

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2020-2021

**CONEXIONES ENTRE EL ARTE Y LA MODA EN
TIEMPOS DE VANGUARDIA**

Trabajo de disertación: Arte y Publicidad

SARA BEDIA YAGÜE

Tutor académico: Jesús Félix Pascual Molina

SEGOVIA, junio de 2021



Conexiones entre el arte y la moda en tiempos de Vanguardia



Presentado por Sara Bedia Yagüe

Tutelado por Jesús Félix Pascual Molina

Trabajo de Fin de Grado

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid

RESUMEN

El presente trabajo pretende dar respuesta a la pregunta de si la moda es arte. Para ello, trazará una serie de conexiones entre ambos ámbitos especialmente durante el tiempo de las Vanguardias y estará fundamentado principalmente a través de las portadas de las revistas de moda, centrándose en el caso de Vogue por ser considerada la “Biblia de la moda”. También se presentará la situación de la moda en la actualidad para poder observar si ha habido un cambio en su concepción del mismo modo que ha existido con el arte.

Palabras clave: Moda, Arte, Vanguardia, Vogue

ABSTRACT

This paper aims to answer the question of whether fashion is art. In order to do that, it will draw a series of connections between both areas, especially during the time of the Vanguards and it will be based mainly through the covers of fashion magazines, focusing on the case of Vogue for being considered the “Fashion Bible”. The current fashion situation will also be presented to see if there has been a change in its conception just as it has existed with art.

Key words: Fashion, Art, Avant-garde, Vogue

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	7
2. JUSTIFICACIÓN.....	9
3. OBJETIVOS.....	15
4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	17
4.1 Contexto histórico de la moda.....	17
4.2 Nacimiento y evolución de las revistas especializadas de moda.....	22
4.2.1 Vogue.....	23
4.3 Arte y moda a través de la revista Vogue: análisis de algunas portadas.....	24
4.4 La moda en la actualidad.....	36
5. CONCLUSIONES.....	42
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	44

ANEXO I

Cuando la moda conoce al arte.....	50
------------------------------------	----

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 2.1. y 2.2. Exposición de Alexander McQueen en el Victoria and Albert Museum de Londres.....	10
Imagen 4.1.3. Vestido <i>Delphos</i> , 1909.....	19
Imagen 4.1.4. Prendas diseñadas por la propia Delaunay.....	20
Imagen 4.1.5. Vestido <i>Langosta</i> , 1937.....	21
Imagen 4.1.6. Portada de Vogue Paris con el vestido Mondrian.....	22
Imagen 4.3.7. Portada del 25 de junio, 1908.....	25
Imagen 4.3.8. Portada del 1 de julio, 1926.....	27
Imagen 4.3.9. Portada del 1 de abril, 1944.....	29
Imagen 4.3.10. <i>Día y noche del cuerpo</i> , 1936.....	30
Imagen 4.3.11. Portada de septiembre 2017 por el 125 aniversario.....	31
Imagen 4.3.12. Portada de febrero 2020 para Vogue Grecia.....	33
Imagen 4.3.13. Cuadro de <i>El nacimiento de Venus</i>	34
Imagen 4.3.14. Portada del 15 de julio, 1931 por Georges Lepape.....	34
Imagen 4.4.15. Vestido de Zendaya basado en Juana de Arco para la Met Gala de 2018.....	39
Imagen 4.4.16. y 4.4.17. Presentación para una de las categorías de la HF Twitter Met Gala.....	40

1. INTRODUCCIÓN

En el presente estudio vamos a analizar las conexiones existentes entre la moda y el arte en tiempos de las vanguardias, tratando con esto de dar respuesta a la cuestión de si la moda podría considerarse un arte.

En primer lugar, realizaré una justificación de la elección del tema, aportando algunos datos relevantes de por qué se ha llegado a plantear la idea de este vínculo entre ambas categorías en un primer momento. También señalaré una serie de objetivos que se pretenden alcanzar con este proyecto. Para responder a estos, en el marco teórico desarrollaré la historia de la moda, centrándome en concreto en su evolución en Francia e Inglaterra. Al mismo tiempo, realizaré un breve esquema del nacimiento de las revistas de moda, así como su evolución a nivel global y en España en específico. Pondré el foco en la revista Vogue por sus aportaciones al tema tratado, comentando individualmente su historia a nivel internacional y en el mercado español. A su vez, realizaré un análisis de cinco portadas de diferentes épocas históricas para observar el cambio que han sufrido con el paso del tiempo, así como los diversos artistas que han participado en el diseño de sus portadas, materializando esa unión entre arte y moda.

Para finalizar este apartado, explicaré la situación de la moda en la actualidad y cómo se ve a la industria en su conjunto, tratando el tema de la sostenibilidad. Por otro lado, mencionaré uno de los eventos de moda más importantes del año en el que se aprecia la unión entre la moda y el arte: la Met Gala.

Por último, cerraré este ensayo con unas conclusiones que, tras todo lo analizado, retomaran la cuestión inicialmente planteada para poder darle una respuesta.

“Yo creo que el arte es una obsesión de vida y, después de todo, dado que somos humanos, nuestra mayor obsesión somos nosotros mismos”
– Francis Bacon

2. JUSTIFICACIÓN

El arte siempre ha sido cuestionado, originando numerosos debates en los cuales se intenta identificar aquello que podría considerarse dentro de esta categoría. Por ello, resulta complicado encontrar una definición que englobe todo lo que significa, pues es un concepto abstracto muy amplio. Personalmente, entiendo el arte como una forma de expresión donde el artista materializa, visual o sonoramente, sus sentimientos y emociones de manera que el espectador pueda percibirlos en la obra. La belleza, usualmente empleada como medida para clasificar estas creaciones, resulta algo subjetivo y que muchas veces se evita de manera intencionada a modo de gesto provocativo. Esto guarda gran relación con la moda y la forma en que utilizamos las prendas como una parte más de nuestra personalidad. A su vez, en ambos campos existen posturas enfrentadas donde unos defienden la pureza de lo clásico, frente a otros más contemporáneos, que desean cambiar todo lo anterior reconstruyendo sobre lo ya existente para darle una nueva forma.

Ambos ámbitos intentan cuestionar la vida a través de una representación. Es debido a esto, que en ocasiones existe una simbiosis donde se nutren mutuamente el uno del otro. Esta relación comienza a generarse en los siglos XIX, XX y XXI, donde tanto modistos como artistas comienzan a plasmar la estética de la época en sus obras, empleando técnicas nunca antes vistas. El culmen llega en el siglo XX con el nacimiento de los movimientos de vanguardia, pues en este momento tanto en la Alta Costura como en diseño se trabaja de manera similar y con una filosofía común.

Las Vanguardias o también conocidas como ismos, aparecieron como movimientos revolucionarios en contra de todo lo establecido hasta el momento y, por ello, cuestionaron muchas de las prácticas realizadas tanto en moda como en arte. Así, generaron una nueva manera de entender qué es ser artista y, por ende, diseñador, otorgándoles mayor libertad creativa (Luque, 2015).

De esta manera, entrevemos una intertextualidad que resulta interesante de analizar y que, en ocasiones, se materializa gracias a exposiciones tan interesantes como la que acogió el Museo Thyssen-Bornemisza en 2015, *Vogue like a painting*, donde se muestran fotografías pertenecientes al archivo de la propia revista intentando recrear cuadros de distintos estilos bien sea en su composición, técnica o vestimenta; y que posteriormente fueron recopiladas en un libro bajo el mismo nombre. Otro ejemplo es el de Anna Wintour, directora de *Vogue US*, que consiguió que la alta costura formara

parte de una exposición permanente en el Metropolitan Museum de Nueva York, elevando de esta manera la categoría de la moda.

Como podemos observar, han existido diversos intentos en unir estas dos ramas para demostrar que la moda es tan merecedora de ser considerada un arte como cualquier otra. Especialmente los diseñadores, que se inspiran en todo lo que les rodea al igual que un artista, han sido los que más han insistido en esta idea, pudiendo destacar el *show* de Alexander McQueen *Savage Beauty* en 2011, que realizó con la intención de crear obras de arte vivas.



Imagen 2.1. y 2.2. Exposición de Alexander McQueen en el *Victoria and Albert Museum* de Londres.

Recuperadas de: vam.ac.uk

Este concepto de “arte vivo” podemos resumirlo con la siguiente cita de Stanley Tucci en la película *El diablo viste de Prada* (David Frankel, 2006): “fashion is greater than art because you live your life in it”, donde considera a la moda mejor que al arte pues las personas vivimos en ella. Esto, a su vez, guarda relación con el artículo publicado en la revista digital *Observer*, donde relacionan la moda con una performance:

Just like in Abramović’s performance art, the fashion designer creates artwork that needs another person for its completion. Fashion only exists as long as there is an actor to incarnate it. In that way, it is performance art. The person wearing the designed piece is having a conversation with the designer and an audience. He or she becomes an artist and a full participant. Fashion is a manifestation of human art and communication. It helps us artistically communicate who we are, who we want to be, where we are going, and where we have been. (George Berge, 2017)

En el texto, mencionan la necesidad de una persona que complete la obra, pues sin ella esta sería inexistente. Un público involucrado que no solo sea observador, sino participe de la experiencia que el autor desea transmitir, dando vida a la misma. Y no me refiero exclusivamente a las modelos que llevan las prendas en los desfiles de moda, todo aquel que contribuya con su interpretación sobre los sentimientos que evocan en él al ver determinada colección, estará ayudando a su perpetuación en el tiempo. Por ello en la actualidad, poseemos ropa que es considerada un clásico atemporal y que, normalmente, se denomina de esta manera por estar asociada a personajes icónicos de la historia, demostrando esa necesidad de que exista un portador que le dé valor.

Esta relación entre moda, arte y comunicación es la razón principal por la que considero tan importante analizar esa conexión existente entre las tres, pues nos da un entendimiento de cómo es la sociedad del momento, ya que esta es el eje central de su influencia y existencia.

El Trabajo de Fin de Grado (TFG) responde a una serie de competencias y, en el caso concreto del grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid, estas se dividen entre generales y específicas (disponibles en: <https://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/2.01.grados/2.01.02.ofertaformativagrad os/ documentos/publicidad competencias.pdf>). A continuación, se presentan aquellas competencias que se han pretendido alcanzar con el desarrollo de esta justificación.

