandes almacenes se convirtieron también en un lugar habitual de reunión, debido a la alta y variada oferta de artículos de la que disponían que, además, eran expuestos en grandes escaparates de cara al público visitante⁷.

Debido a la supremacía de estas dos potencias –Francia y Gran Bretaña– en el panorama europeo, la moda tendrá dos grandes ejes de desarrollo. De modo que a lo largo del siglo XIX convivirán un sinnúmero de estilos, siluetas y tendencias que engrandecerán la historia del traje y su legado.

Paris y Londres se disputarán la hegemonía del sector textil siendo la primera un símbolo de la Alta Costura, la técnica y el buen gusto, compitiendo con la tecnología industrial y los sastres ingleses.

1.1.2. Evolución de la moda

Durante el dominio de Napoleón Bonaparte a comienzos del siglo XIX (coincidiendo con los últimos años de Neoclasicismo), la moda femenina estará representada por el vestido de corte imperio⁸ (figura 1). Es en especial con la figura de Josefina Bonaparte, esposa del emperador, con la que el vestido camisa conocerá su máximo esplendor. Confeccionado en una sola pieza, con líneas claras, fluido e inspirado en la Antigüedad Clásica, se trata de una pieza sencilla, todo un símbolo de “liberación” para el cuerpo femenino y acorde con los valores de la Revolución. La ligereza de las telas, normalmente muselina u organdí, y la ausencia de corsés o armazones interiores favorecían mayor soltura en los movimientos. La simplicidad del patronaje permitía decorar el vestido con cintas, galones, lazos de seda o joyas sin

⁷ R. Alcón, I. (2016). *Breve historia de los grandes almacenes que cambiaron nuestras vidas*. VANITY FAIR, <http://www.revistavanityfair.es/actualidad/articulos/>.

⁸ El traje imperio está inspirado en los vestidos del Neoclasicismo, sin embargo, pequeños detalles en su confección suponen un avance hacia el posterior Romanticismo.

que éste resultase excesivo⁹. De modo que al tratarse de un vestido sin mangas y de escote pronunciado fue frecuente el uso de chales de cachemira¹⁰ para cubrir el torso y de *Spencers*, chaquetas muy cortas con mangas largas y ajustadas, que se llevaban sobre los vestidos¹¹ (FIGURA 1).

FIGURA 1. Vestido de corte imperio adornado con chal de cachemira (izquierda) y chaqueta Spencer (derecha).



FUENTE: [https://es.wikipedia.org/wiki/Indumentaria_estilo_Imperio#/media/File:Fashion Plate \(London Fashionable Walking Dresses\) LACMA M.86.266.104.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Indumentaria_estilo_Imperio#/media/File:Fashion_Plate_(London_Fashionable_Walking_Dresses)_LACMA_M.86.266.104.jpg)

Asimismo, la progresiva expansión napoleónica por Europa y su campaña en Egipto impregnaron el Imperio de otros estilos. La guerra de Independencia contra España (1808-1814) trasladó las formas castizas al resto de Europa con la incorporación de la capa española a la indumentaria masculina y la adopción del

⁹ <https://www.mecd.gob.es/dms/museos/mromanticismo/publicaciones/sala-lectura/publicaciones-divulgativas/2-hojadesala-modafemenina/2.hojadesala-modafemenina.pdf>. *La moda femenina durante el siglo XIX*. Museo del Romanticismo. (2 de diciembre de 2017).

¹⁰ La cachemira o cachemir es un tejido fino de lana elaborado con el pelo de las cabras de Cachemira, región situada al Oeste del Himalaya. Fundéu BBVA. (2015). *Glosario de la moda*. <https://www.fundeu.es>.

¹¹ González, E. (2013). Dossier *Vestir a la española. El siglo XIX: aires burgueses de cambio*, La aventura de la Historia. Nº 150.

“majismo”¹² por parte de la aristocracia. Por otro lado, la presencia de las tropas francesas en Egipto motivó el interés europeo por todo lo surgido en Oriente¹³, inaugurando una tendencia que será frecuentemente empleada a partir de este momento: el orientalismo.

Sin embargo, en estas primeras décadas del siglo XIX el traje masculino eclipsará la moda femenina gracias a la aparición del “dandismo”. Los seguidores de esta nueva corriente, entre los que se encontraban grandes escritores como Charles Baudelaire, Lord Byron u Oscar Wilde, y otros miembros de la aristocracia se caracterizaban por su refinamiento extremo, casi extravagante, en el vestir, en los modales y en la forma de hablar.

George Brummell (“*Beau Brummell*”), nombrado árbitro de la moda durante el Período Regencia en Inglaterra¹⁴, es considerado el precursor del dandismo y promotor del traje masculino moderno. A pesar de sus raíces aristocráticas ligadas al mundo cortesano, su estilo difiere del “tradicional”. Botas altas de cuero, pantalones de montar, levita entallada y sombrero de copa eran la base de la vestimenta masculina (FIGURA 2). Sin embargo, su especial predilección por los tejidos de gran calidad, como la lana, por los colores sobrios (negros, azules, blancos...) y por accesorios singulares como guantes rosas o chalecos amarillos¹⁵, le permitía forjarse una imagen muy personal, distinta e individual que será reproducida por sus contemporáneos.

¹² A finales del siglo XVIII y principios del XIX, los majos eran individuos de barrios populares de Madrid que se distinguían por su traje vistoso (compuesto por chaleco, calzón y fajín, y una cofia o redecilla para el pelo) y su actitud y manera de hablar arrogantes y desenfadadas.

¹³ Figueras, J. (2012). *Historia de la moda. Pasado, presente y futuro*. Pamplona, España: editorial Eunsa.

¹⁴ Tras la incapacitación del monarca Jorge III, período de regencia entre 1811 y 1820 del príncipe Jorge IV de Inglaterra.

¹⁵ Cerrillo, L. (2010). *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*. Madrid, España: editorial Siruela.

FIGURA 2. George Brummell, 1805.



FUENTE: https://es.wikipedia.org/wiki/Beau_Brummell#/media/File:BrummellDighton1805.jpg

A partir de este momento, y una vez establecidos los códigos del traje moderno de caballero, la vestimenta masculina no sufrirá grandes cambios en lo que resta de siglo.

En cuanto a la moda femenina, con la llegada de 1820, el corte del vestido se traslada de nuevo a la cintura, dando lugar a faldas de grandes dimensiones, modeladas con armazones interiores como la crinolina (fabricada con crin de caballo) que amplía el contorno corporal femenino, corsés y enaguas. Las mangas abullonadas (*gigot* o mangas “pata de jamón” y *beret* o “mangas boina”), junto con el exceso de joyas y adornos sobre los trajes evidencian la evolución del vestido hacia un estilo más recargado, con ricas ornamentaciones¹⁶.

¹⁶ <https://www.mecd.gob.es/dms/museos/mromanticismo/publicaciones/sala-lectura/publicaciones-divulgativas/2-hojadesala-modafemenina/2.hojadesala-modafemenina.pdf>. *La moda femenina durante el siglo XIX*. Museo del Romanticismo. (12 de diciembre de 2017).

Entre 1840 y 1868, coincidiendo con la monarquía de la reina Victoria en Reino Unido (1837-1901) y el Segundo Imperio francés (1852-1870), se popularizó el traje de sociedad, imprescindible para acudir a eventos, fiestas y recepciones en la corte real. Los armazones interiores de los vestidos evolucionaron hacia formas más complejas, y la crinolina dio paso al miriñaque, elaborado con un sistema de aros metálicos que, unido a los voluptuosos cuerpos de los vestidos, lo hacía aún más pesado.

Reglas no escritas, como la de no repetir modelo en más de tres ocasiones, o la necesidad de vestidos para los diferentes momentos del día (vestidos de mañana, trajes de montar, trajes de paseo, vestidos de tarde, indumentaria de gala...) suponen la continua elaboración de prendas y accesorios, que, siguiendo las tendencias de las revistas de moda de la época, como *El correo de las Damas* (1833), configuraban los distinguidos armarios de nobles y aristócratas.

Durante este periodo, en 1858, Charles Frederick Worth, considerado el primer modisto de Alta Costura, abrió su propia casa de modas en Francia¹⁷. Este hecho supuso una revolución para la industria, pues a partir de este momento el trabajo de los modistos fue considerado como una profesión a la altura de pintores, escritores, actores... elevándolo a la condición de "artista". Su idea de diferenciar la elaboración de vestidos por encargo o la producción en serie quedó reforzada con el hecho de "firmar" sus obras. El trabajo del modisto no consistía en obedecer a los encargos, sino en presentar unas propuestas o prototipos que posteriormente serían adaptadas a las clientas.

