

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



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2021-2022

**LA MODA EN FRANCIA DESDE FINALES DEL SIGLO XIX HASTA PRINCIPIOS  
DEL SIGLO XX Y SU REFLEJO EN LA PUBLICIDAD**

Disertación

SILVIA OLEA ÁLVAREZ

Tutor/a: Jesús Félix Pascual Molina

Segovia, julio de 2022

## RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar el modo en el que ha ido avanzando la moda a lo largo de los años cubriendo las necesidades del público, añadiendo nuevas prendas y cambiando, sobre todo en el ámbito femenino. Grandes figuras han destacado en este aspecto especialmente en Francia. Además de crear sus propios talleres, carteles para presentar sus diseños e incluso crear sus propias boutiques, su influjo hoy en día sigue existiendo. En este trabajo tomaremos como referencia las aportaciones teóricas de una serie de diseñadores y haremos un análisis de sus diseños y de su reflejo en la publicidad.

## PALABRAS CLAVE

Moda, Francia, publicidad, carteles, diseñadores.

## ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the way in which fashion has advanced over the years, covering the needs of the public, adding new garments, and changing, especially in the female sphere. Great figures have stood out in this aspect specially in France. In addition to creating their own workshops, posters to present their designs and even creating their own boutiques, their influence continues today. In this work we will take as a reference the theoretical contributions of a series of designers, and we will make an analysis of their designs and their reflection in advertising.

## KEYWORDS

Fashion, France, advertising, posters, designers.

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. JUSTIFICACIÓN .....	5
3. OBJETIVOS .....	7
4. ANTECEDENTES/CONTEXTO .....	8
4.1. MODA .....	8
4.2. CARTELES Y REVISTAS: ARTE Y PUBLICIDAD .....	15
4.3. DISEÑADORES DESTACADOS DE FINALES DEL SIGLO XIX Y PRINCIPIOS DEL XX EN FRANCIA .....	21
<i>DISEÑADORES DE FINALES DEL SIGLO XIX</i> .....	21
<i>DISEÑADORES DESTACADOS PRINCIPIOS DEL SIGLO XX</i> .....	24
5. ESTUDIO DE CASO .....	41
5.1. ANÁLISIS DE LAS OBRAS .....	41
<i>JEANNE PAQUIN</i> .....	41
<i>PAUL POIRET</i> .....	43
<i>COCO CHANEL</i> .....	44
<i>YVES SAINT LAURENT</i> .....	46
<i>CHRISTIAN LOUBOUTIN</i> .....	47
6. CONCLUSIONES.....	49
7. BIBLIOGRAFÍA.....	51
8. ANEXOS.....	54
8.1. MATERIAL CARTEL.....	60
8.2. MATERIAL DISEÑADORES .....	63

## 1. INTRODUCCIÓN

Mi trabajo de fin de grado se basa en la relación entre el mundo de la publicidad y el mundo de la moda. Durante los cuatro años de estudios en la carrera de Publicidad y Relaciones Públicas he aprendido numerosos conceptos y recibido información acerca del tema sobre el que voy a tratar. Además, son aspectos que en la actualidad son muy importantes y con los que convivimos día a día. En concreto, el tema elegido es el reflejo de la moda francesa de finales del siglo XIX y principios del siglo XX en la cartelería publicitaria.

Tras señalar los objetivos del trabajo, en este proyecto se estudiará el inicio de la moda y cómo se desarrolló en Francia entre el siglo XIX y principios del XX, haciendo especial hincapié en los diseñadores de moda más conocidos y que hoy en día siguen teniendo importancia en el mundo de la moda. Se destacarán diferentes indumentarias que se han usado durante estos siglos y se hará un pequeño análisis de cómo ha ido evolucionando la moda hasta nuestros días, señalándose las características de los diseñadores estudiados. Otro punto para destacar es el cartel, sobre el que realizaré una pequeña introducción, cómo se ha ido desarrollando y ha ido evolucionando en estos siglos. Con todo esto, se pasará a analizar una serie de carteles y elementos publicitarios de la cronología estudiada, en los que se refleja la moda del momento, tratando de señalar si en estas obras se muestra la concepción de la moda de los diferentes diseñadores estudiados. El trabajo concluye con unas conclusiones y las referencias bibliográficas empleadas. Además, se ha introducido un anexo con material gráfico que permite ilustrar y complementar los puntos desarrollados en el trabajo.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado una revisión bibliográfica y de diferentes materiales sobre el tema de estudio, para con la información recogida realizar una revisión de los aspectos generales del trabajo, a modo de contexto. Después, se ha procedido a buscar y analizar una serie de carteles donde se reflejarán los aspectos estudiados.