En primer lugar, en cuanto a las competencias generales:

- CG-1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.
- CG-2: Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- CG-3: Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.
- CG-4: Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

- CG-5: Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- CG-6: Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

Dentro de las competencias específicas, siendo estas las que están directamente relacionadas con el ámbito de estudio, nos encontramos con otra división entre académicas-disciplinares, profesionales y transversales.

En cuanto a las académicas-disciplinares se efectúan las siguientes:

- CE-1: Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.
- CE-3: Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.
- CE-4: Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.
- CE-5: Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

La competencia profesional que se ha pretendido alcanzar con este trabajo es:

- CE-15: Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.

Finalmente, en relación con las competencias transversales:

- CE-19: Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.
- CE-21: Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.
- CE-23: Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.

- CE-24: Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas.
- CE-27: Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

“La ropa cambia nuestra visión del mundo y la visión que tiene el mundo de nosotros”

– Virginia Woolf

3. OBJETIVOS

El objetivo principal que se pretende cumplir con este ensayo es el de mostrar la conexión entre la moda y el arte de las denominadas Vanguardias, pudiendo así, posteriormente, discutir si la moda es arte, si alguna vez lo fue o si es una categoría superior. Por otra parte, se analizarán algunas portadas de Vogue para fundamentar visualmente esas influencias mencionadas en la parte teórica, tomando esta revista como ejemplo por ser considerada la “Biblia de la moda”. Además, se tratará de esclarecer cómo es la moda en la actualidad, aportando una nueva visión sobre la misma, relacionándola con los movimientos actuales de sostenibilidad y *slow fashion* que suponen un cambio en el modo de consumo y en el funcionamiento de la industria en su totalidad.

“La moda ofrece al hombre la facultad de imaginar que puede vivir varias existencias”

– Murice Rheims

4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

4.1 Contexto histórico de la moda

Para comprender cómo nace esta relación entre arte y moda, es necesario remontarnos al origen de esta última, que apareció por primera vez como industria en 1675 con los gremios de modistas en Francia. El rey Luis XIV decidió legalizar la labor de estos artesanos pues, por el momento, las prendas que tanto él como los miembros de la alta sociedad llevaban eran símbolo de poder y riqueza, lo que atraía la atención del resto de Europa.

Posteriormente, en el siglo XVIII, con la llegada de la reina María Antonieta, emergió una nueva profesión como es la de comerciante de moda, cuya principal función era la de adornar los vestidos ya existentes con numerosos accesorios, con la finalidad de que estos resultaran más originales y vistosos. Podrían considerarse los estilistas de la época especializados en “el arte del vestir”, dote por la cual fueron apodados de “poetas” y “grandes directores del gusto” (Sapori, 2003), a diferencia de los sastres y modistas cuyo trabajo era la práctica manual artesanal. A partir de entonces, el gusto fue el factor determinante que dictaminaba si algo era creativamente artístico o no pues, según defendía Burke: “todos los seres humanos poseemos gusto, pero solo el obtenido tiene más valor.” (Cerrillo, 2010, p.26).

En este contexto, nos encontramos con Rose Bertin (1747-1813), la mercante de modas más famosa de su época por ser especialista en este ámbito, además de trabajar directamente para la reina. Su posición es destacada pues fue la primera en ser sabedora del valor de su labor, exigiendo una remuneración del calibre de un artista. Aquí, observamos esa primera consciencia de “creadora de arte”, acción que revolucionó cómo se entendía la moda hasta entonces, pasando de ser simplemente una industria a convertirse en un movimiento estético del que todos querían ser partícipes.

Con este cambio y debido a la fama del sector por su popularización entre la sociedad, los vestidos adoptaban nuevas formas más creativas gracias a los artistas plásticos y su colaboración con los modistas. Un ejemplo destacable es el de Louis Hippolyte Leroy, fundador de una de las casas de moda más importantes en la Francia de comienzos del siglo XIX, que, con la ayuda del pintor Garneray, creó una colección inspirada en los frescos de Pompeya y las estatuas del Louvre (Delpierre, 1995). Esta unión propició prestigio a la profesión y favoreció que la ciudad de París fuera

considerada como centro artístico internacional, reconocimiento que aún continúa en la actualidad, especialmente en lo relacionado con el sector de la moda.

La llegada de la Revolución Industrial a Inglaterra en la segunda mitad del siglo XVIII innova en el modo de producción y, con esto, la forma en que se entiende la aplicación de la ropa en la vida cotidiana. Un ejemplo claro de esto es la aparición de los *dandis*, grupo social que “vive para vestirse” (Carlyle, 2007, p.351) y, debido a lo curioso de este fenómeno, fueron estudiados y analizados por varios autores. Con esto, se empieza a entender la moda como algo cultural y en el ensayo *El pintor de la vida moderna* (1999, publicado originalmente en 1863) del crítico de arte Baudelaire, se constata esta intertextualidad alegando que “la moda, como la pintura, es capaz de transmitir a través de sus obras la moral y la estética de la época” (Cerrillo, 2010, p.13). Con esto, se demuestra la influencia que tenía en otras artes y la razón por la cual se defiende su pertenencia en este ámbito.

Durante el siglo XX, esta idea se afianzó aún más gracias a personajes como Chanel y Poiret, que, a pesar de su oposición en la forma de plasmar su estilo en sus creaciones, sirvieron como estándar para explicar las dos corrientes modernistas que trataban de definir lo que es la belleza y que se remontaban a los debates de finales del siglo XIX. Aquí podemos referirnos de nuevo a Baudelaire (1999), que defendía los ideales eternos de belleza asociados luego a la imagen de Chanel, caracterizados por esa elegancia y clasismo que la marca posee. Mallarmé, por otro lado, opinaba que la belleza radica en lo temporal y es algo abstracto e inalcanzable por ningún artista, siendo la moda lo más próximo a ella. Por ello, toda creación que sea novedosa en un momento concreto es bella, como son las prendas diseñadas por Poiret.

Paralelamente a todos estos acontecimientos, especialmente en el siglo XX – periodo en el que se desarrollan las Vanguardias– surgen numerosas conexiones entre modistos y artistas de la época. A continuación, se presentarán por orden cronológico algunos de los ejemplos más destacados para poder entender la importancia de este periodo histórico a la hora de establecer uniones entre moda y arte.

En primer lugar, nos encontramos con el vestido *Delphos* creado por Fortuny en 1909, que obtuvo su fama por ser de inspiración griega basándose en la túnica de la escultura de bronce *Auriga de Delfos* (476 a.C. aproximadamente) de quien adquiere el nombre. Al igual que lo que se estaba desarrollando por aquel momento, la sencillez de sus formas plisadas y la eliminación del corsé, facilitaron el movimiento de las mujeres convirtiéndose en un “emblema de la liberación femenina” (Nicolás, 2004). Podemos

destacar la figura de su creador Mariano Fortuny pues además de ser creador de textiles, también era fotógrafo, escultor y pintor, teniendo una gran pasión por las artes pictóricas, algo que se puede apreciar en el modo en que empleaba los colores en sus creaciones.



Imagen 4.1.3. Vestido *Delphos*, 1909. Recuperada de: vogue.es

Por otro lado, Sonia Delaunay fue a su vez una visionaria en este ámbito allá por 1910 pues primero fue pintora, luego diseñadora de interiores y finalmente modista, llegando a combinar todos estos trabajos en su carrera profesional. Es considerada una de las mujeres más “revolucionarias y vanguardistas de la Historia del arte” (Morillas, 2017) y al igual que muchos otros artistas de la época, su desarrollo como creadora fue principalmente tras su visita a París donde, entre otros, conoció a Picasso, Braque y a su marido, Robert Delaunay, todos artistas vinculados al movimiento cubista. Esta influencia se manifestó en sus prendas a través del uso del color, siendo este el elemento principal por estar en concordancia con el movimiento vanguardista en el que participaba, el simultaneísmo¹. De esta manera, dio vida al “vestido simultáneo”, un experimento de colores que se podía conseguir tanto en España como en Francia. Con esto, dejó claro que la moda, pintura y vanguardia van estrechamente ligadas (Morillas, 2017).

¹ Movimiento enfrentado al cubismo y al futurismo por seguir la empírica ley del contraste simultáneo de los colores del químico francés Michel Eugène Chevreul, donde los colores regían el cuadro o la prenda.



Imagen 4.1.4. Prendas diseñadas por la propia Delaunay. Recuperada de: elespañol.com

Adentrándonos en el Futurismo, vanguardia nacida en Italia en 1909, este grupo detestaba la moda pero, como elemento estrechamente relacionado con la vida cotidiana y con este afán de modernizar cada aspecto de su vida, también participaron en su desarrollo. Por una parte, lo entendían como algo que corrompía a las mujeres por su adicción al consumo, pero por otra, apreciaban las líneas y las armonías que los vestidos generaban. Es por esto, que su finalidad era abolir el sistema de la moda diseñando el vestuario como una obra de arte (Stern, 2005). Destacamos como primer futurista que diseñó ropa a Giacomo Balla, de cuyas creaciones solo quedan bocetos pues no se conservó ninguna prenda. Este se focalizó en la moda masculina por ser tradicionalmente más sobria, además de que generaba mayor impacto de esta manera. Lo que hacía era jugar con las líneas, formas y colores para dar dinamismo a los trajes del mismo modo que hacía con sus cuadros. También el artista Fortunato Depero, conocido por sus trabajos publicitarios, realizó alguna incursión en la moda masculina diseñando chalecos futuristas que llamaban la atención por sus motivos y colores.

El caso de Elsa Schiaparelli es algo atípico pues, al contrario que otros creadores aquí mencionados, ella se adentró en el mundo de la moda a través del arte. Por ello, era otra de las grandes defensoras de que la moda era un arte y que, por lo tanto, es imposible desligarla del progreso que las artes plásticas, en concreto la pintura, han sufrido (Alonso, 2013). De hecho, podríamos considerarla la primera diseñadora del surrealismo. Sus creaciones más sonadas son las que elaboró inspirándose en los cuadros de Dalí, así como su colaboración con él creando el famoso vestido blanco con una langosta impresa.



Imagen 4.1.5. Vestido *Langosta*, 1937. Recuperada de: alonsomerchan.blogspot.com

Otra diseñadora que también colaboró con Dalí fue Coco Chanel, con quien guardaba gran amistad, pasando este seis con su mujer Gala junto a la diseñadora francesa. En base a esta relación, surgieron grandes contribuciones como fue participar en el diseño del bote del perfume *Chanel N°5* (1921), un clásico de la casa que aún hoy en día sigue teniendo arraigados unos valores asociados al *glamour* y la elegancia, así como elaborar conjuntamente los trajes que iban a portar los actores en los teatros organizados por el pintor.