¹⁷ No obstante, él ya tenía experiencia profesional y conocimientos sobre el sector de la moda debido a su etapa como vendedor y sastre en la casa Gagelin.

FIGURA 3. Vestido de baile elaborado en seda, algodón, raso y encaje por Charles F. Worth, h. 1896-1897, exposición *Sorolla y la moda*, Museo Thyssen-Bornemisza.



FUENTE: elaboración propia

El lujo de las telas, los adornos y una cuidada forma en la elaboración de los trajes convirtieron sus diseños en objetos de deseo para las mujeres de medio mundo. Aristócratas, actrices, cantantes y miembros de la realeza europea, entre las que se encontraban, por ejemplo, Eugenia de Montijo (FIGURA 4) e Isabel de Baviera, formaban parte de su clientela habitual.

FIGURA 4. Eugenia de Montijo, emperatriz consorte de Francia durante el Segundo Imperio francés, con traje firmado por C. F. Worth.



FUENTE: http://www.nationalgeographic.com.es/historia/grandes-reportajes/eugenia-montijo-glamour-del-imperio-frances_12240/1

A partir de 1868 se popularizó el polisón¹⁸, que acentuaba la parte trasera de la vestimenta al emplear una almohadilla que abomba la cola del vestido, cayendo esta desde la cintura. El uso de este nuevo armazón centraba la atención del traje femenino en el reverso inferior del vestido, destacando por primera vez la vista lateral de la mujer frente a la visión frontal que había dominado anteriormente. El juego de tamaños entre las abultadas telas del vestido y el cojinete, cuyo volumen se iría reduciendo en las décadas siguientes, supuso el surgimiento de nuevas tendencias. Es el caso del estilo tapicero, denominado así por el parecido entre el mobiliario burgués y las telas de los vestidos, que eran confeccionados con los mismos materiales (generalmente seda, raso y terciopelo) que las cortinas y las alfombras que decoraban sus hogares. Destaca también, el traje *Sirena*, en el que la estrecha falda rematada por la cola sobresaliente del vestido prolongaba la silueta femenina,

¹⁸ El polisón tiene su origen en la polonesa francesa de mediados del siglo XVIII.

haciendo las figuras más esbeltas¹⁹. En esta época, adquieren gran importancia los accesorios que complementaban los trajes: enormes sombreros adornados con plumas, guantes, sombrillas, collares, abanicos...

Las tendencias en boga durante todo el siglo tenían un aspecto fundamental en común: todas ellas, a excepción del traje imperio, distorsionaban el cuerpo femenino mediante el empleo de grandes armazones bajo las telas del vestido. Corsés, enaguas, crinolinas, miriñaques, polisones... modelaban la silueta de las mujeres, entre las que, a pesar de sufrir graves enfermedades por la posición antinatural de su propio cuerpo, primaba el hecho de mostrar la ostentación de los trajes y sus joyas.

FIGURA 5. Vestido de novia de tul de seda, 1907, Museo del Traje Madrid.



FUENTE: elaboración propia

¹⁹ González, E. (2013). Dossier *Vestir a la española. El siglo XIX: aires burgueses de cambio. La aventura de la Historia*. Nº 150.

En el periodo de transición entre los siglos XIX y XX surge un nuevo arquetipo de belleza como consecuencia del uso generalizado de corsés: la silueta femenina en forma de “S”, que acentuaba el busto y las caderas.

Sin embargo, durante los primeros años del siglo XX, la silueta de la mujer encorsetada llegará a su fin gracias a la aparición de nuevas formas. En 1902 surge en París el *trotteur*, un traje de chaqueta que dejaba al descubierto los pies y los tobillos. De forma paralela, pero esta vez en Reino Unido, las sufragistas inglesas inventan la falda-pantalón que rápidamente será adoptada por un gran número de mujeres²⁰.

La figura de parisino Paul Poiret (1879-1944) contribuyó a la liberación de la mujer con la eliminación del corsé de sus diseños en 1906, recuperando el estilo imperio de principios del siglo XIX (FIGURA 6). Discípulo de Worth y de Jacques Doucet, su trayectoria se desarrolló durante los últimos años de la *Belle Époque*²¹ con la apertura de su propio taller en 1903. Su concepción del mundo de la moda impregnó a sus diseños de la naturalidad que la nueva sociedad demandaba para sus actividades: paseos en bici, clases de tenis, salidas campestres... imposibles de realizar con estructuras interiores²². A pesar de ello y del gran avance que esto supuso hacia la liberación de las mujeres, él mismo declaró *“las liberé del corsé, pero les até las piernas”*.

²⁰ González, E. (2013). Dossier *Vestir a la española. El siglo XIX: aires burgueses de cambio*, La aventura de la Historia. N° 150.

²¹ Periodo comprendido entre el final de la Guerra franco-prusiana (1871) y el estallido de la Primera Guerra Mundial (1914).

²² <https://www.tendencias.com/disenadores/la-evolucion-de-la-moda-durante-el-siglo-xx-i-de-1900-a-1910>. *La evolución de la moda durante el siglo XX: de 1900 a 1910*, TENDENCIAS. (8 de diciembre de 2017).

FIGURA 6. Vestido de tarde elaborado en seda y lino por Paul Poiret, 1910.



FUENTE: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/155987>

Asimismo, sus creaciones tuvieron una clara influencia oriental con la presencia de joyas, turbantes y kimonos sobre los vestidos, e influencias del mundo árabe al incluir bombachos²³ bajo la falda, dando lugar a vestidos “pantalla de lámpara”. Uno de sus grandes iconos fue la falda de medio paso que dejaba a la vista los tobillos de la mujer, todo un hito en aquella época. Con sus aportaciones, Poiret ayudó a forjar las bases de la moda moderna con sus trajes más revolucionarios, siendo el primero en trasladar sus diseños a Estados Unidos.

²³ *bombacho*: pantalón ancho cuyas perneras, por su parte inferior, se ajustan a la pierna por encima del tobillo quedando abombadas. *Diccionario de la Lengua Española*, s.v. “pantalón bombacho”.

FIGURA 7. Vestido de noche en seda, Paul Poiret, 1912–14.



FUENTE: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/157337>

En esta primera década del siglo XX otro gran diseñador dejaría su huella en la historia del traje y la Alta Costura. Mariano Fortuny, hijo del pintor del mismo nombre, fue el creador de una de las siluetas más icónicas de la historia: la túnica *Delfos* (1907), pensada para llevar sin ropa interior (FIGURA 8)²⁴. Siguiendo con la idea de liberar a la mujer del encorsetamiento al que había estado expuesta, Fortuny diseñó este vestido inspirado en los quitones griegos²⁵, de tela plisada y sin costuras.

²⁴ Rivière, M. (2013). Dossier *Siglo XX: moda pensada para todos*. La aventura de la Historia. Nº 150.

²⁵ *quitón*: túnica pegada al cuerpo que usaban los antiguos griegos. *Diccionario de la Lengua Española*, s.v. “quitón”.

FIGURA 8. Túnica *delphos*, h. 1930.



FUENTE: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/157451>

1.2. La moda en el siglo XX

El siglo XX fue una época de grandes cambios, marcada por el desarrollo de dos enfrentamientos armados de carácter mundial en la primera mitad del siglo –con apenas dos décadas de diferencia entre ambos– cuyas consecuencias transformaron la vida de una sociedad desbastada. A lo largo de todo este siglo se produjo un desarrollo tecnológico significativo debido a los grandes avances tanto en la industria armamentística, el transporte, la medicina y la alimentación, como en otros ámbitos de la cultura, que constituyeron las bases de la sociedad diversificada actual.

1.2.1. De la Primera Guerra Mundial a los felices años veinte

Los inicios del siglo XX estuvieron marcados por el estallido de un conflicto de carácter internacional, la Primera Guerra Mundial (1914-1918), que alteró la vida de toda la población, así como el mundo de la Alta Costura y las tendencias que por entonces reinaban.