## 2. JUSTIFICACIÓN

Tras cuatro años de estudio en el ámbito de la publicidad, he entendido que es un campo muy amplio, por lo que lo primordial es saber vender, diseñar, gustar al cliente, pero sobre todo transmitir confianza en la calidad de los productos que vas a llegar a vender. Asimismo, la innovación es un punto clave. Como en otros sectores, también en el de la moda ha ocurrido de este modo y los diseñadores han querido transmitir en sus creaciones calidad y novedad. Por eso, ciertas prendas han llegado hasta nuestros días y siguen siendo piezas clave en el mundo de la moda.

El cambio de los tiempos, las nuevas necesidades e incluso el mercado han sido aspectos que han provocado que el mundo laboral haya cambiado. Antes solo había una tienda a la que todo el mundo iba y solo se compraban un conjunto para todos los días de la semana. En cambio, ahora tenemos mil tipos de prendas e incluso compramos por comparar porque luego muchas veces ni las estrenamos.

La imagen que se da tiene mucha importancia ya sea a nivel de trabajo o cualquier otro. Por eso, el mundo de la moda es muy importante. Debido a Internet y las redes sociales, tenemos muchas posibilidades de conocer las nuevas tendencias en el mundo de la moda, e incluso ir más allá, como ver personas celebres con múltiples conjuntos que sirven de referencia para el público, o conocer los detalles de una nueva colección y no tener que ir al desfile ya que en el mismo momento en que se producen las presentaciones alguien lo estará colgando en sus redes sociales, haciéndonos partícipes del momento como si nosotros mismos estuviéramos ahí.

Pero para conocer y comprender cómo se ha llegado a esta situación, es importante estudiar el pasado, los antecedentes del mundo de la moda actual. Por eso, me gustaría hacer un breve análisis de los comienzos de la moda y los primeros carteles relacionados con esta, en concreto en Francia entre el siglo XIX y XX, sin duda la cuna de la moda moderna. Así, se podrán establecer unas bases para posteriores estudios.

En la guía docente del Trabajo de Fin de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas para el curso 2021-2022, disponible en el Campus Virtual de la asignatura, se señalan una serie de competencias generales, siendo la primera: “Capacidad de análisis y síntesis de la información y comunicación procedente del entorno y del contexto sociocultural y económico”. Este TFG parte de esta competencia para tratar de completar los objetivos que se señalan en la citada guía, como son “Integrar los conocimientos y capacidades adquiridos a lo largo de la titulación” o “Iniciarse en la actividad investigadora”.

Entre las modalidades recogidas en la guía se incluye la de disertación, a la que se adscribe el presente trabajo. En esta línea se pretende que el estudiante realice un “Trabajo de investigación individual o colectiva [...] Tendrá una naturaleza teórica y de análisis aplicado. El enfoque es académico y se requiere un nivel académico específico”.

Este TFG ha tratado de adaptarse a estas indicaciones para constituir ese trabajo de iniciación a la investigación que demuestre capacidad de síntesis y análisis, así como la aplicación de los conocimientos adquiridos a lo largo de los estudios de grado.

### 3. OBJETIVOS

El objetivo general del trabajo es el conocimiento y análisis de los principales diseñadores de moda franceses entre finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, hasta mediados de siglo. Partiendo de este objetivo, se han fijado otros de carácter específico.

- Definir el concepto de moda.
- Conocer el desarrollo de la moda en Francia y las peculiaridades de los diseñadores más significativos.
- Estudiar el reflejo de los principales diseñadores y su idea de la moda en las producciones publicitarias de su época.

## 4. ANTECEDENTES/CONTEXTO

### 4.1. MODA

Tengo frente a mí una serie de grabados de modas que comienza con la Revolución y termina más o menos con el Consulado. Esos trajes, que hacen reír a mucha gente irreflexiva, a esa gente grave sin verdadera gravedad, presentan un encanto de naturaleza doble, artístico e histórico. A menudo son bellos e ingeniosamente dibujados; pero lo que en la misma medida tiene tanta importancia para mí y lo que me hace feliz, es encontrar en todos, o casi todos, la moral, la estética de la época. (Charles Baudelaire, citado en Cerrillo Rubio, 2019, pág. 13).

Los orígenes del llamado ciclo moderno, período que se extiende desde los años 80 hasta finales del siglo XIX en los cuales se reconstruye la estructura demográfica de la sociedad histórica desde el 29 de octubre de 1793, cuando la Convención Nacional francesa formó el principio universal de libertad indumentaria a través de un decreto, en el que ninguna persona podía ser obligado o incluso obligar a otra persona a vestir de una forma exacta (Laver, 2017; Cerrillo Rubio, 2019).