Finalmente, el diseñador que abrió las puertas a que estas colaboraciones se llevaran en la calle y formaran parte de las tendencias de moda fue Yves Saint Laurent, quien diseñó el famoso vestido Mondrian en los años 60. Este apareció en una de las portadas de *Vogue París* en 1965 lo que desencadenó numerosas imitaciones. Lo más llamativo fue su corte pues era de carácter modernista, pero adaptándose al cuerpo. Esto generó impacto en el mundo de la moda pues usaba el arte en su beneficio, pero no dejaba de ser alta costura (Vázquez, 2017).



Imagen 4.1.6. Portada de Vogue Paris con el vestido Mondrian. Recuperada de: revistavanityfair.es

A partir de entonces, estas conexiones se han ido desarrollando hasta nuestros días, donde aún seguimos observando esta influencia mutua².

4.2 Nacimiento y evolución de las revistas especializadas de moda

Paralelamente a la confección de esta nueva industria, aparecen las revistas de moda como elemento comunicativo en el ámbito femenino. La primera de todas surgió en Inglaterra en 1693 y era conocida como *Lady's Mercury*, pero no fue hasta 1759 que la edición de revistas de moda se convirtió en un fenómeno gracias a *Journal des Femmes* en Francia (Delgado, 2017). A raíz de esta, surgieron muchas más e incluso fueron empleadas como método para educar en modales a las mujeres.

A finales del siglo XIX, su fama y contenidos se incrementan, pues ya no solo sirven como escaparate para las prendas de los diseñadores y las tendencias, sino que también hablan de maquillaje y cosmética en general.

Poniendo nuestro foco de estudio en España, podemos hablar de revista de moda como tal durante el siglo XIX destacando *El correo de las damas* y *La moda elegante* que datan de 1829. Estas estaban inspiradas en el tipo de contenido que las ediciones francesas publicaban por aquel momento. No fue verdaderamente hasta el siglo XX cuando hubo una evolución y aumento del número de revistas, que iba paralelamente relacionado con los avances tecnológicos en el modo de impresión que surgió en este

² Ver Anexo I para más referencias en la actualidad.

periodo (Delgado, 2017). Actualmente, muchas de estas revistas ya no existen y solo unas pocas sobrevivieron gracias a que supieron adaptarse a los cambios y los progresos en el ámbito digital, conviviendo con la versión física.

4.2.1 Vogue

Centraremos nuestro estudio en la revista Vogue, por su importancia en el sector y la relevancia que aún posee hoy en día. Su origen se remonta al año 1892 en Estados Unidos, donde el señor Arthur Baldwin Turnure fundó una gaceta semanal enfocada a los aristócratas de la época. La elección del nombre no es algo al azar, pues tanto en inglés como en francés significa “estar en boga” relacionado con “estar a la moda” o “en tendencia”, algo bastante recurrente para la temática que va a tratar la revista. Otros de los temas que trataba principalmente eran literatura, música y deportes.

Posteriormente, cuando hubo fallecido Turnure, tomó las riendas Condé Nast, una experta en publicidad que redujo la periodicidad de la revista a dos veces al mes y enfocó todo su contenido a la moda y a las mujeres. También, aumentó su difusión a partir de 1910, comenzando a editarse en Gran Bretaña y otros países internacionales. Uno de ellos fue España, donde por el momento no surtió tanto efecto como en otros países como Francia. Gracias a este cambio, ganó popularidad y prestigio debido en parte a la contribución de algunos artistas como Dalí, Giorgio de Chirico, Man Ray o Edward Steichen. Todos ellos, permitieron a la revista “convertirse en un Louvre” (Ruiz, 2018).

En los años 60, debido a la situación social del momento, se comienzan a incluir temas de debate sexual consiguiendo atraer de esa manera a los más jóvenes y ampliar su público objetivo (Cristófol et al, 2017). La editora que rige Vogue durante este período es Diana Vreeland, la cual resulta icónica dentro de su participación en la revista pues es la primera vez que una mujer editora comienza a encarnar un fuerte rol de influencia social.

No es hasta la década de los 70 que empiezan a aparecer en sus portadas personajes públicos como actrices o modelos, marcando un nuevo estilo de vida en el que esta gente famosa influye al mismo tiempo en la moda.

La editora más reconocida y que aún mantiene su puesto en la actualidad desde 1988 en la versión americana de la revista es Anna Wintour, pues ha conseguido darle prestigio y liderazgo a la revista a la vez que ella se convertía en un propio personaje icónico en la industria de la moda. Cambió el concepto hasta el momento de cómo debía

funcionar la estética de la portada mostrando más el cuerpo de las modelos, así como combinar ropa de alta costura con marcas de moda rápida. Gracias a ser una gran visionaria en el mundo de lo textil, ha conseguido crear esta imagen de marca que todos conocemos de Vogue fortaleciendo su iconicidad.

A partir de entonces, los redactores que han ido pasando por la revista en otras ediciones han mantenido como eje central la moda y el estilismo, a la vez que han potenciado la creatividad de sus portadas con la contratación de grandes fotógrafos como puede ser Irving Penn o Annie Leibovitz, entre otros.

Actualmente, la revista tiene presencia en 23 países, diez de los cuales publican de manera directa como son: Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Italia, Alemania, España, Japón, Taiwán, Rusia y México. En los otros trece existe una especie de licencia donde “sub-publican” bajo la directriz de la editorial Condé Nast International y estos son: Sudáfrica, Australia, Brasil, China, Corea, Grecia, Holanda, Hungría, India, Polonia, Portugal, Rumania y Suecia.

Centrándonos en el caso concreto de España, Vogue intentó su entrada en el país en el periodo de transición donde, por la situación social que se estaba viviendo, era más probable la aceptación por parte del público. De esta manera, se integró un nuevo modelo de mujer con un estilo de vida marcado por el tipo de revista que leía pues, la competencia en nuestro país era alta ya que las otras ediciones que trataban los mismos temas ya tenían muy afianzado su puesto en el mercado. De igual forma, Vogue al igual que en otros países, ha conseguido ser líder manteniendo su puesto hasta el día de hoy, eso sí, adaptándose a todos los cambios que iban surgiendo entre sus competidores como es el formato reducido o la presencia en el ámbito digital (Cristófol et al, 2017).

4.3 Arte y moda a través de la revista Vogue: análisis de algunas portadas

Desde sus orígenes, Vogue contó con grandes artistas para el diseño de sus portadas e ilustraciones. Hoy en día, los números antiguos de la revista Vogue son una asombrosa fuente documental para indagar en la historia de la moda (Cristófol et al, 2017). Es por ello, que analizaré una serie de sus portadas, cuya selección es intencionada, pues los ejemplos estudiados reflejan los valores de cada época y momento concreto, así como la relación con el arte como temática principal.

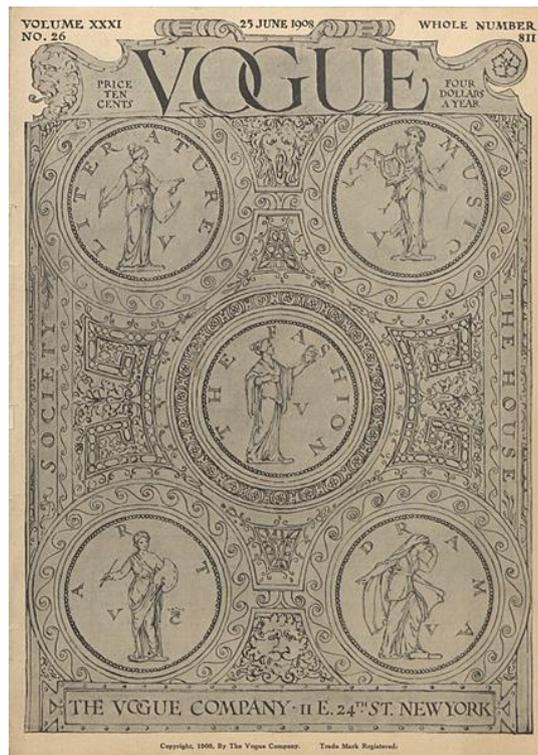


Imagen 4.3.7. Portada del 25 de junio, 1908. Recuperada de: archive.vogue.com

Para comenzar, nos remontaremos a la portada publicada el 25 de junio de 1908 que, como podemos observar, por razones técnicas empleaban la ilustración para el desarrollo de sus diseños. La autoría es desconocida, algo que puede ser debido, además de por su antigüedad, a que por aquel entonces tampoco era de gran relevancia señalar la autoría del diseño.

En un principio, la revista trataba una amplitud de temas asociados al modo de vida y actividades realizadas por la aristocracia. Entre ellas se encuentra la literatura, la música, el arte, el teatro y la moda, esta última situada en el centro al ser la más importante. Toda la estética está basada en el Art Nouveau, movimiento artístico nacido entre los siglos XIX y XX que marca un fin de época, apostando por la modernización y renovación de todo lo anterior. Evitaban la reproducción de otros estilos y defendían un arte aplicable a todos los ámbitos, incluido el mobiliario urbano. El hecho de que surgiera por y para la burguesía, hace que esta unión con el cambio y la innovación resulte tan relevante.

Sus principales características son el empleo de motivos naturales sin ser únicamente el retrato de plantas o animales, sino que se inspiraban en sus movimientos y formas, aportando mayor dinamismo al nuevo estilo. En concreto, las líneas ondulantes eran predominantes pues si nos damos cuenta en la naturaleza la presencia

de la línea recta es inexistente. Dentro de esta categoría, surgieron dos corrientes que se solapaban: por un lado, los que se inspiraban en la vegetación generando patrones asimétricos que aportaban mayor dinamismo a las obras y, por otro lado, los que se basaban en la geometría. Otro rasgo que identifica al estilo es el ornamentalismo y mezcla de estéticas. En esta portada en concreto, se puede apreciar por los círculos concéntricos que ensalzan las figuras de cada sección, las cuales son todas mujeres, otro atributo bastante característico. Finalmente, el gusto por el lujo y la elegancia es lo más representativo, pues valoraban la belleza por encima de todo y, el hecho de que sea un arte que nace de la burguesía, justifica esta pasión por estos acabados (Imaginario, 2021).