La contienda en el frente supuso la movilización de miles de hombres que obligados a alistarse en el ejército tuvieron que abandonar sus empleos. Este hecho impulsó la incorporación de la mujer al trabajo para sustituir a los hombres llamados a filas, ya fuese como enfermeras en el frente o como trabajadoras en las fábricas y los campos. La necesidad de vestidos adaptados para las nuevas labores requería ropas prácticas, fabricadas con telas que aguantasen las largas jornadas de trabajo. Las faldas se acortaron hasta la pantorrilla, justo por debajo de las rodillas, adquiriendo una silueta en forma de tubo que alargaba el cuerpo y que pervivirá durante varios años. De este modo, el talle superior del vestido comienza a tomar medidas más anchas gracias al uso de telas más ligeras que facilitan el movimiento de los cuerpos, un hecho que al mismo tiempo condicionó la aparición del corsé alisador, es decir, de los primeros sujetadores.

FIGURA 9. La moda inglesa para jovencitas.



FUENTE: revista el Hogar y la Moda, 15 de febrero de 1935

El fin de la Primera Guerra Mundial dio paso a un periodo en el que las grandes potencias europeas del siglo XIX habían declinado su poder en favor de Estados Unidos, debido, entre otras cosas, a las deudas a las que debían hacer frente (reparaciones de guerra). Las dificultades de recuperación en Europa incrementaron el poder estadounidense que se consagró como primera potencia económica mundial en esta etapa de prosperidad conocida como “los felices años veinte”.

Se inició una fase consumista dominada por la estética *flapper* en la que las mujeres rompieron los esquemas de la época con su estética andrógina, persiguiendo la eterna juventud. Trajes rectos y de cintura baja que dejaban al descubierto sus rodillas al moverse, se plagaron de encajes, plumas, flecos y abalorios que decoraban las telas ligeras de los vestidos (figura 10). Los guantes y los collares de perlas se convirtieron en accesorios indispensables, pero si hay un elemento que identifica este estilo, son los sombreros ajustados bajo los cuales sobresalía el corte de pelo de moda: el *bob cut*, la melena corta con flequillo que llegaba hasta la mandíbula. Cantantes, bailarinas y actrices, junto con las mujeres más revolucionarias de la

década, fueron las abanderadas de este estilo que reivindicaba el voto femenino y los derechos civiles de las mujeres²⁶.

FIGURA 10. Mujer *flapper* en la década de 1920.



FUENTE: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/41/Alicejoyce1926full_crop.jpg

La moda estadounidense rivalizó en estos años con la moda europea. Las clientas americanas dejaron de acudir a la *maisons* parisinas y encontraron un nuevo referente en el Hollywood clásico de los años treinta donde triunfaba el corte al bias²⁷.

En Europa, durante los años veinte, la Alta Costura contará con la presencia de grandes diseñadoras al frente de las casas de moda: Jeanne Lanvin, Madeleine Vionnet y, sobre todo, Coco Chanel.

²⁶ García, L. (2013). *Las flappers, esas mujeres a las que la moda actual les debe todo*. EL PAÍS.

²⁷ Técnica de patronaje que consiste en doblar o cortar una tela en diagonal respecto al entramado del hilo que la configura.

FIGURA 11. Creaciones de la moda para saraos y para la noche.



FUENTE: revista el Hogar y la Moda, 15 de febrero de 1935

Los inicios de Jeanne-Marie Lanvin estuvieron ligados al diseño de ropa infantil, confeccionando los vestidos de su hija Marie-Blanche. Su idea de que no existe una moda para una determinada edad le llevó a crear su primera línea para mujeres en 1909, una colección dirigida a las madres que también podía ser utilizada por sus hijas. Su inclinación por los colores alegres y vibrantes le sirvieron para poner su nombre a un azul: el *azul Lanvin*²⁸.

Gabrielle “Coco” Chanel fue uno de los grandes símbolos de la Alta Costura. Sus orígenes humildes no fueron ningún impedimento para ella, ya que, en 1910, consiguió abrir su primera tienda en París, en el número 31 de la Rue Cambon, que rápidamente se convirtió en todo un referente de moda a nivel internacional.

²⁸ <http://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/lanvin/142>. Lanvin, VOGUE. (20 diciembre de 2017).

FIGURA 12. Gabrielle “Coco” Chanel en su taller de París.



FUENTE: <https://houseswithhistory.wordpress.com/2012/05/14/coco-chanel/>

Desde el principio, Chanel hizo del estilo masculino su sello de identidad: inconformista con los vestidos de la época, decidió elaborar su propio vestuario, a menudo inspirado en los armarios de sus amantes, como Boy Capel, donde la sencillez y la comodidad destacaban por encima de todo. Jerséis y vestidos de punto, sombreros *canotiers*²⁹, collares de perlas, pantalones, camisetas de rayas marineras... fueron iconos que otorgó al mundo de la moda. Pero entre sus prendas fetiche destacan dos por encima del resto: el traje de tweed (FIGURA 13) y el vestido negro –*Little Black Dress* (1926)– (FIGURA 14)³⁰.

29 Sombrero de paja, de alas rectas y copa baja y plana rodeada frecuentemente por una cinta negra. <http://www.wordreference.com/definicion/canotier>, s.v. “canotier”

30 <http://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/chanel/120>. *Chanel*, VOGUE. (21 de diciembre de 2017).

FIGURA 13. Abrigo (izquierda) y traje de chaqueta (derecha), ambos elaborados en tejido de tweed, 1964.



FUENTE: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/159065>

Además de grandes piezas de arte para el mundo de la moda, su legado incluyó, también, toda una filosofía de vida: la de una mujer adelantada a su tiempo que reivindicó constantemente las bases de la elegancia y del estilo, defensora de las mujeres, de la fortaleza, de la sencillez y de la coexistencia entre lo masculino y lo femenino. Coco Chanel declaró en cierta ocasión “*una moda que no llega a las calles no es moda*”, pues sus creaciones estaban dedicadas a todas las mujeres del mundo, sin restricciones de edad ni condición social.

FIGURA 14. *Little black dress* con falda tableada y cinturón, 1927.



FUENTE: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/81482>

Se trasladó a Estados Unidos para diseñar los trajes de las actrices de cine de Hollywood y regresó luego a Europa, pero la Segunda Guerra Mundial le obligó a cerrar su negocio y a marcharse al exilio a Suiza³¹. A su vuelta a París en 1954 reabrió su casa de modas en la que siguió trabajando hasta los últimos días de su vida.

1.2.2. La moda después de la Segunda Guerra Mundial

En el mundo de la moda, los periodos de guerra y decadencia social suponen una etapa de oscuridad en cuanto a innovaciones y tendencias. En épocas en las que el alimento se convierte en el bien más preciado, la moda pasa a un discreto segundo plano. Esto fue lo que ocurrió durante el transcurso de la Segunda Guerra Mundial: se impuso la austeridad de los vestidos, haciendo, incluso, que las mujeres reutilizaran los trajes de sus maridos. Pero esto acabó con la llegada de los diseños de Christian Dior, que devolvieron la magia a la Alta Costura a finales de la década de 1940. Dior recuperó a una mujer femenina y delicada con la creación del *New Look* en 1947 (FIGURA 15). Los trajes entallados al cuerpo y las faldas con vuelo resucitaron la

³¹ La emisión del documental *La sombra de una duda: Los artistas bajo la ocupación* (France 3) ha demostrado que la verdadera razón de su exilio fue la colaboración que Coco Chanel mantuvo con los servicios secretos alemanes durante la ocupación de París, al denunciar el origen judío de su socio, Pierre Wertheimer, ante las fuerzas nazis. Cañas, G. (2014). *Una espía llamada Coco Chanel*. EL PAÍS.

“cintura de avispa”, una silueta que él mismo designaba como “*la mujer flor*”, debido a la semejanza de esta silueta con la corola invertida de las flores.

FIGURA 15. Traje Bar de Christian Dior, elaborado en seda para la colección primavera/verano de 1947.



FUENTE: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/81460>

Gracias a sus colecciones (creó un total de diez líneas entre 1951 y 1956) consiguió centrar la atención del mundo de la moda otra vez sobre París, constatando que la ciudad francesa seguía siendo capital mundial de la moda. Sin embargo, sus diseños fueron algo controvertidos respecto al uso excesivo de telas, algo que fue considerando como un derroche frente a la mísera situación económica en la que vivía gran parte del país tras la guerra³².