El rey Luis XIV también conocido como Rey Sol, representó el cenit del absolutismo francés. Su reinado de 72 años fue el más largo de la historia de Francia. Además, fue quien impuso una ordenanza estableciendo diferentes indumentarias para cada representante de cada estado. En principio, se destacaron las capas bordadas de oro o los sombreros de plumas en los diputados nobles y

los abrigos  
negros, sin  
adornos ni  
botones en los  
burgueses  
destacando de

*Imagen 1: frac masculino inglés, detalle hacia 1815, paño y botones dorados. Estilo moderno de la moda masculina suprimía la ostentación explícita en los tejidos, colores y adornos. La sobriedad en los tonos, la calidad de los tejidos y el buen corte de las prendas eran los signos del nuevo lujo. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*





esta manera notablemente la desigualdad en los distintos estamentos de la sociedad francesa.

En la Edad Media Europa, la influencia de la moda se produjo a través de una serie de leyes suntuarias las cuales servirían de mecanismo de control político, económico y social dirigido a la protección de industrias nacionales restringiendo así de esta manera la importación de productos extranjeros y la codificación de productos de lujo.

Cuatro años después de instaurar la ordenanza dictada por el rey, la Revolución instituía el derecho democrático a la moda donde se tenía especial cuidado en la imagen y la distinción personal. Estos dos factores serán claves para mostrar las pautas de comportamiento surgidas en la corte de Luis XIV, monarca que supo utilizar de forma insuperable las leyes suntuarias en beneficio de su autoafirmación y de la prosperidad de su país (Cerrillo Rubio, 2019).

Luis XIV se presentaba y demostraba a la sociedad la imagen a través de sus trajes deslumbrantes confeccionados con verdaderas telas-joya bordadas en oro y diamantes que reforzaban la calidad y el colorido de los complementos.



*Imagen 2: terno a la francesa, detalle hacia 1780, brocado de seda. Casaca y chaleco masculinos realizados en brocado de seda con lentejuelas, abalorios y tonos pastel. La ropa de hombre y mujer exhibirá el mismo sentido de lujo hasta que concluya, por estas fechas, su ciclo clásico. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*

Tras la importancia de la moda llegó la hora de la creación de boutiques especializadas en productos de lujo como guantes, chales o zapatos.

*Imagen 3: Giuseppe Canella, vista de la rue de la Pixerre, París, 1830. Principal avenida de la moda parisina, en ella se irán instalando las casas de moda, boutiques de complementos, perfumes y joyerías. Todo un universo de lujo, del que París ostentó su capitalidad a lo largo de sucesivas décadas. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*



La representante más prestigiosa de esta corporación fue Rose Bertín (1747-1813), dueña de *Au Grand Mogol*, establecimiento a medio camino entre las boutiques y los futuros almacenes de novedades del siglo XIX (Cerrillo Rubio, 2019).

El Romanticismo, ideología destacada de estos siglos y expresión cultural de la Revolución, compartía el amor por la libertad como principio indispensable para concluir con las viejas tradiciones y dotar de nuevos valores a la sociedad. Destacan los animados colores de los chalecos de rayas, pañuelos y gorros rojos que se oponían al negro de los contrarrevolucionarios con sus chalecos estampados con motivos heráldicos, corbatas y escarapelas blancas o incluso el frac claro. Las mujeres, hacían un uso especial de colores rojos, blancos y azules, con bandas bordadas con los lemas de la Revolución y diferenciaban así el uso en la forma de atar sus sombreros (Cerrillo Rubio, 2019). Además, la seda, el brocado, el terciopelo, los tacones altos y los lunares postizos desaparecieron. Las joyas fueron sustituidas por piezas metálicas, cristales de colores o piedrecitas de la Bastilla.

También destacaban los trajes estafalarios como los que usaba la española Teresa Cabarrús, personaje conocido en el marco de la revolución y esposa de Tallián, líder en la toma del Palacio de las Tullerías y destacada figura del periodo Termidor enfrentado a Robespierre. Esta, vestía de forma extravagante el llamado “traje a la salvaje”, con cortes a los lados, pulseras en las piernas, anillos de diamantes en los pies, guantes largos y viseras.

Toda esta multiplicidad e inclinación de tendencias animaron a Paul Gavarni, abad de La Mésangère, a editar el *Journal des dames et des modes*, que décadas después despertará en Baudelaire un apasionado interés por la moda y el estudio de su historia (Cerrillo Rubio, 2019).

La moda también tuvo cierta presencia en la pintura. Protagonista de los recargados ambientes domésticos o en los magníficos escenarios públicos, la moda ejercía su completo poder de seducción a través de los diferentes colores que se utilizaban en los escaparates comerciales, seduciendo de esta manera al público, pero sobre todo a las obras de arte y la fantasía de los individuos.