La peculiaridad de esta portada reside en que posee cierto aire clásico por el uso de las decoraciones, las cuales recuerdan a los grutescos romanos, que fueron recuperados por las artes decorativas empleadas en el Renacimiento (Montagut, 2021), así como referencias a los motivos decorativos típicos de la arquitectura como mascarones y elementos geométricos. El exceso de ornamentación rememora los techos de los castillos y palacios de la nobleza europea renacentista. La mezcla de estilos y apreciación por lo exótico tan característico del Art Nouveau, también se puede discernir con las figuras femeninas asociadas a las musas de la antigua Grecia, las cuales llevan túnicas y portan elementos relacionados con la sección que identifican.

Esto último, fue una de las principales inspiraciones del modisto Paul Poiret, al igual que las Bellas Artes y las formas de la figura humana que estas plasmaban. Es precisamente por esto que eliminó el corsé de la indumentaria femenina y apostó por caídas más naturales, adaptadas al cuerpo de la mujer. A su vez tomó de Asia la calidad de los materiales, los patrones empleados y las formas de los ropajes, introduciendo el kimono en Europa (Luque, 2015). Esta ruptura con lo convencional representa la esencia del movimiento en contra del complejo de superioridad del arte en aquella época.

En cuanto a la tipografía, emplean una de tipo clásico cuya serifa posee cierto carácter ornamental y obtiene cierto dinamismo con el enlace de las letras O y G. Como veremos en ejemplos más adelante, antes de llegar a la homogenización tipográfica de la cabecera de Vogue, la revista siempre se caracterizó por la libertad dada a sus diseñadores a la hora de llevar a cabo sus proyectos. En este caso, a pesar de la aparente sencillez, el aire decorativo de la letra encaja también con los parámetros del Modernismo.

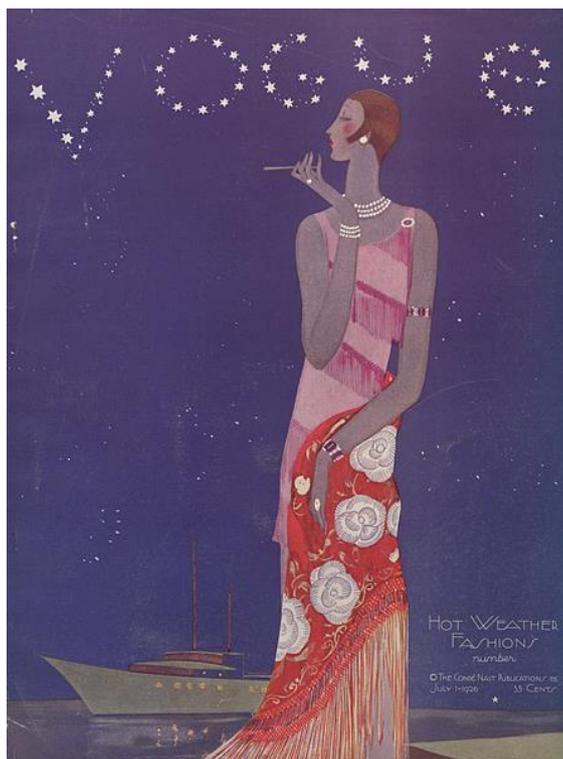


Imagen 4.3.8. Portada del 1 de julio, 1926. Recuperada de: archive.vogue.com

En los años 20 y principios de los 30, el estilo predominante en todos los ámbitos artísticos era el Art Déco y Vogue, como no podía ser menos, contrató a los mejores artistas de la época para que diseñaran sus portadas. Esta en concreto es del 1 de julio de 1926 y fue creada por el vallisoletano Eduardo García Benito. El artista tenía gran relación con la moda pues era amigo de Paul Poiret y, gracias a colaborar con él, consiguió fama internacional y la posibilidad de participar en el diseño de las portadas de las revistas más importantes del momento, así como influir en las tendencias de moda femeninas (Ortega Coca, 1999). Su carrera en Vogue concretamente comienza en 1923 tras conocer a su editor Condé Nast.

Es durante esta época cuando la relación entre la moda y el arte se hace más intensa debido principalmente a los ballets rusos, donde muchos artistas plásticos participan en su diseño y creación –telones, escenografía, vestuario–. García Benito era uno de ellos y se inspiraba en las formas de la arquitectura para elaborar sus piezas. No fue hasta el estallido de la Primera Guerra Mundial que todos los parámetros estéticos establecidos para las mujeres cambian radicalmente, pues estas comienzan a adquirir trabajos de mano de obra, por lo que las prendas que llevan deben ajustarse a su nuevo estilo de vida. Esto es representado por los artistas, especialmente por Benito, con ilustraciones de mujeres fuertes que, igualmente elegantes, se han despojado de las

prendas opresoras que portaban hasta el momento. De esta manera, es como llega el vallisoletano a generar un nuevo estilo para la indumentaria femenina que, además, al ser representado en un medio de masas suscita un mayor impacto en el público (Casa Lis, 2013).

El movimiento Art Déco encuentra su origen en París, consolidado en la *Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales Modernas* de 1925, y fue aplicado a todas las disciplinas estéticas, entre ellas la moda. Tras la Primera Guerra Mundial se expandió a Estados Unidos donde le dotaron de valores como el *glamour* y el prestigio. No posee una unificación tan marcada como otros estilos y debe su nombre a la exposición celebrada en el Museo de Artes Decorativas de París en 1966, cuando el término *Déco* –abreviatura de *décoratif*– se vinculó fundamentalmente a lo ornamental. A pesar de esto, podemos esclarecer algunos detalles relevantes comunes a la mayoría de las obras como son la gran presencia de elementos geométricos, preferencia por la simetría, uso de colores llamativos y materiales de alto coste (Imaginario, 2020).

Por la fecha de publicación, nos situamos en un período estival, algo representado visualmente en forma de una noche de verano en un puerto marítimo. El barco que aparece al fondo hace referencia a la época dorada de los cruceros, además de ser un elemento de modernidad que se relaciona con la época también. Asimismo, podemos esclarecer cierta conexión con otros estilos como por ejemplo el uso de los colores que recuerda al expresionismo alemán, la embarcación representa, como hemos mencionado, la modernidad que a su vez es un símbolo del futurismo. Por otro lado, la figura estilizada evoca a las esculturas arcaicas, al mismo tiempo que podemos entrever una alusión a las mujeres que pintaba Modigliani, quien coincidió con Benito en París siendo una posible fuente de inspiración. En el cielo, el nombre de Vogue se forma con la unión de una serie de constelaciones que recrean cada letra constituyendo parte de la ilustración.

La protagonista encarna a la perfección el prototipo de una mujer *flapper*³, estética que apareció durante los locos años veinte. Estas se caracterizan por llevar el cabello corto, maquillarse en exceso, fumar, portar una gran cantidad de joyas y emplear vestidos cuyas siluetas eran menos opresivas, pero igualmente elegantes. Resultaron

³ Término británico empleado en un primer momento para referirse a las mujeres de apariencia adolescente, pero que posteriormente serían un grupo revolucionario, yendo en contra de lo socialmente establecido.

muy importantes, pues gracias a desafiar los cánones de belleza asociados a las mujeres, consiguieron mayor libertad y reivindicar su posición social como iguales a los hombres.

Un claro ejemplo de este tipo de mujer que pasó a la historia como *it girl* fue Coco Chanel, la cual no solo portaba estas prendas, sino que también las confeccionaba, modernizando el armario femenino. Asimismo, el hecho de crear su propia empresa y hacerse un nombre en la industria de la moda fue algo muy importante por todos los roles de género que estaba rompiendo.

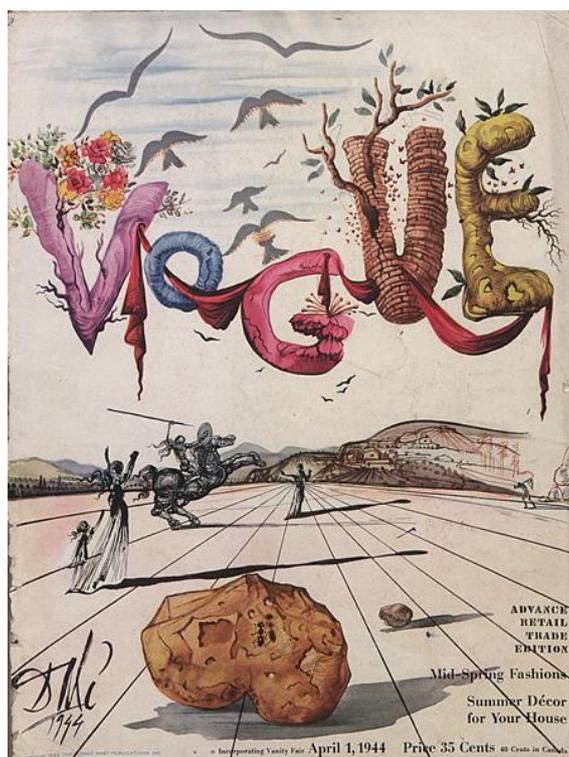


Imagen 4.3.9. Portada del 1 de abril, 1944. Recuperada de: archive.vogue.com

Otro artista español que participó en el diseño de portadas de Vogue fue Salvador Domingo Felipe Jacinto Dalí i Domènech o, como es mundialmente conocido, Dalí. Es uno de los máximos representantes del Surrealismo y, de hecho, en cierto momento de su vida mencionó que él era el surrealismo en sí por lo cual no moriría nunca (Funes, 2021). Esto último podría considerarse algo acertado pues es cierto que el personaje que generó y sus aportaciones a todos los ámbitos artísticos aún siguen teniendo una gran repercusión e importancia en la actualidad. El hecho de que fuera él mismo su propia obra de arte hizo que su introducción a otras áreas resultara un proceso natural donde además servía de inspiración para otros creativos.

Lo curioso de Dalí es que él no solo colaboraba con otros artistas, sino que también realizaba muchas de estas acciones por su cuenta generando sus propios diseños textiles como son un sombrero en forma de zapato o un cinturón rosado con labios en la hebilla. A su vez, relacionaba algunos de sus cuadros con esta temática, teniendo como ejemplo principal el díptico *Día y noche del cuerpo* (1936), donde realiza una crítica a cómo empleamos la ropa como método para ocultar y transformar la forma de nuestro cuerpo (Alonso, 2013).