Después de la Segunda Guerra Mundial la industria de la confección empezó a ganar peso dentro del sector, gracias en parte a la necesidad de elaborar uniformes de trabajo. A partir de entonces, la moda y la industria se fusionaron, dando lugar a las bases del sector textil tal y como lo conocemos hoy.

³² Capilla, S. (2003). *El siglo XX: entre el traje y la moda*, pp. 5.

Una nueva realidad, la cultura de masas, irrumpió en la sociedad haciendo que la Alta Costura y el diseño exclusivo quedasen relegados a una minoría. A partir de la década de 1960, coincidiendo con la irrupción de la cultura *hippie*, surgió el *prêt-à-porter* de la mano de marcas como Yves Saint Laurent. En este nuevo formato ya no se crean vestidos hechos a medida, adaptados a la figura de una persona concreta, sino que las colecciones incluyen ropas de varias tallas, algo que hace esta “nueva moda” más accesible al público y, por tanto, más económica. La función de las casas de Alta Costura, en las se adquiría directamente la prenda que el modisto había elaborado, convivía ahora con este nuevo modelo, donde los diseñadores venden sus productos tanto a las boutiques como a los grandes almacenes.

Durante estos años, también tuvo lugar la creación de una de las prendas más revolucionarias que jamás han existido en el mundo de la moda: la minifalda, de Mary Quant y André Courregés. El siglo XX había sido testigo del paulatino proceso de liberación de la mujer, que había comenzado con la eliminación del corsé; pero no fue hasta el lanzamiento de la minifalda en 1964, la primera vez en que las rodillas de las mujeres quedasen completamente al descubierto. Una vez más, la moda tomó parte en un momento de reivindicación por la igualdad de sexos y los derechos de la mujer.

FIGURA 16. La actriz Brigitte Bardot con minifalda, h. años 60-70.



FUENTE: <https://www.pinterest.es/pin/389702173978514549/>

1.2.3. La moda en España: las bases de la Alta Costura

En el siglo XX, la moda española continuó en líneas generales las tendencias europeas. Sin embargo, el régimen franquista vigente en España entre 1939 y 1975, caracterizado por la falta de libertades y una estrecha relación con la Iglesia, privó a la moda española de muchas de las tendencias europeas. Los trajes *charleston* de la moda americana de los años veinte –considerados del todo indecorosos y sólo aceptados por una minoría–, apenas tuvieron repercusión, del mismo modo que los pantalones y la minifalda tardaron más tiempo en llegar a España.

A pesar de esto, la presencia de Cristóbal Balenciaga, considerado por muchos el mejor modisto de todos los tiempos, posicionó la Alta Costura española como uno de los pilares fundamentales de la moda internacional. Aunque desarrolló su trayectoria entre España y Francia, sus raíces siempre han estado presentes en sus

creaciones. Desde el inicio de su carrera tuvo un claro objetivo: adaptar la moda francesa que triunfaba en Europa a la mujer española³³.

Abrió su primera casa de modas en San Sebastián (1919) y más tarde, inauguró una nueva tienda en Barcelona (1935), pero el inicio de la guerra civil española le obligó a marcharse a París, donde consiguió grandes éxitos. Su etapa dorada coincidió con la llegada de 1950, periodo en el que la esencia de los diseños de Balenciaga encontró su máximo apogeo a base de una costura arquitectónica (FIGURA 17) y libre de ataduras: vestidos de noche con forma de calabaza, túnicas, trajes de línea saco, amplios volúmenes en las faldas... que, al contrario que en épocas pasadas en las que predominaron los tonos apagados, todos ellos se tiñeron de colores vivos.

FIGURA 17. Vestido “Balloon” de Balenciaga, 1955.



FUENTE: <http://vein.es/balenciaga-10-claves-hijo-pescador-se-convirtio-maestro-la-alta-costura/>

La decadencia del gran modisto español se inició al mismo tiempo que el *prêt-à-porter* comenzaba a despuntar en la moda³⁴, y con ello, entre 1950 y 1960, nuevas

³³ Figueras, J. (2012). *Historia de la moda. Pasado, presente y futuro*. Pamplona, España: editorial Eunsa.

figuras tomaron su testigo y se abrieron paso en el mundo del diseño: Pedro Rodríguez, introductor del *New Look* de Dior en España; Manuel Pertegaz, quien supo cómo acercar los diseños de inspiración cinematográfica a la moda de la calle; Elio Berhanyer, que continuó con el estilo arquitectónico de Balenciaga; o Paco Rabanne, visionario con sus vestidos de cota de malla.

Tras ellos, una nueva generación de talentos españoles llegó pisando fuerte: Francis Montesinos, Purificación García, Elena Benarroch, Roberto Verino, Agatha Ruiz de la Prada, Lorenzo Caprile, Jesús del Pozo, Devota y Lomba, Victorio y Luchino o Pedro del Hierro, que unidos a otros más jóvenes como María Escoté, Moisés Nieto, Ion Fiz, Teresa Helbig (FIGURA 18), Ana Locking, Amaya Arzuaga o el ya fallecido David Delfín, son algunos de los diseñadores que en pleno siglo XXI continúan desarrollando su trayectoria artística, incluso a nivel internacional, compitiendo con otros mercados de Europa y Estados Unidos.

A pesar de las dificultades que afronta la moda española como consecuencia de la falta de promoción internacional por parte de algunas empresas, el escaso espíritu asociativo en torno a una marca conjunta ("*Made in Spain*") que la posiciona en niveles superiores de reconocimiento, o el aún reciente periodo de crisis económica, España se encuentra en una etapa de expansión.

En parte, su situación actual ha sido posible gracias a los apoyos que recibe de los propios miembros de la industria, como muestra la Asociación Creadores de Moda de España (ACME). Fundada en 1998 por Modesto Lomba (presidente actual), Jesús del Pozo, Elio Berhanyer, Antonio Pernas, Angel Schlessler y Roberto Verino, la Asociación Creadores de Moda de España es una organización a la que pertenecen un total de 66 firmas españolas cuyo objetivo consiste en promover la moda española en el ámbito socioeconómico y cultural, tanto dentro como fuera del país, para –como reza su lema– "*defender los intereses de la creación de moda en España*" y ofrecer mayor competitividad en el mercado³⁵.

³⁴ El prêt-à-porter requería, además, de un mayor grado de mecanización introduciendo por ejemplo máquinas de coser, hecho al que Balenciaga se negó rotundamente.

³⁵ <http://creadores.org/>. QUIENES SOMOS. Asociación Creadores de Moda de España. (29 de enero de 2018).

FIGURA 18. Desfile de Teresa Helbig, Mercedes Benz Fashion Week Madrid, 2016.



FUENTE: <http://www.fashionistas.com/teresa-helbig-el-baile-disco-de-los-70s-mbfwm2016>

Por otro lado, España cuenta con la celebración de eventos destacados que sirven de escaparate ante el resto de países, y entre los que destacan las pasarelas de moda *Mercedes Benz Fashion Week* Madrid (cuyo objetivo pasa por convertirse en una de las grandes pasarelas internacionales a la altura de Nueva York, Londres, Milán y París), la *Pasarela Gaudí*, *Barcelona 080* y *Barcelona Bridal Fashion Week*, siendo ésta última el mayor evento de moda nupcial celebrado a nivel mundial. Así mismo, también cabe destacar la realización de salones y ferias de moda en Madrid, Barcelona y Valencia, o la creación de espacios dedicados al mundo del diseño, tales como el Museo del Traje de Madrid o el Museo Cristóbal Balenciaga, con el objetivo de conmemorar la historia de la moda y de grandes diseñadores de este país, que hacen de España un lugar comprometido con la cultura.

**FIGURA 19. Zapato inspirado en el recuerdo de Lola Flores (2003),
exposición Manolo Blahnik. El arte del zapato.**



FUENTE: elaboración propia



CAPÍTULO 2: LA INDUSTRIA DE LA MODA

2. La industria de la moda

2.1. Evolución de la industria textil

El sector textil y de la confección comprende un conjunto de actividades dedicadas a la producción de hilos, fibras y telas, que comienza con la adquisición de materias primas para su posterior transformación en productos elaborados (ropa textil, hogar, etc.). Se trata de uno de los sectores económicos más desarrollados, que se encuentra actualmente en fase de madurez debido a la evolución que éste ha sufrido desde sus inicios hasta convertirse en el negocio millonario que es en la actualidad.