La moda suponía a mediados del siglo XIX, un motivo de deleite y placer donde la participación y cercanía de las damas era cada vez más aparente. La moda cada vez más influyó en otros aspectos de la vida: “El hombre que en la moda solo ve la moda, es que es tonto. La vida elegante no excluye el pensamiento ni la ciencia, más bien la consagra” (Honoré de Balzac citado en Cerrillo Rubio, 2019, pág. 49). Además, también incitaba a escritores como Emile Zola quien estaba impresionado por el potencial tan poderoso de la industria a la hora de vestir. También comenzaron a aparecer los primeros almacenes que introdujeron revolucionarias prácticas en la exposición y venta de productos dirigidas expresamente al consumo.

La dimensión empresarial del negocio pone en escena un nuevo producto que en poco tiempo dejará atrás la prenda clave de esta época. Comienzan a destacar las prendas exóticas, elegantes y cómodas los cuales empiezan a ser importadas de regiones orientales. También comienzan a aparecer los primeros catálogos en el que destacan las capas que hasta ahora no eran acordes para llevar.



*Imagen 4: vestidos estilo imperio hacia 1810, muselina de seda. El imaginario de la cultura clásica recuperando por el pensamiento ilustrado, se tradujo en el diseño y adopción de estos vestidos, blancos y ligerísimos, con los que las mujeres se sentían participes de los ideales de belleza representados por las diosas riegas. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*

La confección, puso en marcha una densa red de actividades productivas, empresarial y comercial, consolidando un tejido que había comenzado a hilvanarse con la creación de las manufacturas de lujo en la época de Colbert, principal ministro del rey Luis XIV, controlador general de finanzas, secretario de Estado

de la Maison du Roi y secretario de Estado de la Marina.

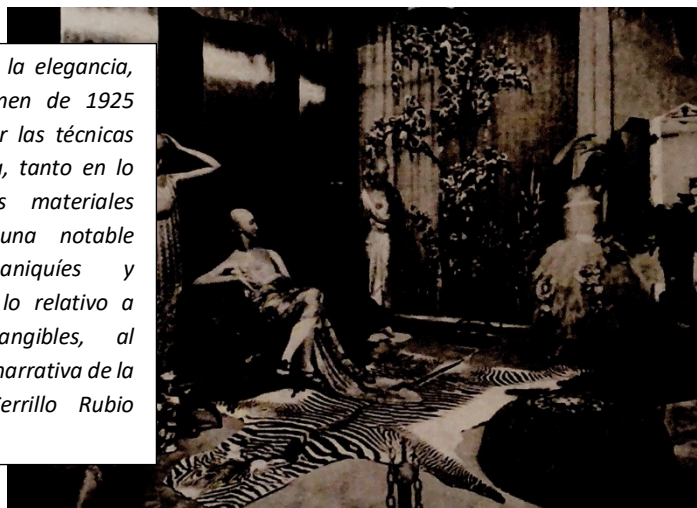
Debido a la infraestructura empresarial y la disponibilidad del sistema financiero fueron básicas la gestiones a la hora de emprender retos empresariales. En 1865 comenzaron a exportarse vestidos de seda principalmente de Estados Unidos. La casa Lemercier, estaba especializada en este tipo de productos.

Debido a las fuertes infraestructuras empresariales, París se convertiría en ciudad artística respecto a la moda femenina. Un año después, la sedería más prestigiosa de la capital francesa abriría su primera sucursal en Londres con el nombre de Gagelin.

Worth, diseñador de modas nacido en Reino Unido y considerado el padre del negocio moderno de la moda y la alta costura empezó a destacar por ser el primer dependiente en trabajar en unos grandes almacenes, pero, además, destacaba por la manera en relacionar

arte, moda y lujo de una forma muy peculiar con la alta costura. Desde

*Imagen 5: pabellón de la elegancia, París, 1925. El certamen de 1925 sirvió para perfeccionar las técnicas expositivas de la moda, tanto en lo relevante a aspectos materiales llevándose a cabo una notable innovación en maniqués y escaparates como en lo relativo a cuestiones más intangibles, al potenciar la dimensión narrativa de la ropa. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*



mediados del siglo XIX hasta el final de la Belle Époque se intentaba mostrar un nuevo movimiento estético.

Atelier Martine es una empresa de decoración geométrica la cual aportó un nuevo modelo que tuvo consecuencias hacia la integración de las artes decorativas en la vida social. En 1919 tras la Primera Guerra Mundial, un conjunto de artistas estrechó relación con la vanguardia cubista y crearon en 1925 la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industrias Modernas en París. Su principal finalidad fue mostrar los adelantos industriales que se habían producido hasta la época en las artes decorativas.