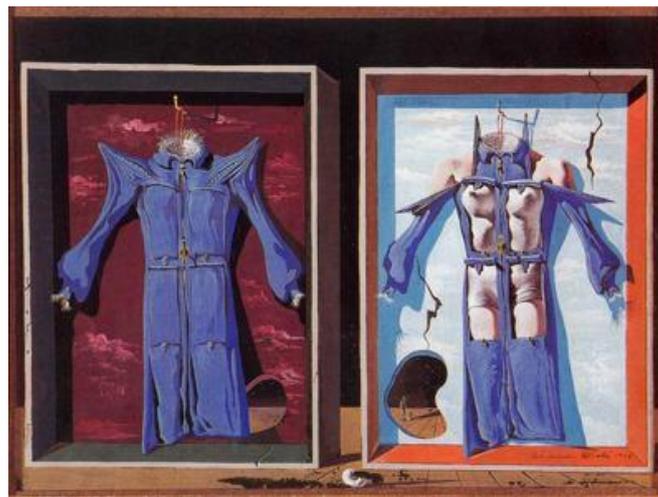


Imagen 4.3.10. *Día y noche del cuerpo*, 1936. Recuperada de: alonsomerchan.blogspot.com

Centrándonos en la portada, podemos encontrar algunas figuras pertenecientes al simbolismo del autor y que son muy recurrentes en sus obras como son las hormigas posadas en la roca, que se asocian con la muerte, la corrupción y el deseo sexual (Inmsol, 2011). El paisaje de carácter plano con unas líneas de punto de fuga bien definidas guarda relación con sus interpretaciones de lugares desérticos y paisajes infinitos influenciados por la pintura de Giorgio de Chirico. En este caso, se trata de las llanuras de Castilla pues podemos ver una representación de Don Quijote de la Mancha subido a su caballo. También encontramos la presencia de otras tres figuras femeninas, dos tratándose del caso de una madre y una hija. Podemos relacionar esto último con el amor materno y los tantos traumas asociados a la infancia del pintor.

La representación de palomas blancas tampoco es casualidad pues, situándonos en el año 1944, estamos en un periodo bélico donde la 2ª Guerra Mundial aún estaba en su máximo apogeo por lo que pueden estar incluidas a modo de reivindicación y deseo de una gran anhelada paz. Además, si nos fijamos con detenimiento, éstas salen volando de la letra G que curiosamente es la inicial de la palabra guerra. Y es que el título

también posee su propio simbolismo formando parte de la obra final. Las letras de Vogue presentan una evolución que puede ser comparable con las fases de la vida. En un principio la V está llena de colorido y flores llamativas mientras que a medida que nos vamos acercando a la E las figuras se van apagando, llegando a una especie de naturaleza muerta. Todas ellas están unidas por un lazo rojo, lo cual puede indicar la presencia de la moda en todos los momentos de nuestra existencia. También puede ser a modo de crítica, pues Dalí era conocido por utilizar sus obras no solo como forma de expresión personal sino, a su vez, como sátira de la sociedad.



Imagen 4.3.11. Portada de septiembre 2017 por el 125 aniversario. Recuperada de: zocoh.com

Acercándonos más a la actualidad, nos encontramos con esta portada creada para el 125 aniversario de la revista, empleando una pintura, algo que resulta peculiar dado que la fotografía lleva tiempo dominando las portadas de las revistas. El artista que la llevó a cabo fue John Currin, de origen estadounidense, estudió en la *Carnegie BFA* de Carnegie Mellon University en Pittsburgh. Su estilo es muy característico pues no pertenece a ningún movimiento en concreto, pero conforma uno propio combinando la pintura tradicional, dominando la técnica del realismo con una referencia muy clara a los antiguos maestros, especialmente del Renacimiento y el Manierismo., con temáticas

de carácter sexual y satírico, haciendo una doble crítica a la sociedad de masas actual y la alta cultura (Clelia, 2014).

De estos estilos toma la perfección a la hora de representar el cuerpo humano – los largos cuellos, por ejemplo–, aunque usualmente en muchas de sus otras obras dramatiza ciertas partes de la figura como se hacía en el Manierismo para que adquiriera ese carácter de caricatura. Por otro lado, el uso de colores no es que sea excesivamente saturado, pero tampoco son tan apagados como los que solían emplear en el Romanticismo. Tienen cierto toque pastel, destacando por encima de todo el sombrero que porta la modelo y el bolso de la parte inferior.

Para el caso de esta portada, retrató a la actriz Jennifer Lawrence de manera más moderada a lo que está acostumbrado el artista, ajustándose al tono de la revista y al contenido en el que está desarrollando su actividad.

En este caso, no es que resulte alguien completamente desconocido para los entendidos del arte, pero para la gente de a pie puede ser un completo extraño. Debido a esto, que los artistas aparezcan en estos contextos facilita su reconocimiento entre el público general, sirviendo como escaparate para darse a conocer y que aprecien sus obras, consiguiendo que deje de considerarse algo elitista de divertimento exclusivo para las clases altas. Esto es gracias a que las revistas de este tipo son accesibles para una gran mayoría de la población.

En la época de la vanguardia, la libertad creativa a la hora de diseñar los títulos de Vogue era tremenda –sirvan como ejemplo las portadas antes vistas–, pero posteriormente la cabecera se homogenizó y comenzó a emplear siempre la misma tipografía con serifa en la parte superior al mismo tamaño. Los colores varían en función de la portada, pero generalmente se suele hacer uso del blanco o el negro. Este cambio puede haberse dado para generar una imagen de marca que resulte más reconocible y distintiva del resto de revistas de moda. A su vez, el reciente auge del minimalismo en diseño puede haber provocado que se haya simplificado el título para darle mayor protagonismo a la imagen.



Imagen 4.3.12. Portada de febrero 2020 para Vogue Grecia. Recuperada de: myfacehunter.com

Por último, nos encontramos con esta portada de febrero 2020 para Vogue Grecia protagonizada por la modelo Winnie Harlow, que fue fotografiada por Vasilis Kekatos y estilizada por Nicholas Georgiou con la colección Gucci Cruise. En esta portada, vemos a la protagonista en el centro con los brazos elevados, portando un vestido vaporoso beige con un útero bordado en colores cálidos. Situada sobre la orilla, se aprecia un fondo marítimo y en el cielo un amanecer rosado. Todas estas tonalidades más frías contrastan con la figura principal, dándole mayor protagonismo.

A pesar de ser de carácter fotográfico, la composición recuerda a la pintura clásica, encontrando un cierto parecido con el cuadro *El nacimiento de Venus* (1482-1485) de Sandro Botticelli.

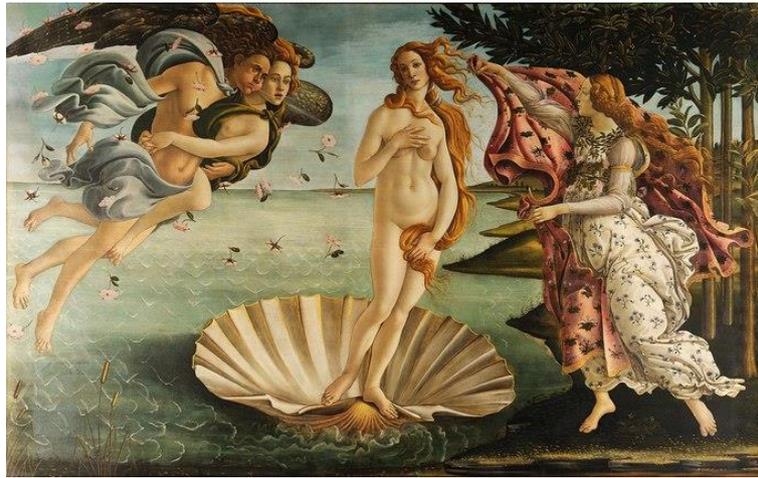


Imagen 4.3.13. Cuadro de *El nacimiento de Venus*. Recuperada de: culturagenial.com

Estas representaciones mitológicas no son algo extraordinario pues ya en 1931, Georges Lepape realizó una portada con una estética similar, pero a través de una ilustración en estilo Art Déco.

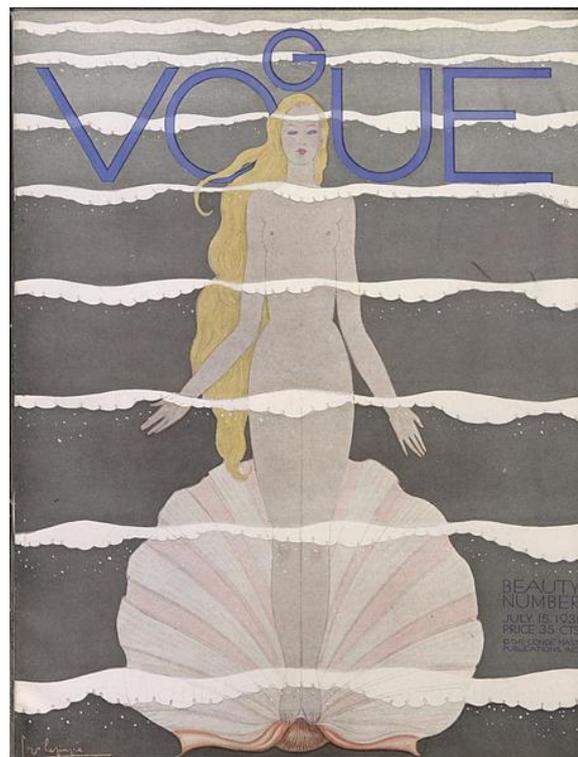


Imagen 4.3.14. Portada del 15 de julio, 1931 por Georges Lepape. Recuperada de: itfashion.com

Volviendo a la portada de 2020 analizada, la elección de esta temática resulta aún más apropiada si tenemos en cuenta que se trata de la versión griega de la revista y puede generar mayor impacto entre los consumidores.

Realizamos esta conexión pues encontramos varias similitudes con la obra original. La forma del cuerpo de la modelo realiza una línea sinusoidal que, aun no estando en la posición exacta que la Venus, es una de las características diferenciales del cuadro pues emula que está siendo movida por el viento o, haciendo alusión al mito, por el dios Céfito. En esta adaptación de Vogue no hay una concha gigante, pero el paisaje, y en concreto el suelo en el que está apoyada Harlow, guarda cierta similitud con la espuma del mar, elemento muy importante por ser la base del mito.