Desde hace varios siglos, la evolución de la moda ha estado estrechamente ligada a la de la industria textil. La Primera Revolución Industrial puso de manifiesto la importancia que tenía el sector del algodón, generador de grandes riquezas para los productores de lana, como principal aportación de materias primas para la elaboración de los tejidos. Décadas más tarde, la Segunda Guerra Mundial generó un revulsivo en la industria debido a la alta demanda de uniformes, necesarios tanto para los soldados llamados a filas como para las mujeres y hombres que trabajaban en las fábricas. Sin embargo, fue a partir de los años 60 cuando la fusión entre moda e industria inició la construcción de un sector global en el que la producción, el diseño y la distribución formaban parte de una actividad conjunta. Las bases de la industria actual se asentaron en la década de 1980 con el surgimiento de grandes grupos verticalizados. Estas compañías, que integran las diversas fases del proceso productivo, facilitan el control de cada una de las funciones, permitiendo la reducción de costes (al ser asumidos por la propia empresa) y una mayor competitividad en el mercado exterior. Es a partir de este instante cuando la moda comienza a adquirir un carácter más industrial, tanto en la elaboración como en la distribución, que fomentan un consumo masivo, impulsado también por el fenómeno de la globalización y de las nuevas tecnologías.

2.2. Panorama general

Europa y Estados Unidos son los mercados más importantes en el sector de la moda, seguidos muy de cerca por las entidades asiáticas. A pesar de contar con grandes compañías internacionales que intervienen en la moda *low cost*, España ocupa el quinto lugar de Europa en volumen de negocio de este sector, por detrás de Italia, Alemania, Inglaterra y Francia, cuyas actividades se centran en las exportaciones, la distribución o la Alta Costura. No obstante, las ganancias del conjunto de los 27 países que forman parte de la Unión Europea superan los 300.000 millones de euros, según datos del *Informe El Sector de la Moda en España: Retos y Desafíos*, 2016.

En cuanto a modelo de negocio, el mundo de la moda se articula en torno a tres ejes principales: la Alta Costura, el *prêt-à-porter* y el *fast fashion*, que pretenden ofrecer diferentes propuestas con el fin de satisfacer las necesidades de una sociedad exigente y diversificada multiculturalmente.

2.2.1. Alta Costura

La Alta Costura, cuyos orígenes se remontan a la creación de las primeras casas de moda en el siglo XIX y la irrupción de Charles F. Worth en la corte francesa, continúa siendo el gran foco de interés de tendencias en el mundo de la moda. Las marcas de Alta Costura –entre las que se encuentran Louis Vuitton, Dior, Givenchy, Versace, Yves Saint Laurent, Alexander MacQueen, Valentino, Chanel, PRADA o Gucci– están destinadas a un público restringido de apenas 1.000 usuarios, con un alto poder adquisitivo, debido a la exclusividad que estas prendas de confección única (valoradas en una media de 60.000 euros cada una) presentan.

Actualmente, la Alta Costura es consumida por una minoría, algo que ya ocurrió después de la Guerra Fría; pero sus diseños, presentados en las pasarelas más importantes del mundo durante las *Fashion Weeks* (semanas de la moda) de París, Londres, Milán y Nueva York, son las bases de toda creación y códigos de estilo para el resto de marcas, cuyas colecciones se inspiran en ellos³⁶.

³⁶ <https://www.esme.es/alta-costura/>. *Glosario de moda*, Escuela de moda ESME. (4 febrero de 2018).

2.2.2. Prêt-à-porter

El hecho de que la Alta Costura mantenga un cartel de consumidores tan restringido, propició el surgimiento de un nuevo formato –el prêt-à-porter– con mayor grado de accesibilidad para el resto del público. La idea de este sistema, fundado por Pierre Cardin en Italia³⁷, suponía la creación de una moda “*lista para usar*” que trasladase los diseños de la pasarela a la calle, de modo que, aun siendo confeccionada manualmente, presentaba una gama más amplia y con diferentes tallas de los modelos disponibles. Pese a ser, por tanto, diseños no únicos (no exclusivos como los de Alta Costura), la calidad de las telas y los materiales se encuentra a la altura de ésta.

La completa industrialización del sector textil tuvo una gran repercusión en el *prêt-à-porter* con la creación de la moda *retail* (venta masiva directamente al consumidor), cuya cuota de mercado es mucho mayor. Esto conllevó a que, actualmente, el *prêt-à-porter* cuente con precios más elevados en comparación con los de la moda *fast fashion*. Además, se debe añadir que son las propias casas de Alta Costura las que poseen gran parte de las líneas de *prêt-à-porter* que, aun siendo más económicas que ésta, su precio se ha encarecido en comparación a la idea original de mostrar una moda democratizada.

2.2.3. Moda fast fashion

Como una variante del prêt-à-porter surgido en los sesenta, el *fast fashion* consiste en ofrecer productos diversificados de óptima calidad-precio en locales de venta accesibles al público, como los centros comerciales o los grandes almacenes, con una renovación constante de sus existencias debido a la rápida producción de prendas³⁸. Las empresas –concretamente, el área de diseño en cada una de ellas y sobre todo, el equipo de *country managers*– tratan de acercar las tendencias y propuestas de las pasarelas de Alta Costura a las tiendas de la calle, a precios mucho más asequibles, debido a la calidad inferior de los materiales, y de tal manera que éstas tengan salida en el mercado. Estas prendas están destinadas a un público muy

³⁷ Italia, además de ser su país de origen, es el lugar en el que más cantidad de ropa prêt-à-porter se diseña, se fabrica y se exporta a otros países.

³⁸ Arribas, V., Josa, E., Bravo, S., García, I., San Miguel, P., coord. Susaeta, L. (2016). Informe El Sector de la Moda en España: Retos y desafíos.

amplio, de lugares, sexos y edades diferentes, de manera que, para contentar a este gran abanico de personas, es necesaria la reinención constante. Por lo general, las colecciones de ropa no siguen el modelo ya tradicional en el que se presentan dos temporadas (otoño-invierno y primavera-verano) dependiendo del momento del año, sino que tienen una oferta mensual, e incluso semanal en muchas de ellas, orientada a satisfacer la demanda de sus clientes.

Este modelo de negocio, pensado para una comunicación directa con el consumidor, requiere de la realización de estudios de mercado en los que conocer la demanda del público interesado (uno de los principales *stakeholders* o grupos de interés en la industria de la moda), según los gustos y preferencias de cada zona, que obligan a las marcas a adaptarse dependiendo del país o la ciudad en los que actúan.

2.3. La industria de la moda en España

El mundo de la moda comprende un amplio y variado número de actividades económicas que forman parte de la cadena de valor de este sector. Desde la obtención de materias primas para la elaboración de tejidos hasta la posterior venta del producto intervienen un sinnúmero de factores que enriquecen el bien final. En el caso de España, el conjunto de esas actividades supone un 2'9% del producto interior bruto (superior al del sector primario) y equivalente a unos 30.000 millones de euros, que además ha ido creciendo en los últimos años. En un principio, la actividad principal del sector de moda fue el área de fabricación, algo que se ha ido igualando a otras actividades como el marketing, el diseño o la comercialización, también necesarias en la producción de bienes y servicios.

2.3.1. Tamaño del sector de la moda española

En España, existen alrededor de 6.800 empresas y marcas destinadas a la producción de moda, calzado y accesorios, un dato que aumentaría hasta las 10.000 al incluir los servicios de proveedores³⁹. Entre la cifra total de empresas sólo un total de 12 superaron los 100 millones de facturación, tal como se muestra en la siguiente tabla.

³⁹ Arribas, V., Josa, E., Bravo, S., García, I., San Miguel, P., coord. Susaeta, L. (2016). Informe El Sector de la Moda en España: Retos y desafíos.

FIGURA 20. Facturación de las principales empresas de moda.

FACTURACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DE MODA

(En mill. euros)

Empresa	2016	2015	Variación en %	Segmento
Inditex	23.310	20.900	11,5	Toda la moda
Mango	2.260	2.327	-2,8	Toda la moda
Cortefiel	1.129	1.095	3,1	Toda la moda
Desigual	861	993	-13,3	Toda la moda
Pepe Jeans	543	551	-4,9	Ropa vaquera
Tous	403	368	9,5	Joyería
Sociedad Textil Lonía	332	307	8,1	Moda femenina
Mayoral	306	325	3,3	Moda infantil
Bimba y Lola	152	116	31,0	Moda femenina
Pronovias	-	150	-	Moda nupcial
Adolfo Domínguez	110	106	3,8	Moda segmento alto
Marypaz	110	110		Calzado
El Ganso	82	70	17,1	Moda de hombre

FUENTE: http://www.qbsfinance.com/wp-content/uploads/2018/01/150118_EIPais-papel-1.pdf

Tradicionalmente, España ha sido un país ligado al tratado de las pieles y el calzado, que a día de hoy continúan siendo muy valorados tanto interna como externamente. Sin embargo, en los últimos años, se ha convertido en el país que más exporta el “*fast fashion*”, un formato de moda *low cost* con el que, gracias a compañías como Mango e Inditex, cuya facturación en 2016 fue de 2.260 y 23.310 millones de euros respectivamente⁴⁰, ha conseguido gran éxito a nivel mundial, algo que al mismo tiempo ha facilitado su internacionalización y actuación en otros mercados. Tal es así, que Inditex (siendo Zara su marca líder sobre otras con menor repercusión como Stradivarius, Pull and Bear o Massimo Dutti) capitanea el sector *retail* a nivel mundial, por encima de otras multinacionales como H&M, su rival más directo, Primark o ASOS, principal distribuidor de moda y calzado.

El sector de la moda española posee un gran potencial, muestra de ello es la inversión de capitales y operaciones de compra que se han producido en los últimos cuatro años. Diversas causas –desde problemas entre socios, quiebras, planes de

⁴⁰ Barciela, F. (2018). *Capitales de inversión que van de tiendas*, EL PAÍS, NEGOCIOS, pp.1-5.

mejora y expansión o, simplemente, deseos de obtener mayores beneficios— han fomentado que los nuevos inversores centren sus intereses en España. Estos fondos de inversión, que controlan total o parcialmente diez de las catorce firmas más importantes (con mayor volumen de facturación) de la moda española, han permitido, junto con las exportaciones —la otra gran fuente de ingresos para la economía del sector—, que muchos diseñadores sean capaces de continuar con sus proyectos, incluso salvados del cese definitivo, para poder expandir sus negocios. Se prevé que, en un periodo de tiempo relativamente corto, y debido a esta tendencia en la que los fundadores censan en su empresa, siendo la mayoría de veces los propios directores creativos de la firma, el número de marcas independientes en España será muy reducido, ya que Estas dependerán completamente de los inversores de capital.

Pese a esta notable mejora, la fragilidad del mercado de moda española hace que sus diferentes componentes dependan de agentes externos que financian su actividad, como los fondos de inversión.

El otro gran pilar básico está representado por las exportaciones, que representan el 60% de volumen de negocio para el sector textil. En 2016, las exportaciones aumentaron un 7,35% respecto al año pasado, lo cual generó hasta 3.891 millones de euros de facturación y permitió un balance positivo con las importaciones (4.408 millones de euros). Principalmente, el destino de estos productos es la Unión Europea —con un 56% del total—, seguido por los países del norte de África (24%), cuyas compras aumentaron en 2016, siendo Marruecos el principal comprador de la producción española de esa zona⁴¹.

Una de las características del mercado español, no sólo en la industria textil, es el elevado número de PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) y micro-PYMES que forman parte del sistema económico. Este tipo de empresa, que presenta poca capacidad financiera, encuentra serias dificultades en acceder a los mercados internacionales por lo que, en un sector altamente fragmentado (lo cual lo hace más competitivo y ventajoso para las entidades de mayor tamaño), es realmente complicado posicionarse a la altura de las empresas que ejercen el control.

⁴¹ Nacarino, G. (2017). *Las exportaciones del sector textil español crecieron el 7,35% en el 2016*, El Periódico, <https://www.elperiodico.com>.

De este modo, frente al dominio absoluto de las grandes empresas, la solución reside en apostar por la innovación y el desarrollo (I+D+i), que permitan ofrecer un producto diferenciado, tanto el diseño del mismo como en la producción y la comercialización. En este sentido, a lo largo de su evolución se ha podido ver cómo la industria y la moda, de forma paralela, han sido capaces de adaptarse a las circunstancias cambiantes de cada etapa, lo cual incluye la revolución tecnológica de finales de siglo XX, un hecho que, además, algunas empresas como Inditex han sabido aprovechar para obtener el máximo rendimiento posible.

Otro de los problemas a los que la moda española debe hacer frente es la escasa promoción en el extranjero. Pues si bien es cierto que España es un mercado conocido, especialmente en sector *retail*, internamente se percibe la falta de ayudas y de espíritu asociativo entre los diferentes componentes del sector y, sobre todo, entre comunidades autónomas. El objetivo consiste en orientar la actividad de estas empresas en torno a una “*marca España*” conjunta –el llamado *Made in Spain*–, que pueda posicionar la economía textil del país en niveles más competitivos, un hecho que al mismo tiempo evitará el encasillamiento en un modelo determinado de negocio.

2.3.2. Cifras de empleo

El empleo en la industria textil proporciona cada año nuevos puestos de trabajo, entre los que se incluyen todos aquellos empleos que, de forma directa o indirecta, influyen en la creación de bienes y servicios destinados a la industria de la moda, como es el caso de tejedores, diseñadores, patronistas, planchadores, dependientes, transportistas, fotógrafos, directores de marketing, abogados,...

En 2017, el sector textil, de confección y calzado, contó con más de 140.000 empleados –141.237 trabajadores según datos recogidos por una publicación del diario *Modaes.es*⁴²–, un 1'1% más que el año anterior.

⁴² <https://www.modaes.es/entorno>. *El empleo en la industria de la moda mantiene el impulso: crece un 1'1% en 2017*, Modaes.es. (17 de febrero de 2018).

La cifra de empleo del conjunto de las actividades que forman parte del sector de moda corresponde a un 4'3% sobre el número total de empleo en España, algo que sin embargo aumenta al disgregar las dos actividades principales de este sector: mientras que la cifra de empleo en la industria es de un 8'6%, el empleo de moda en el área comercial asciende a un 18'7%⁴³.

Datos con mayor impacto positivo son los que ofrece Eurostat (Oficina Europea de Estadística) respecto al sector manufacturero del textil, la confección y la piel que posicionan a España como el país con mayor aumento del empleo en este campo: hasta un 10'4% en 2016 en comparación al año anterior⁴⁴. A pesar de la crisis económica y de las dificultades en el sector, este segmento de la industria reporta año tras año, ya desde el 2001, nueva mano de obra industrial.

⁴³ Arribas, V., Josa, E., Bravo, S., García, I., San Miguel, P., coord. Susaeta, L. (2016). *Informe El Sector de la Moda en España: Retos y desafíos*, pp. 19.

⁴⁴ <https://www.modaes.es/entorno>. *El empleo en la industria de la moda mantiene el impulso: crece un 1'1% en 2017*, Modaes.es. (20 de febrero de 2018).



CAPÍTULO 3: LA MODA. UNA CUESTIÓN DE FUTURO

3. La moda: una cuestión de futuro

Diseñar ropa que incluya las tendencias más punteras del momento ya no es suficiente. Un amplio sector de la sociedad no ve sus necesidades satisfechas con el hecho de comprar una prenda atractiva y que se ajuste bien a su cuerpo. Además de estos aspectos, el consumidor quiere ver reflejado el compromiso social y responsable, tanto con el medio ambiente y el futuro del planeta, como con las personas que viven en él, demandando a las empresas mayor transparencia en sus actividades.

Esta filosofía tiene como principal objetivo garantizar la construcción de un planeta sostenible, con perspectivas de futuro, de tal manera que las generaciones posteriores no vean comprometidas sus vidas con un mundo desbastado y sin recursos por culpa del agotamiento de éstos y de los grandes abusos del hombre.

Las causas de ello son varias, empezando por la deslocalización de las empresas en áreas en desarrollo en las que la mano de obra es más barata, algo que permite minimizar los costes. El problema reside en el desentendimiento que desde siempre ha habido acerca de los recursos que aporta el planeta. Incendios en las naves de producción asentadas en países del tercer mundo, condiciones inhumanas para los trabajadores en las fábricas, vertido de residuos tóxicos, contaminación de entornos naturales... estos hechos devastadores, con consecuencias catastróficas tanto para la población como para el entorno medioambiental, han sido los detonantes para concienciar a la gente y a las empresas sobre la importancia que tiene una moda sostenible, que respete el medioambiente, como única solución a los problemas que genera una industria desarrollada y que consume altas cantidades de residuos (FIGURA 21). De acuerdo con esto, las empresas deberían incluir entre sus objetivos globales, políticas de sostenibilidad con el fin de reducir el impacto medioambiental de sus actividades y mantener a salvo la vida humana.