Desde comienzos de los años 20 la figura principal fue la de Coco Chanel la cual se impondrá en el panorama internacional (Leymarie, 2010). También fue elegida como diseñadora para realizar el vestuario de *ballet* cuyo estilo de líneas rectas se acoplaba perfectamente a la inspiración vanguardista. Por ese entonces, Chanel atravesaba el período más fructífero de su carrera y por ello quiso hacer una fusión en sus prendas entre vida y moda que era lo que ella quería inspirar al público. La diseñadora, poseía la suficiente versatilidad para mezclar alta cultura y cultura popular, los trajes masculinos y la moda femenina, la ropa de trabajo y las prendas de ocio, el estilo rural y el aire urbano, la indumentaria deportiva y los vestidos de noche. La ropa de Chanel se podía llevar sin corsé ya que era bastante cómoda y se amoldaba perfectamente al cuerpo de cada mujer. Chanel tenía una formación autodidacta la cual le permitía trabajar sin ningún sentido respecto a las tracciones de oficio en aquel momento. Utilizaba colores neutros, dibujos *jacquard* en sintonía con el arte geométrico, ropas ligeras y fáciles de poner, haciendo de esta manera que su ropa fuese particular.

Otro elemento importante a la hora de vestir en las mujeres era el perfume, Chanel decidió crear un perfume con un nuevo formato en el que todo era nuevo. El Chanel n.º 5 irrumpía con fuerza en el mercado especialmente dedicado a las mujeres.



*Imagen 6: frascos y estuches de perfume Chanel n.º 5 1921. Los diseños del perfume más famoso de la casa Chanel se perfeccionaron a lo largo de los años veinte, pero siempre mantuvieron su esencia de exultante pulcritud, una pureza de líneas y geometrías abstractas, similares a las utilizadas por la arquitectura de vanguardia. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*

Pasados cinco años, se dio lugar al lanzamiento del perfume de la marca Chanel. La revista *Vogue* se hacía eco de un invento no menos mítico, por ello, creó un vestido negro que sería portada de esta, además de incluir joyas de la propia marca (Cerrillo Rubio 2019, pág. 139). Los principios del diseño de Chanel quedan expresados en esta afirmación:

Yo fui la primera en vivir con mi tiempo, hice vestidos para el deporte porque yo lo hacía, para el trabajo porque yo trabajaba, no salí porque tenía que hacer mi ropa e hice mi ropa para salir. Tenía la edad del siglo y me eligió a mí para expresarse, para expresar una época que pedía sencillez, comodidad (Coco Chanel citada en Cerrillo Rubio 2019, pág. 115).



*Imagen 7: Coco Chanel, vestido negro 1926, tejidos de punto de lana y raso. Apasionada lectora de novelas y de la poesía de Baudelaire, Chanel eligió el “color del heroísmo de la vida moderna” para componer un icono de estilo que permanece inalterado. Porque el Little black dress, como las buenas novelas románticas, tiene la cualidad de conocer sentido y sensibilidad, el mundo práctico y un universo altamente evocado Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*

#### 4.2. CARTELES Y REVISTAS: arte y publicidad

Desde finales del siglo XIX, los dos principales medios a través de los cuales se promocionaron las novedades en el ámbito de la moda fueron los carteles, en auge desde el origen del cartel artístico a finales de siglo, y las revistas especializadas.

Como señala Barnicoat (2000), “El arte es creación del hombre, pero las palabras y las pinturas forman parte también de su lenguaje. Si el arte no es principalmente



comunicación, sino creación, entonces los carteles, con su función prescrita de publicidad y propaganda, serían una forma secundaria del arte” (p. 2). Sin embargo, no puede negarse que las relaciones entre cartel y pintura siempre han estado ahí y “Aparte de llevar al consumidor medio los movimientos artísticos del siglo XX, el carácter y las limitaciones de la publicidad han influido a veces en la forma y dirección de la pintura. Esto ocurrió por primera vez en 1870, cuando el cartel acababa de nacer” (Barnicoat, 2000, pág. 2).

Imagen 8: Henri Toulouse-Lautrec, *Divan Japonais* 1893. Tomada de *Los carteles; su historia y su lenguaje* (2000).

Los primeros carteles artísticos fueron obra de Jules Chéret, creados en la segunda mitad del siglo XIX, cuando empezó a realizar carteles litográficos en color en la ciudad de París. A pesar de la evolución respecto a las técnicas de reproducción o el lenguaje de los carteles, la forma de producir los carteles y los códigos puestos en marcha por Chéret han influido a los artistas posteriores, llegando hasta nuestros días.

Alois Senefelder, fue el creador de la litografía en 1798 y poco a poco se fue perfeccionando. Chéret comenzó haciendo sus propios diseños directamente en una piedra litográfica y así de esta manera no se perdía ningún detalle. Además, empleó la tricromía, usando piedras de distintos colores que, combinadas, generaban una gran riqueza de color. En sus diseños empleó efectos tridimensionales para llamar la atención y destacó su uso de la figura femenina como reclamo publicitario.