Cuenta el mito que Saturno (Cronos), dios del tiempo, desgarró y lanzó los genitales de su padre Caelos (Urano), lo que fertiliza el mar. El roce de la espuma engendra a Venus que, con la ayuda del viento, es transportada hasta las orillas de la isla de Chipre en una concha marina. (Imaginario, 2016).

Por último y el detalle más demostrativo de esta composición para entender que está representando a la Venus, es el vestido que lleva la modelo. No es común en la revista que se hagan desnudos para sus portadas, pero aun así añaden cierto guiño a esta idea con la aparición de un útero. Que sea este órgano en concreto tampoco resulta algo al azar pues Venus (o Afrodita en la mitología griega) era la diosa de la fertilidad y la sensualidad, aclarando con esto toda conexión posible.

Con esto, nos damos cuenta de que, a pesar de los avances tecnológicos, el pasado tiene una gran influencia en el presente estableciendo intertextualidades y aportaciones técnicas de composición como el juego de luces y sombras o la teoría del color. Precisamente a raíz de estas conexiones, nace el proyecto *Vogue like a painting* (2015) y su principal intención es mostrar que la fotografía toma al arte, en especial los cuadros pictóricos, como base para expandir su creatividad. El efecto que desean generar en el espectador es el de “¿dónde he visto esto antes?”, algo que ya sucedía en el Postmodernismo, donde la importancia recaía en que el público reconociera la mezcla de piezas establecida y el origen que cada una poseía.

La importancia de *Vogue like a painting* recae en que es la primera vez que una revista de moda entra en el Museo Thyssen-Bornemisza en forma de exposición y esto es porque Vogue fue la precursora en fotografía de moda, empezando a emplear imágenes para sus portadas en 1920 de la mano de Edward Steichen (Smith y Davies, 2015). Los propios fotógrafos que pasaron por la revista confirman que se inspiraron de la pintura para la creación de sus obras, pues cuando la fotografía apareció, las artes

plásticas ya gozaban de gran prestigio, así que en un primer momento lo más común fue imitar lo que realizaban los pintores para después empezar a jugar con los avances técnicos que las cámaras iban ofreciendo con el tiempo.

Actualmente y de acuerdo con el concepto que tenemos del propósito de la moda, esta es una forma de convencernos de que la fotografía de moda no sirve únicamente para vender ropa, sino que debe poseer una gran creatividad para ser buena e icónica. Al mismo tiempo, para los fotógrafos es un medio de expresión que les permite probar cosas nuevas e innovar a la par que inspirar en lo que sería la fotografía contemporánea de hoy en día.

4.4 La moda en la actualidad

Debido a los numerosos cambios que han ido surgiendo en la sociedad durante estos años, el concepto y modo de entender la moda ha sufrido modificaciones, así como nuevas acepciones. Como se ha mencionado con anterioridad, la nueva forma de concebir el arte surgió con las Vanguardias, dando lugar a una nueva definición de lo que significa ser artista. La ropa comienza a emplearse como modo de expresión del “yo” y para identificar a las personas según su posición social, se les adjudica una estética en concreto. Los artistas consideran su cuerpo un arte en sí y, por ello, la atención a las prendas que portan es igual de importante, puesto que conforman una obra a través de la cual manifiestan su creatividad.

Este individualismo donde todos exteriorizamos nuestra personalidad gracias al vestuario resultaría positivo, si no fuera por cómo el capitalismo y los modos de consumo utilizan esto a su favor, generando estereotipos y tendencias que incentivan nuestra compra. Así, poseer cierta marca dotada de unos valores en concreto, te confiere un estilo de vida determinado. Lo que se consigue con esto es que las marcas ganen poder sobre los consumidores y condicionen su percepción del gusto. Eguizábal ya hablaba de esto en el libro *Moda, comunicación y sociedad* (2008), donde decía que:

la moda no tiene solo que ver con la vestimenta, ni siquiera solo con la imagen o apariencia. La moda es la manera en que los procesos devienen obsoletos sin que haya ninguna razón funcional para ello, lo que convierte a la moda en un poderoso fenómeno de masas capaz de alterar el estilo de vida de la sociedad e incluso sus parámetros de comportamiento, de forma caprichosa y, en cierto modo, autoritaria (p.9).

Se podría vincular esta idea, a su vez, con el toque divino de artista que ya criticaba el dadaísta Marcel Duchamp en su época con *La Fuente* (1917), donde por el simple hecho de que algo estuviera firmado por un autor reconocido lo hacía merecedor de estar en un museo.

A causa de este carácter tan despersonalizado que ha ido adquiriendo la moda, se plantea la cuestión de si todo está ya inventado como sucedió en la pintura. La respuesta es clara y similar: no. Es cierto que existe una repetición de estilos pasados, pero, al igual que en el postmodernismo, lo que hacen es tomar aquello que resulta estético de otras décadas y combinarlo para generar un estilo nuevo y original.

Uno de los problemas modernos que ha nacido a raíz de este afán por innovar y crear varias colecciones en un mismo año es el *fast fashion*⁴, basado en la copia de diseños de la alta costura para poder ofrecérselos a los ciudadanos de a pie. En un primer momento puede parecer algo beneficioso, pero los métodos de producción en masa que son necesarios, así como la mano de obra empleada que trabaja bajo situaciones precarias, no es lo más apropiado ético y medioambientalmente.

Esta es la razón por la que ya no se ve a la moda como un arte al igual que en el pasado, la categoría de industria y su influencia capitalista en el impulso al sobreconsumo genera rechazo y es entendida como un método de control social. Lo que es importante comprender, es que el sistema es el que se ha aprovechado de ella y trasgiversado de tal manera que es capaz de distinguir socialmente. Si sucumbimos a ella, es precisamente por esta necesidad de pertenecer a un grupo, pues el mayor temor del ser humano es quedarse solo y para que esto no ocurra, perdemos nuestros valores e identidad tomando la estética dominante.

Todo entra dentro de un gran compendio de un sistema del que es muy complicado salir pues está muy arraigado a toda la estructura social y, especialmente en la actualidad, donde han aparecido nuevos métodos de consumo como son los *e-commerce* o compra por internet y las *pop-up stores*, que son tiendas físicas que duran un período de tiempo determinado. Todo esto marca el ritmo de compra de los usuarios, que son incentivados por el concepto de exclusividad o edición limitada. Con este cambio de rumbo, también cambia el concepto que posee la gente de la moda, afectando a su posicionamiento como arte.

⁴ Método de diseño, fabricación y marketing centrado en la producción rápida de grandes volúmenes de ropa.

Recientemente las marcas y la industria de la moda en sí han buscado maneras para mejorar y reducir el exceso de producción, así como la contaminación. También existe un auge generalizado de las marcas sostenibles y de origen local, que guarda relación con la mayor concienciación de la sociedad en estos aspectos y su exigencia por un cambio.

Algunas soluciones en respuesta a esta situación son el *slow fashion* o moda lenta, que es un modo de producción y consumo diferente al que estamos acostumbrados. Normalmente, se generan bajas dosis de producto para que no haya excedentes y sea posible de esta manera vender todas las existencias. Además, es un método de fabricación responsable donde los trabajadores tienen un horario y sueldo digno, así como unas condiciones laborales con todos los seguros y legalidades pertinentes. Esto hace que su precio resulte más elevado a lo que venden otras marcas de moda rápida. Lo que el usuario debe tener en cuenta es que el primer cambio hacia la sostenibilidad no es únicamente con las prendas sino en el modo en que compramos y, especialmente, la cantidad en la que lo hacemos. La finalidad de todo esto es que compremos prendas más duraderas en el tiempo tanto estéticamente como en cuanto a su calidad. Así, en vez de comprar cada producto que está en tendencia, tendremos un armario lleno de básicos basados en nuestro estilo personal que, precisamente por esta razón, hará que sea atemporal. Otra opción sostenible es el DIY *–do it yourself–* que facilita la imitación de artículos que aparecen en pasarela a bajo coste porque es la propia persona que lo lleva quien lo crea a partir de retales que ya poseía con anterioridad.

Por otro lado, si buscamos eventos actuales que mantengan esta conexión existente entre moda y arte, añadiendo el factor de que implica a personajes famosos y es en pos de beneficencia caritativa, nos encontramos con la Met Gala, organizada por el Instituto del Vestido del Museo de Arte Metropolitano de Nueva York. Se realizó por primera vez en 1979 gracias a la iniciativa de la publicista Eleanor Lambert y ha continuado hasta nuestros días convirtiéndose en un verdadero fenómeno mediático donde las expectativas para cada año van en aumento. La correlación reside principalmente en que para cada edición se determina un tema relacionado con el arte y los asistentes deben plasmar con sus *outfits* este concepto de la manera más creativa y original posible generando una “pintura viviente” (Yotka, 2020).



Imagen 4.4.15. Vestido de Zendaya basado en Juana de Arco para la Met Gala de 2018.

Recuperada de: vogue.es

Lamentablemente, en el año 2020 no pudo celebrarse físicamente debido a la pandemia mundial, pero esto no impidió que un grupo de once jóvenes creativas organizaran en Twitter su propio Met Gala desde casa. Le dieron el nombre de *HF Twitter⁵ Met Gala* y se llevó a cabo el 4 de mayo del mismo año. El planteamiento fue algo distinto al evento original, adaptándose a las facilidades que dicha red social ofrece y para ello, propusieron cuatro categorías diferentes en las que participar: en la primera, llamada “Wardrobe Challenge”, los usuarios debían crear *outfits* con la ropa que ya poseían en sus armarios basándose en la exposición *About Time*. El segundo desafío al que nombraron “Illustration Expression”, consistía en ilustrar a través de piezas artísticas prendas nuevas o ya existentes. La siguiente era “Photoset Creation” basada en la generación de collages de moda y, finalmente, una categoría libre donde podían plasmar creativamente lo que desearan relacionado con el tema (Yotka, 2020). Hubo una participación total de más de 800 personas incluyendo caras tan reconocidas como Oscar de la Renta.

⁵ *High Fashion Twitter* es el nombre con el que se conoce al conjunto de personas que tratan temas de moda en dicha red social.