FIGURA 21. Derrumbe de un edificio en Bangladesh que albergaba talleres textiles.



FUENTE: <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/04/25/internacional/1366885756.html>

Ejemplos como el de la activista británica Carry Somers⁴⁵, abanderada del movimiento *Fashion Revolution*, demuestran que la sostenibilidad no está reñida con la industria. Su empresa –mucho más que eso– surgió a raíz de un grave incidente que tuvo lugar en una fábrica textil de Bangladesh en 2013, en la que murieron 1.138 personas y más de 2.000 resultaron heridas, mostrando al mundo la verdadera realidad de descontrol que sufren determinadas áreas de la cadena de producción. Tal como ella misma explica “no queremos transmitir la idea de que es malo comprar ropa, solo que debemos hacerlo de manera más responsable”, para lo que es necesario poner en conocimiento de la gente cómo se encuentra la industria a través de campañas de medios o, como es el caso de su empresa, “con carteles y sesiones de fotos, para que todos puedan ser parte de la solución”⁴⁶.

Este despertar en la conciencia popular ha supuesto que, tanto las grandes firmas como las cadenas de moda rápida, hayan creado asociaciones dispuestas a solucionar los excesos que la industria textil ha generado, como es el caso de *Kering*, un grupo de lujo formado por marcas de la talla de Balenciaga, Gucci o Stella

⁴⁵ Carry Somers (Seaton, Reino Unido, 1966) es una diseñadora de moda textil, fundadora de *Fashion Revolution*, una organización que promueve una moda ética y responsable, basada en la transparencia de la industria y en la defensa de los derechos de los trabajadores.

⁴⁶ Vilaseca, E. (2017). Carry Sommers. *La revolución de la moda será responsable*. El País Semanal, CONFIDENCIAS, pp. 12-13.

McCartney, que muestran su preocupación por consumir moda de forma responsable mediante el reciclaje de materias primas⁴⁷. Asimismo, un total de 64 empresas, entre las que se encuentran gigantes de la moda como Zara, Asos, H&M o Adidas, se han comprometido a incorporar planes de sostenibilidad de cara al año 2020⁴⁸, con iniciativas que incluyen desde la recogida de prendas en desuso con contenedores colocados en sus tiendas -como ya hacen Mango y H&M-, el reciclaje o la utilización de tejidos ecológicos.

Según el estudio *Una nueva economía textil* (2015), realizado por la fundación Ellen Macarthur, se reveló que en el año 2000 cada prenda tenía una media de uso de aproximadamente 200 veces, mientras que quince años después, esta cantidad había disminuido a menos de 175 usos. Es una situación desalentadora, teniendo en cuenta que las previsiones futuras no dejan margen de mejora. El revolucionario concepto de “*moda rápida*”, un sistema que además lleva asociado el término de “usar y tirar” por la escasa calidad de los materiales, ha contribuido a crear grandes fortunas en la moda, pero, de forma simultánea, su actuación ha generado miles de pérdidas para determinadas zonas explotadas del planeta. Es necesario que, tanto desde las propias cadenas de producción, como desde el resto de empresas, se procure encontrar una salida a esta situación puesto que, como reflejan las conclusiones del estudio anterior, “*si no hacemos nada, las serias debilidades del sistema crecerán exponencialmente, con consecuencias (...) muy serias que al final acabarán poniendo en riesgo la propia rentabilidad de la industria*”.

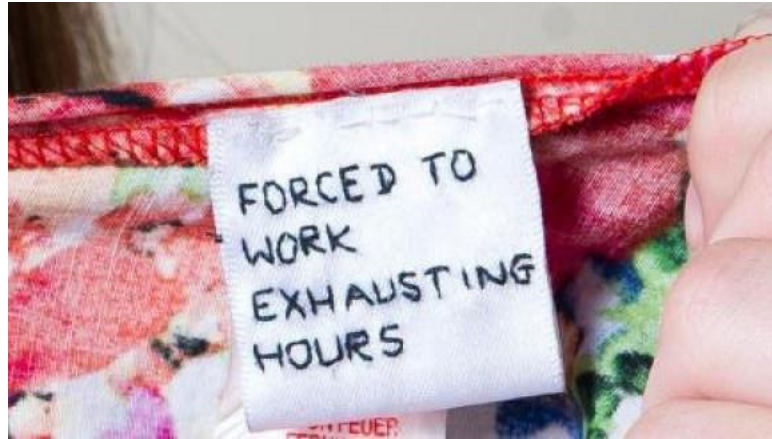
El consumidor quiere saber cómo y dónde se fabrica su ropa, algo para lo que los sistemas de etiquetaje a los que debe ceñirse cada prenda resultan insuficientes. A pesar de informar sobre el país en el que ésta ha sido fabricada, no muestran el verdadero origen de la prenda –si por ello se entiende, por ejemplo, las manos por las que ha sido fabricada, labor que generalmente corresponde a niños o mujeres en paupérrimas condiciones de vida–. Ya en 2014, se dio a conocer el caso de una joven británica que encontró en la etiqueta de su vestido de Primark (FIGURA 22) una señal

⁴⁷ Santos, V. (2016). *Ética y estética buscando el equilibrio*. GLAMOUR, pp. 74-77.

⁴⁸ Muñiz, M. (2018). *Zara, Asos, H&M y otras 61 firmas se apuntan a la moda sostenible*. ELLE, <http://www.elle.es>.

de socorro que rezaba “obligados a trabajar horas agotadoras”, un gesto que alertó sobre la realidad en la que se encuentra el sector textil.

FIGURA 22. Etiqueta del vestido de Primark.



FUENTE: <https://fairshion.wordpress.com/2015/12/09/el-sotano-de-gran-via-32/>

La sociedad occidental se está lucrando a costa de los recursos que otros países en vías de desarrollo ofrecen mediante, por ejemplo, la explotación de minas de carbón o la tala de bosques. A menudo, las colecciones de las casas de Alta Costura, o bien los diseños de las firmas de moda *low cost*, se basan en las culturas de otras zonas que, por sus diferentes atractivos –colores, tejidos, sonidos, olores,...–, suponen una fuente de inspiración constante para los diseñadores. La idea es que esa inspiración no sea plasmada únicamente en el diseño de la prenda en cuestión (es decir, en la mera estética de esta), sino que, además, reporte beneficios económicos y valor para el país.

Por otro lado, apostar por materiales y diseños que respeten el medioambiente se ha convertido en uno de los grandes retos del siglo XXI. Más de la mitad de prendas que se fabrican en el mercado contienen poliéster, uno de los principales residuos que almacenan los océanos, que debido a su composición es difícil de separarlo para reciclar. Frente a esto, una nueva revolución –la de los tejidos tecnológicos– parece tomar fuerza en los últimos tiempos. Algunos diseñadores se han sumado a la causa tratando de adaptar el mundo tecnológico al del diseño de prendas, creando colecciones enteras con tejidos de microfibras, que presentan características muy significativas, desde la transpiración, la variación cromática e,

incluso, el almacenamiento de información mediante chips implantados en las prendas.

Debido a los factores expuestos anteriormente, muchas empresas tratan de concienciar a los consumidores de la importancia de conservar la naturaleza y el medio ambiente frente a las amenazas de la explotación industrial, ofreciendo nuevas alternativas, como es el caso de la compra de segunda mano⁴⁹, el alquiler de ropa o el reciclaje, que comprenden más allá de la fabricación sostenible de prendas. Así mismo, la idea de sostenibilidad no es aplicable únicamente al mundo de la ropa textil, pues a la vista está que abarca otros muchos ámbitos, como el de la cosmética natural, libre de componentes químicos que dañen la piel, o el del calzado, que se encuentra inmerso en diferentes investigaciones para encontrar alternativas a los productos derivados del cuero.

Detener repentinamente un sector altamente desarrollado y maduro como el del textil es un hecho casi impensable. Pero, tal vez, sea posible retomar ciertas actividades olvidadas, que han caído en desuso, en favor de otras mucho más modernizadas, para garantizar la pervivencia de la moda y la industria (desde una perspectiva de compromiso, ética y responsabilidad) muchos años más.