Pero rápidamente sus innovaciones fueron empleadas por otros artistas, perfeccionándolas y desarrollando el arte del cartel. Es el caso de Toulouse-Lautrec, que creó un estilo muy personal en el marco del Postimpresionismo, con carteles dedicados, principalmente, a locales de espectáculos y estrellas del baile y la canción como La Goulue o Aristide Bruant.

Los diferentes movimientos artísticos fueron dejando su huella en el arte del cartel. El Art Nouveau, desarrollado entre 1890 y 1914 aproximadamente, fue el estilo moderno más característico de los inicios de la publicidad moderna, especialmente dado que se trató de una tendencia muy vinculada a la burguesía comercial (Satué, 2010). Este estilo dio lugar a una valoración de lo decorativo y ornamental que llamaba mucho más la atención de espectador. Surge del movimiento inglés de los *Arts & Crafts* y se desarrolló en diversos países de Europa y Estados Unidos.

El término Art Nouveau, hace referencia a lo “nuevo”, donde se incorporan nuevas concepciones sociales, técnicas y nuevas expresiones del espíritu. El afán por lo “nuevo” impulsó a los artistas a quebrar con la tradición. Sin embargo, en las producciones del estilo, los nuevos rasgos ornamentales como la recurrente línea sinuosa, se mezclarán con referencias al medievo y a las nuevas influencias artísticas como la estampa japonesa (Barnicoat, 2000; Satué, 2010). Sin duda uno de los artistas más notables del período fue Alphonse Mucha. Su cartel para la obra de teatro *Gismonda*, protagonizada por la actriz Sarah Bernhardt, es sin duda un hito fundamental.





Imagen 9: Pierre Bonnard. La Revue Blanche, 1894. Libro: el cartel; su historia y su lenguaje. Tomada de Los carteles; su historia y su lenguaje (2000).



Imagen 10. Georges de Feure, Le Journal des Ventes 1897. Libro: los carteles; su historia y su lenguaje. Tomada de Los carteles; su historia y su lenguaje (2000).

El estilo Nouveau servirá de influencia a los carteles *hippies* de finales de los años 60 del siglo XX (Barnicoat, 2000). Los diseñadores de este tipo de carteles recurren mucho al pasado. Son carteles más brillantes, más elaborados y accesibles. Además, resucitan métodos empleados por los diseñadores del siglo XIX, pero exagerándolos y amplificando más sus efectos.



Imagen 11: Will Bradley, *The Chap Book*, 1894. Libro: *Los carteles; su historia y su lenguaje*. Tomada de *Los carteles; su historia y su lenguaje* (2000).

Susan Sontag decía que “el objetivo de todos los comentarios sobre arte debería ser ahora hacer obras de arte y, por analogía con nuestra propia experiencia, más reales para nosotros, en lugar de menos. La función de la crítica debería ser mostrar «como es lo que es» e incluso «eso es lo que es», en lugar de indicar «lo que significa»” (Barnicoat 2000, pág. 61). Así, muchos de los carteles *hippies* más característicos, abogan por la sociedad de consumo hasta los que propugnan “amor” o “paz” como filosofía. Muchos de dichos carteles destacan por su atractivo sensual y suponen una ruptura con las actitudes de décadas anteriores.

Tras el origen del cartel y el movimiento modernista, surgieron diferentes estilos artísticos entre finales del siglo XIX y los primeros años del siglo XX, las denominadas vanguardias (Gompertz, 2013). Todas ellas dejaron también su impronta en la cartelería y la publicidad (Satué, 2010), si bien no del mismo modo. Así, desde 1905 se desarrolló el Expresionismo alemán, con sus carteles de autopromoción, como los realizados por Bleyl o Kirchner, y más tarde, desde 1909, el Futurismo italiano, que resultó demasiado agresivo para la Italia del momento, pero que gracias a artistas como Fortunato Depero, consiguió imponerse en el mundo de la publicidad en los años posteriores a la Primera Guerra Mundial (Fontán del Junco, 2014). Sus creaciones mostraban todos los rasgos del estilo: la velocidad, la modernidad, la agresividad. Depero trabajó, entre otras, para marcas como Campari. En la década de los años 20 triunfó el Art Déco, desarrollado

desde el final de la Primera Guerra Mundial, hasta el estallido de la Segunda Guerra Mundial. Este estilo, donde confluyeron rasgos de todas las vanguardias del momento, además de otras características procedentes de estilos como el Nouveau, referencias a la naturaleza o elementos tomados del pasado, reflejó perfectamente el espíritu de los “locos años 20” (Duncan, 1994). También en esta época se desarrolló la publicidad en el ámbito de la escuela Bauhaus alemana y en el del Constructivismo ruso, estilos ambos que apostaban por elementos como el fotomontaje, la geometría y la importancia de la tipografía (Satué, 2010).