Tag us at #HFMetGala2020

PHOTOSET CREATION | HF MET GALA

@HFMetGala



h/metgala

Tag us at #HFMetGala2020

@HFMetGala

PHOTOSET CREATION | HF MET GALA

A NEW CONCEPT OF FUTURE

Since retro futurism was conceived in the 60's, humanity has related "the future" to spaceships, science, computers, and technology; it would be mimicked in fashion through exaggerated shapes, metallic colors and cold textures. Decades have passed and none of these predictions have come to reality. Despite living at the peak of technology, we still wear our run-of-the-mill shirts and pants every day. For centuries humans have been re-designing century-old garments. Very rarely, maybe once a decade, is a completely original piece created.

In my opinion, this is because in a society where technology is almost completely taking over our lives, clothing and fashion as we know it, is what grounds us as humans. Dissociating entirely from how it is today and evolving into something completely new, would be disconnecting from humanity. I believe the future of fashion does not rely on the creation of a new piece of clothing, but in the development of new techniques, materials and its styling, with the ultimate goal of achieving sustainability.

My concept involves the exploring, re-designing and recycling of pieces that have been worn for the past centuries; in this case classic undergarments, using new technologies, techniques and materials, yet styled in an innovative way with modern pieces, which would make the outfit look cut-edge, yet somehow warm and familiar.

I would undoubtedly pick a fresh, up and coming designer that I feel represents this new concept of the future. I could see myself wearing a full outfit styled with Charlotte Knowles's intricate garments or a "wet look" by designer Dimitra Petsa.

h/metgala

Imagen 4.4.16. y 4.4.17. Presentación para una de las categorías de la HF Twitter Met Gala.

Recuperadas de: vogue.es

Los resultados superaron sus expectativas pues además de recrear el evento, también dieron la posibilidad de introducir a las personas que participaban más diseñadores de alta costura no tan reconocidos, así como debatir sobre la historia de la moda y la dirección en la que va la industria, especialmente en temas de sostenibilidad.

*“Si las leyes de la vestimenta estuvieran basadas en el arte en lugar de en la moda, no
habría necesidad de esta constante evolución de horror en horror”
– Oscar Wilde*

5. CONCLUSIONES

El principal objetivo que se pretendía resolver con este trabajo era mostrar la conexión existente entre moda y arte, el cual ha sido cumplido pues hemos podido apreciar las innumerables influencias que compartían, especialmente durante la época de Vanguardias. Para fundamentar esas influencias, se desarrolló el análisis de portadas de Vogue por ser considerada la revista de referencia en este ámbito y su conexión histórica con el arte, cumpliendo así con uno de los objetivos secundarios marcados.

Por otro lado, nos habíamos planteado la situación actual de la moda y cómo ha evolucionado la industria en relación con temas de sostenibilidad y modos de consumo, siendo todo ello resuelto en el apartado 4.4.

A su vez, en cuanto a la pregunta inicial de si la moda es arte y tras todo lo analizado previamente, podemos afirmar con certeza que es merecedora de pertenecer a esta categoría pues el concepto de lo que entendemos como arte ha evolucionado con el tiempo ya que ahora, según comenta Velasco (2016):

No consiste exclusivamente en aportar ideas, por lo que no tiene que buscar nada relevante pudiendo ser cotidiano e insignificante. Gracias a esto, el modisto queda reivindicado como creador y a la moda nadie puede negarle el ascenso al olimpo de las artes, pues el único pilar específico del arte es el artista y su libertad creadora.
(p.138).

La razón por la que nos hemos planteado esta cuestión en un primer momento es debido al capitalismo, que nos ha hecho pensar que lo que “vende” es más importante que la creatividad y el proceso de creación del producto. Es más, por el contrario, la moda debería ser accesible e inclusiva pues ninguna prenda es merecedora de costar miles de euros cuando está producida por trabajadores a los que no se les paga ni el salario mínimo. De hecho, al igual que como la gran mayoría de movimientos que han promovido la democratización del arte y si entendemos que la moda pertenece a esta categoría, es necesario eliminar los elitismos de la industria.

En relación con esto, también podríamos decir que la moda es tan compleja y política como cualquier otro arte, pero el único motivo por el que no se toma tan en serio es porque es algo que ha gustado a mujeres y personas *queer* tradicionalmente. Pero lo más llamativo aún de esto es que la industria esta predominantemente dirigida

por hombres, los cuales controlan y marcan la indumentaria femenina que va a estar en tendencia fomentando la cosificación del cuerpo al gusto de la mirada masculina.

A pesar de todas estas intertextualidades, aún existen profesionales del sector que no aceptan esta visión. Esto es por la idea tradicional que aun poseen de lo que es el arte. Además, para algunos como Marc Jacobs, la moda debe estar con las personas y es lo que verdaderamente interesa de ellas pues “la ropa en un museo es la muerte absoluta” (Jacobs, s.f.). A esta opinión, se le suma el modisto español Caprile, el cual además explica la razón por la cual se está llevando la alta costura a las salas de exposiciones. Esto es porque los museos últimamente necesitan más ingresos por lo que este tipo de actividades son una manera fácil de atraer al público pues son exposiciones sencillas de entender que no requieren de ningún conocimiento previo al respecto, simplemente posicionarte en si algo resulta bonito o no.

En lo que sí están de acuerdo todos es que la moda es cultura, llegando Giorgio Armani a decir:

Por supuesto, la moda es arte. La relación entre estos universos es muy estrecha. Ambos son medios de expresión de gran potencia, que crean objetos no solo bellos, sino también capaces de emocionar. De hecho, la industria de la confección se sitúa en el centro de la creatividad y es el mejor espejo de la sociedad y su cultura. (Armani, s.f.)

Esto nos lleva a plantear cuál es entonces el significado de cultura y cuál es la mayor diferencia con el arte. Para empezar, la cultura es un conjunto de ritos y costumbres dentro de una sociedad o grupo social. Tradicionalmente se ha asociado con la técnica o práctica humana, por lo que el arte, así como cualquier otra actividad manual relacionada, forma parte de la cultura. Se suele emplear como método para entender cómo era el modo de vida en determinadas épocas históricas y, como hemos visto en el apartado de la historia de la moda, tanto esta como el arte han servido para reflejar el contexto en el que se está desarrollando su actividad.

Podemos concluir por tanto que, si el arte es cultura y la moda es cultura, entonces la moda también es arte.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABC. (2017). *Vogue fusiona arte, moda y fotografía en Madrid*. ABC; Diario ABC.

Extraído de: <https://www.abc.es/videos-cultura/20150809/vogue-fusiona-arte-moda-4409667373001.html>

Alonso, Y. (2013a). *Futurismo*. Blogspot. Extraído de:

<https://alonsomerchan.blogspot.com/2013/01/futurismo.html>

Alonso, Y. (2013b). *Surrealismo I*. Blogspot. Extraído de:

<https://alonsomerchan.blogspot.com/2013/03/surrealismo-i.html>

Alonso, Y. (2013c). *Surrealismo II: Elsa Schiaparelli*. Blogspot. Extraído de:

<https://alonsomerchan.blogspot.com/2013/06/surrealismo-ii-elsa-schiaparelli.html>

Aparejadores Madrid. (2015). *Hotel NH Eurobuilding*. Extraído de:

<https://biadigital.aparejadoresmadrid.net/images/flex/285-2015-03de04-v10/docs/285-2015-03de04-v10.pdf?reload=1532178950434>

Baudelaire, C. (1999): *Salones y otros escritos sobre arte*. Madrid: Visor.

Baskin, B. (2021). *What Is Fast Fashion? The Business of Fashion*. Extraído de:

<https://www.businessoffashion.com/briefings/retail/what-is-fast-fashion>

Berges, G. (2017). *In Defense of Fashion as a True Art Form*. Observer; Observer.

Extraído de: <https://observer.com/2017/06/fashion-true-art-form/>

Calvo, M. (2015). *Art Nouveau*. HA! Extraído de: [https://historia-](https://historia-arte.com/movimientos/art-nouveau)

[arte.com/movimientos/art-nouveau](https://historia-arte.com/movimientos/art-nouveau)

Caprile, L. (2015). *De qué hablamos cuando hablamos de estilo: 20 años de oficio, 20*

consejos de moda. Barcelona Temas De Hoy Cop.

Casa Lis. (2013). *La moda en portada*. Eduardo Gracia Benito. En *Museo y Moda:*

Encuentros en la Casa Lis. Extraído de:

<http://www.museocasalis.org/nuevaweb/wp-content/uploads/fotos/DOSSIER-EXPOSICION-Garcia-Benito.pdf>

Celdrán, H. (2012). *La moda y el arte, una historia de amor que empezó en el siglo XIX*

y todavía sigue viva - Últimas Noticias; 20minutos. Extraído de:

<https://www.20minutos.es/noticia/1572772/0/relacion/moda-arte/siglo-xix-actualidad/?autoref=true>

Cerrillo Rubio, L. (2010). *La Moda moderna: génesis de un arte nuevo*. Siruela.

Cerrillo Rubio, L. (2019). *Moda y creatividad. La conquista del estilo en la era moderna, 1789-1929*. Nerea.

Clelia. (2014). *John Currin, biografía, obra y exposiciones*. Alejandra de Argos.

Extraído de: <https://www.alejandradeargos.com/index.php/es/completas/32-artistas/283-john-currin-biografia-obra-y-exposiciones>

Coloma, J. L. (2019). *El arte contemporáneo y la moda, el tándem que siempre funciona*. Harper's BAZAAR. Extraído de:

<https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a28178280/arte-contemporaneo-moda/>

Cristófol, C., Cabezuelo, F., Javier, F., & Rojano, P. (2017). *La adaptación de la revista*

VOGUE al nuevo contexto digital del periodismo de moda VOGUE magazine

adaptation to the new digital context of fashion journalism. Extraído de:

https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/8452/1/Adaptacion_CCristofol&FCabezuelo&FJPaniagua_Doxa_2017.pdf

De las Heras, R. (2019). *De Luis XIV a "Vogue", el origen de las revistas de moda*. EL

PAÍS; Ediciones EL PAÍS S.L. Extraído de:

https://elpais.com/elpais/2019/11/15/estilo/1573827533_740809.html

Delgado, L. (2017). *El impresionante origen de las revistas de moda*. The Luxonomist.

Extraído de: <https://theluxonomist.es/2017/03/16/el-impresionante-origen-de-las-revistas-de-moda/lourdes-delgado>

Delpierre, M. (1995). *Historia de la moda*. Esine, D.L.