⁴⁹ Chávez, B. (2018). Larga vida a la ropa de segunda mano. EL PAÍS.



CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES

4. Conclusiones

4.1. Reflexión personal

Como se ha demostrado anteriormente, la moda es una parte más de nuestra sociedad. Puede que sean muchos los que admiren este mundo y lo que ello representa: personajes, vestidos, momentos históricos,... También es probable que otros tantos rechacen sus ideas, basándose en que esto es algo frívolo, superficial, e incluso carente de valores. Sin embargo, la moda es mucho más que la estética y las tendencias dominantes de cada época, aquellas que conforman parte de este mundo pendular, desde sus inicios hasta nuestros días.

La evolución socioeconómica de los países ha hecho que la moda se convierta en un negocio, quedando muy alejada de los primeros talleres de Alta Costura del siglo XIX que la vieron nacer. Sin embargo, con la mirada puesta en el futuro, no podemos ignorar las ideas que siempre ha apoyado la moda, sus bases, como la necesidad de convertir el atuendo en un símbolo de identidad para cualquier persona, impregnado de valores y mensajes con los que transmitir solidaridad, respeto y responsabilidad. De hecho, puede que para mantener el control de esta industria ampliamente diversificada, y que en muchas ocasiones, parece atender únicamente a los deseos económicos, sea necesario retomar ciertas actividades ya olvidadas, que permitan prosperar adecuadamente y conseguir un mayor bienestar para todos, tanto consumidores, productores y demás miembros que intervengan dentro del sector.

La industria textil, apoyada por todas las empresas y el conjunto de la sociedad, deben solucionar los problemas a los que nos enfrentamos a día de hoy, para garantizar que, dentro de unos años, podamos seguir viviendo en este planeta, castigado por los abusos y los excesos de la industrialización. De manera que, para conseguir esta difícil tarea, han de ser diversas las iniciativas que llevar a cabo, respetando por encima de todo los derechos del hombre y la conservación del medioambiente.

4.2. Grado de consecución de los objetivos

Una vez terminada la investigación es posible afirmar que los objetivos planteados inicialmente han sido conseguidos con un adecuado grado de satisfacción, que me ha permitido conocer y profundizar en el tema escogido. Además, el recorrido general del trabajo ha posibilitado obtener una visión general sobre la evolución de la moda y los cambios sufridos a lo largo de la historia, muchos de ellos desconocidos para mí hasta este momento, para finalmente llegar hasta la actualidad, donde aún quedan muchos retos por cumplir.

Este último punto, en el que se abren nuevas oportunidades de mejora para la industria de la moda, no puede darse por finalizado ya que, la falta de tiempo y el proceso de reconversión constante por el que pasa el mundo textil, son difíciles de abarcar. Es precisamente este aspecto, el de hallar nuevos modelos con los que ofrecer bienes que cumplan las exigentes necesidades de los consumidores, uno de los grandes retos de la moda, que se articula, además, en torno a un pilar fundamental: la sostenibilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Rey, A., García Sebastián, M., Gatell Arimont, C., Gibaja Velázquez, J. C., Palafox Gamir, J., Risques Corbella, M. (2016). *Historia del Mundo Contemporáneo*. España: editorial Vicens Vivens.
- Arribas, V., Josa, E., Bravo, S., García, I., San Miguel, P., coord. Susaeta, L. (2016). Informe El Sector de la Moda en España: Retos y desafíos.
- Capilla, S. (2003). *El siglo XX: entre el traje y la moda*, pp. 5.
- Cerrillo, L. (2010). *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*. Madrid, España: Editorial Siruela.
- Collado, N. (2015). *Cristóbal Balenciaga. 1914-1968. La excelencia en la Alta Costura*. Madrid, España: Editorial Dykinson.
- Escudero, A. (1997). *La Revolución Industrial*. Editorial Anaya-Biblioteca Básica de Historia.
- Figueras, J. (2012). *Historia de la moda. Pasado, presente y futuro*. Pamplona, España: Editorial Eunsa.
- Fundéu BBVA. (2015). *Glosario de la moda*.
- Observatorio Industrial del Sector Textil y de la Confección. (2009). *El nuevo sector textil/confección*.
- Chávez, B. (2018). *Larga vida a la ropa de segunda mano*. EL PAÍS.
- García, L. (2013). *Las flappers, esas mujeres a las que la moda actual les debe todo*. EL PAÍS.
- González, E. (2013). Dossier *Vestir a la española. El siglo XIX: aires burgueses de cambio*, La aventura de la Historia. Nº 150.
- Muñiz, M. (2018). *Zara, Asos, H&M y otras 61 firmas se apuntan a la moda sostenible*. ELLE.
- Nacarino, G. (2017). *Las exportaciones del sector textil español crecieron el 7,35% en el 2016*, El Periódico.
- Rivière, M. (2013). Dossier *Siglo XX: moda pensada para todos*. La aventura de la Historia. Nº 150.
- Santos, V. (2016). *Ética y estética buscando el equilibrio*. GLAMOUR, pp. 74-77.
- Vilaseca, E. (2017). *Carry Sommers. La revolución de la moda será responsable*. El País Semanal, CONFIDENCIAS, pp. 12-13.

PELÍCULAS Y DOCUMENTALES

Donen, S. (1957). *Una cara con ángel*.

Fontaine, A. (2009). *Coco, de la rebeldía a la leyenda de Chanel*.

Franfel, D. (2006). *El diablo viste de Prada*.

Prigent, L. (2016). *La razón de ser de la Alta Costura*. Movistar +.

Roberts, M. (2017). *Manolo: el mago de los zapatos*. Movistar +.

WEBGRAFÍA

<https://www.mecd.gob.es/dms/museos/mromanticismo/publicaciones/sala-lectura/publicaciones-divulgativas/2-hojadesala-modafemenina/2.hojadesala-modafemenina.pdf>

<https://www.tendencias.com/tendencias/del-corse-a-la-minifalda-las-revoluciones-de-la-moda-que-cambiaron-la-sociedad>

<https://www.tendencias.com/disenadores/la-evolucion-de-la-moda-durante-el-siglo-xx-i-de-1900-a-1910>

<https://www.tendencias.com/disenadores/la-evolucion-de-la-moda-durante-el-siglo-xx-ii-de-1920-a-1930>

https://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd_wrth.htm

<https://revistadehistoria.es/historia-del-vestido-el-siglo-xix/>

<https://www.esme.es/alta-costura/>

<https://www.esme.es/pret-a-porter/>

<https://www.esme.es/glosario-moda/>

<https://www.esme.es/fast-fashion/>

<https://www.esme.es/new-look/>

<https://thearamanta.com/style/siglo-xx-segun-la-moda>

<http://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/lanvin/142>

<http://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/chanel/120>

<https://www.tendencias.com/disenadores/balenciaga-40-anos-de-la-muerte-de-un-genio>

<https://www.tendencias.com/noticias-de-la-industria/la-asociacion-de-creadores-de-moda-de-espana-se-queja-de-la-falta-de-ayudas-al-sector-de-la-moda>

<https://www.modaes.es/entorno/el-empleo-en-la-industria-de-la-moda-mantiene-el-ritmo-en-octubre-y-crece-un-15.html>

<https://www.modaes.es/entorno/la-industria-de-la-moda-en-europa-crea-empleo-por-primera-vez-este-siglo.html>

http://es.fashionnetwork.com/news/Pablo-Isla-analiza-las-tendencias-clave-en-la-industria-de-la-moda_937268.html#.Wo8QxKjOXIU

http://es.fashionnetwork.com/news/La-cifra-de-negocios-de-la-confeccion-crecio-un-3-8-en-2017_950154.html#.Wo8RDKjOXIU

<http://creadores.org/exposicion-y-jornada-de-moda-sostenible-por-the-circular-project/>

<http://www.publico.es/sociedad/m-ambiente/medio-ambiente-industria-textil-suma-carro-moda-sostenible.html>

<http://www.lavanguardia.com/vida/20180203/44507701857/la-moda-sostenible-exhibe-su-fuerza-en-momad-en-ifema.html>
<http://www.elmundo.es/cultura/2018/01/28/5a6deba6468aeb9b608b4639.html>
<http://www.glamour.es/moda/tendencias/articulos/alquilar-prendas-marca/29625>