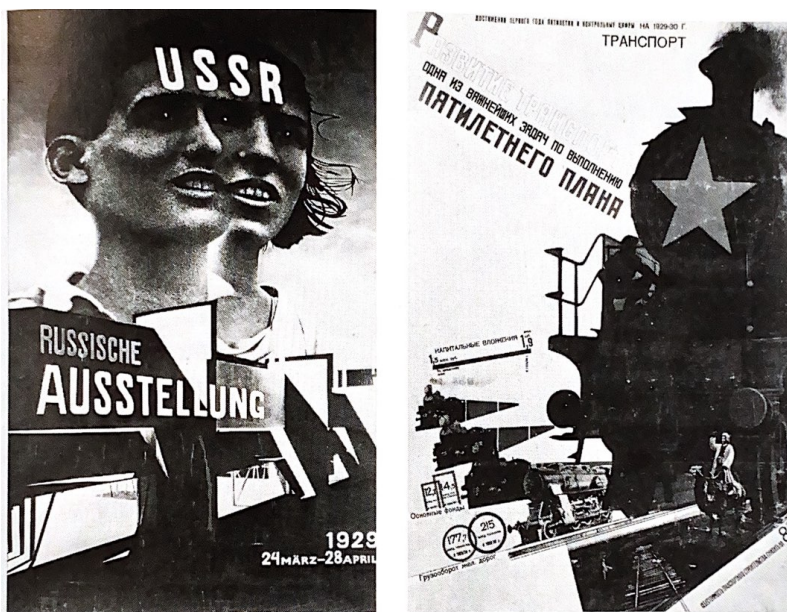


Imagen 12: cartel para la exposición rusa, 1929. El Lissitzky. Primer plan quinquenal. Libro: Los carteles; su historia y su lenguaje. Tomada de Los carteles; su historia y su lenguaje (2000).

Tras la Segunda Guerra Mundial, la influencia de las vanguardias seguiría presente, pero surgirían nuevos estilos y nuevas tendencias.

Por otro lado, desde finales del siglo XIX proliferaron también las revistas de moda, publicaciones orientadas al público femenino que comenzaron a reflejar las tendencias del momento, sirviendo además de escaparates para los grandes modistos y diseñadores. La revista *Gazette du Bon Ton*, fue una publicación de moda francesa fundada en París en 1912 y considerada una de las mejores revistas de la época siendo una de las primeras revistas dedicadas a la moda. Combinó a la perfección la

preocupación por la estética y la belleza. La trayectoria de esta revista no fue muy larga ya que no era muy regular, pero fue una inspiración para la revista norteamericana *Vogue*, sin duda la revista de moda más conocida.

En estas revistas la ilustración primero y luego la fotografía, jugaron un papel clave para la difusión de las tendencias de moda y los diseños de artistas como Poiret o Chanel. Esta labor de ilustración corrió a cargo de algunos de los más importantes artistas del momento.



*Imagen 14: Jupp Wiertz, Vogue Parfüm, 1927. Libro: Los carteles, su historia y su lenguaje. Tomada de Los carteles; su historia y su lenguaje (2000).*

#### 4.3. DISEÑADORES DESTACADOS DE FINALES DEL SIGLO XIX Y PRINCIPIOS DEL XX EN FRANCIA

##### DISEÑADORES DE FINALES DEL SIGLO XIX

##### JEANNE PAQUÍN

Diseñadora francesa crucial en el cambio de la silueta femenina de finales del siglo XIX y primer tercio del XX haciendo historia del vestuario. Según ella, moda de calidad y rentable (Jeanne Paquín, 2010).



*Imagen 15: rostro de Jeanne Paquin. Tomada de Moda: 150 años: modistos, diseñadores, marcas (2010).*

Paquín, logró ser la primera gran diseñadora femenina y una de las precursoras en los negocios de la moda de estos siglos. Nació en la isla de Saint Denis, situada a las afueras de París y desde muy pequeña comenzó a trabajar en un local de modista hasta que posteriormente consiguió ser costurera de una de las firmas más importantes de ese momento *Maison Rouff*. Tras contraer matrimonio con Jacob, dueño de una casa de alta costura de ropa masculina, fundaron juntos un negocio al que llamaron Paquín. Pronto tuvo gran cantidad de clientela como actrices, miembros de la realeza europea, etc.

Paquín, destacaba por su creatividad y su concepción innovadora a la hora de realizar vestidos y complementos para los grupos femeninos. Fue pionera de la expansión internacional y del espectáculo a la hora de mostrar sus propios diseños.