Díaz, L. (2013). *Lalishion*. Lalishion. Extraído de: <https://lalishion.wordpress.com/>

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

Actualidad, Moda | S Moda EL PAÍS. S Moda EL PAÍS. Extraído de:

<https://smoda.elpais.com/moda/las-flappers-esas-mujeres-a-las-que-la-moda-actual-les-debe-todo/>

Emma. (2020). *Winnie Harlow poses for Vogue Greece February 2020*. My Face

Hunter. Extraído de: <https://www.myfacehunter.com/2020/01/winnie-harlow-poses-for-vogue-greece.html>

Espínola, J. (2017). *Detrás de los bigotes: La historia de Dalí y Coco Chanel - La*

Pluma de Oro. La Pluma de Oro. Extraído de:

<https://laplumadeoro.com/2017/12/15/detras-los-bigotes-la-historia-dali-coco-chanel/>

Funes, M. (2021). *Narcisismo, perversión y traumas sexuales: por qué Dalí se escondió*

80 años tras el personaje del genio loco. Infobae. Extraído de:

<https://www.infobae.com/historias/2021/05/12/narcisismo-perversion-y-traumas-sexuales-por-que-dali-se-escondio-80-anos-tras-el-personaje-del-genio-loco/>

Gabriela [@schiaplicious]. (12 de abril de 2021). *Thread: when fashion meets art*.

[Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter. Extraído de:

<https://twitter.com/schiaplicious/status/1381548468557250560>

- Gagosian. (2018). *John Currin | Gagosian*. Gagosian. Extraído de:
<https://gagosian.com/artists/john-currin/>
- Giraldo, M. (2017). *Javier Bardem aterroriza a Jennifer Lawrence*. Zocoh. Extraído de:
<https://zocoh.com/magazine/articulo/2017-08-16/javier-bardem-ateroriza-a-jennifer-lawrence/267>
- Grupo De Análisis De La Comunicación. (2008). *Moda, comunicación y sociedad*.
Comunicación Social.
- Imaginario, A. (2016). *Significado del cuadro El nacimiento de Venus*. Cultura Genial.
Extraído de: <https://www.culturagenial.com/es/cuadro-el-nacimiento-de-venus/>
- Imaginario, A. (2020). *Art deco: características, historia y representantes*. Cultura Genial. Extraído de: <https://www.culturagenial.com/es/art-deco/>
- Imaginario, A. (2021). *Art nouveau (arte modernista): características, representantes y obras*. Cultura Genial. Extraído de: <https://www.culturagenial.com/es/art-nouveau/>
- Inmsol. (2011). *El Arte de Salvador Dalí | surrealista, simbolismo, pintura, escultura | INMSOL*. INMSOL. Extraído de: <https://www.inmsol.com/es/blog-escuela/cultura-literatura-historia-espana-es/el-arte-de-salvador-dali/>
- Jiménez, M. (2019). *JOSEP FONT: ARTE Y MODA*. Lujosa Barcelona. Extraído de:
<http://lujosabarcelona.com/2009/07/08/josep-font-arte-y-moda/>
- Luis, N. (2020). *Met Gala: los looks más icónicos de la historia de su alfombra roja*. Vogue España. Extraído de: <https://www.vogue.es/celebrities/galerias/met-gala-alfombra-roja-mejores-looks-vestidos-iconicos-historia>
- Luque, R. (2015). *Relaciones entre arte y moda: Diálogos y juegos de identidad. Desde la alta costura en el vestir hasta nuestros días*. [Tesis doctoral]. Extraída de:
<https://core.ac.uk/download/pdf/80527058.pdf>

- Mackrell, A. (2013). *Paul Poiret*. Vogue. Extraído de:
<https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/paul-poiret/301>
- Márquez, L. (2020). *La moda y la cultura pop - Dress Me*. Dress Me. Extraído de:
<https://dressmemexico.com/moda-y-cultura-pop/>
- Máxima Uriarte, J. (2020). *Arte Renacentista: disciplinas, características y representantes*. Caracteristicas.co. Extraído de:
<https://www.caracteristicas.co/arte-renacentista/>
- Mejía, S. (2016). *Art Nouveau y Art Déco: la belleza de lo funcional - Arte*. Cultura Colectiva. Extraído de: <https://culturacolectiva.com/arte/art-nouveau-y-art-deco-la-belleza-de-lo-funcional>
- Molina, B., & Roa, M. (2017). *El liderazgo en las revistas especializadas en moda*. [Trabajo de Fin de Grado]. Extraído de:
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/64418/TFG%20LIDERAZGO%20MOLINA.pdf>
- Montagut, E. (2021). *Los grutescos - Los ojos de Hipatia*. Los Ojos de Hipatia. Extraído de: <https://losojosdehipatia.com.es/cultura/arte-2/los-grutescos/>
- Morillas, M. (2017). *Sonia Delaunay: la artista que se pasó a la moda*. El Español. Extraído de:
https://www.elspanol.com/corazon/estilo/planes/20170724/233727353_0.html
- Nicolás, M^a. M. (2004). *Delphos de Fortuny*. Museo del Traje. Madrid. Extraído de:
<https://www.vogue.es/moda/modapedia/hitos/vestido-delfos/350>
- Ortega Coca, T. (1999). *Eduardo García Benito y el Art-Déco*. Valladolid: Ayuntamiento De Valladolid.
- Pardo, B. (2008). *La moda. Arte e influencia artística*. [Trabajo de Fin de Grado]. Extraído de:

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/13635/La%20moda.%20Arte%20e%20influencia%20artistica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pérez y Pérez, M. (2016). Las asociaciones entre el arte y la moda en el siglo XX.

Cuadernos Del Centro de Estudios En Diseño Y Comunicación N° 57, Año XVI, Mayo 2016, Buenos Aires, Argentina (57), 15–25. Extraído de:

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=555&id_articulo=11597

Ramos, G. (2018). *Guía para entender la Met Gala*. ELLE. Extraído de:

<https://elle.mx/moda/2018/05/04/guia-para-entender-met-gala/>

Ratons, S. (2013). *JOHN CURRIN*. TocArte. Extraído de:

<https://tocarteratons.wordpress.com/2013/04/30/john-currin/>

Real Academia de la Historia. (2018). *Eduardo García Benito* | *Real Academia de la*

Historia. Extraído de: <http://dbe.rah.es/biografias/42395/eduardo-garcia-benito>

Ruiz, N. (2018a). *Vogue y sus portadas de arte* | *Blog de DSIGNO*. Extraído de:

<https://www.dsigno.es/blog/disenode-moda/vogue-y-sus-portadas-de-arte>

Ruiz, N. (2018b). *La historia de una revista de moda: Vogue*. Blog de DSIGNO.

Extraído de: <https://www.dsigno.es/blog/disenode-moda/la-historia-de-una-revista-de-moda-vogue>

Sienra, R. (2018). *Manierismo: El estilo que le dio un giro singular al arte renacentista*.

My Modern Met. Extraído de: <https://mymodernmet.com/es/que-es-manierismo/>

Smith, D., & Davies, L. (2015). *Vogue: like a painting*. Fundación Colección Thyssen-Bornemisza.

Stanton, A. (2018). *What is Fast Fashion, anyway?* The Good Trade. Extraído de:

<https://www.thegoodtrade.com/features/what-is-fast-fashion>

Stern, R. (2005). *Against fashion: Clothing as Art, 1850-1930*. Mit.

- Tashjian, R. (2019). *John Currin, Painting's Male Provocateur, Turns His Brush To Men*. GQ. Extraído de: <https://www.gq.com/story/john-currin-profile>
- The Met. (2011). *Alexander McQueen: Savage Beauty - Gallery Views 2011* [Video de YouTube]. Extraído de: https://www.youtube.com/watch?v=Pg0HwLAJyV0&ab_channel=TheMet
- Thomas, D., & Aguilera, C. (2019). *Fashionopolis: el precio de la moda rápida y el futuro de la ropa*. Superflua Editorial.
- Torrecillas, T. (2015). *¿La moda es arte? | Actualidad, Moda | S Moda EL PAÍS*. S Moda EL PAÍS. Extraído de: <https://smoda.elpais.com/moda/la-moda-es-arte/>
- V&A. (2015). *Alexander McQueen: Savage Beauty - About the Exhibition - Victoria and Albert Museum*. Extraído de: <http://www.vam.ac.uk/content/exhibitions/exhibition-alexander-mcqueen-savage-beauty/about-the-exhibition/>
- Vallverdú, L. (2013). *Moda y arte: el impresionismo en los vestidos de Christian Dior | Bcn Cool Hunter*. Bcn Cool Hunter. Extraído de: <https://bcncoolhunter.com/2013/06/moda-arte-impresionismo-vestidos-christian-dior/>
- Vázquez, A. (2017). *#TótemVF: el vestido Mondrian, el vestido moderno*. Vanity Fair. Extraído de: <https://www.revistavanityfair.es/lujo/articulos/totem-vf-vestido-mondrian-saint-laurent/25964>
- Vega, M. (2014a). *Arte en las portadas de Vogue | itfashion.com | Moda Que Inspira*. Extraído de: <https://www.itfashion.com/cultura/arte-y-parte/arte-en-las-portadas-de-vogue/>

Vega, M. (2014b). *10 obras de arte en la pasarela* | *itfashion.com* | Moda Que Inspira.

Extraído de: <https://www.itfashion.com/cultura/reportajes/10-obras-de-arte-en-la-pasarela/>

Velasco, A. M., & Reguero, I. (2016). *La historia a través de los mass media: prensa, cine y moda (siglos XX y XXI)*. Creaciones Vicent Gabrielle.

Villagrán, O. (2016). *Por qué la moda es el arte del Siglo XXI - Moda*. Cultura Colectiva. Extraído de: <https://culturacolectiva.com/moda/por-que-la-moda-es-el-arte-del-siglo-xxi>

Vogue. (2021). *Explore the Complete Vogue Archive*. Vogue | the Complete Archive.

Extraído de: <https://archive.vogue.com/>

Yotka, S. (2020). *El homenaje a la Met Gala en Twitter que mezcla historia de la moda y creatividad*. Vogue España. Extraído de:

<https://www.vogue.es/celebrities/articulos/homenaje-met-gala-twitter-hfmetgala>

ANEXO I



En este hilo de Twitter, nos encontramos un recopilatorio de algunos de los estilismos llevados a pasarela donde los diseñadores actuales se inspiran en obras pictóricas clásicas e importantes dentro del mundo del arte para la creación de sus patrones.

(Recuperado de: <https://twitter.com/schiaplicious/status/1381548468557250560?s=20>).