*Imagen 16: Robe de Soirée. Diseño de Jeanne Paquín. Tomada de Concha y mayordomo (2021).*

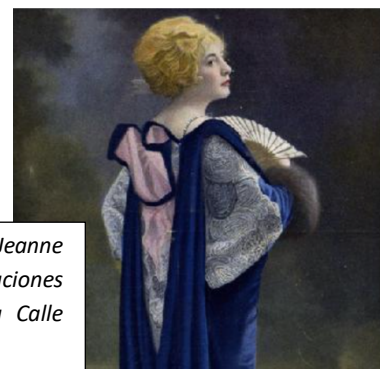
El primer desfile que logró hacer tuvo lugar en el Place Theatre de Londres y consiguió ser el primer desfile con un espectáculo de música, además colaboraron diseñadores como Cheruit, Doucet, Paul Poiret y Worth.

Paquín, es conocida como la predecesora de Coco Chanel, diseñadora más reconocida de la historia y también ella misma solía vestir sus propios diseños al igual que lo hacía Paquín.

También, tenía un afán por los adornos en la piel y los vestidos románticos de estilo dieciochesco el cual reapareció como tendencia en los años 80 del siglo XX, vinculada a los grupos musicales de estilo *new romantic*. En este tipo de estilos se incluyen las sedas y los bordados sobre cuellos, puños y mangas.



*Imagen 18: sección del escaparate. Casa de modas Paquín. Tomada de Viste la Calle (2010).*



*Imagen 19: detalle diseño de Jeanne Paquín: yuxtaposición de aplicaciones y telas. Tomada de Viste la Calle (2010).*

Paquín, era su mejor publicista dentro de su propio estilo, ya que siempre solía llevar sus propios diseños a imprimir y era a través de ellos donde empezó a coger más fama. Además, tenía una cierta habilidad con el mundo de los negocios por lo que recibió numerosos premios y nombramientos como el de La Orden de Leopoldo II de Bélgica y la Legión de Honor haciendo especial hincapié en el que fue la primera mujer en recibir este tipo de nombramientos. En 1917 fue seleccionada presidenta de la Cámara Sindical de la Alta Costura (organización oficial de los diseñadores de París).

Sus diseños fueron reconocidos por una buena estética única que hasta ese momento no había sucedido con ningún tipo de diseñador y dio lugar a través de sus diseños con efectos visuales, texturas y matices tonales en los primeros vestidos de su colección además de hacer notarse a través de sus tonalidades de negros los cuales siempre estaban presentes en todos sus diseños. Paquín, también destacó por crear la primera colección de ropa para la mujer activa entre 1912 y 1920.

Jeanne Paquín, decidió retirarse del mundo de la moda en 1920 pasando toda la responsabilidad a su asistente que continuó como diseñadora de la casa hasta que falleció. Tras este acontecimiento toda la responsabilidad se cedió a Ana Pombo y más tarde a Antonio del Castillos. Estos diseñadores trataron de adaptarse a cada momento de la vida con nuevos estilos pero, tras el crecimiento de Dior, este absorbía toda la atención.

Finalmente, su casa de modas se unió con la “Casa Worth” en 1954 para posteriormente dar por finalizada su carrera en 1956.



Imágenes 20, 21 y 22: diseños de Paquín. Tomadas de Pinterest

## DISEÑADORES DESTACADOS PRINCIPIOS DEL SIGLO XX

### PAUL POIRET

Reconocido como el rey de la moda, fue un diseñador francés de finales del siglo XIX y causante de la liberación de la mujer en el corsé (Modapedia de Paul Poiret, 2020). “Desencadené la guerra al corsé y de todas las revoluciones, la mía de hizo en nombre de la libertad. ¡Habría que dejar en libertad los estómagos!” (Paul Poiret, citado en Expo Fashion Magazine, 2020).



*Imagen 23: retrato de Paul Poiret. Tomada de Wikipedia.*

Trabajó en la casa de moda parisina junto a Worth y, además, inauguró su propia firma en 1902. En

1908, reapareció con el vestido estilo imperio el cual fue popular en Francia durante el régimen de Napoleón Bonaparte.

La sencillez y naturalidad de sus atuendos, fue parte de la obsolescencia del corsé al igual que la falda de medio paso o trabada. También, solía adornar con borlas las capas o chales con plumas de colores y estolas de zorro que representaban un aire escénico en la mayoría de sus diseños. Sus modelos tenían una estética griega la cual fue muy popular en la época de la preguerra.



*Imagen 24: traje diseñado en 1914. Tomada de Wikipedia.*

*Imagen 25: disfraz de seda y algodón. Tomada de Wikipedia.*

*Imagen 26: abrigo en lana, seda, cuero y piel. Tomada de Wikipedia.*

*Imagen 27: detalle de las decoraciones de una capa. Tomada de Wikipedia.*

Publicó en 1930 *En Habillant L'époque* y tres libros de memorias además de *Pan Annuarire du luxe a Paris* con la intervención de figuras como Cocteau o Dufy, hasta que la casa Poiret decidió cerrar definitivamente.



Poiret creía que “los verdaderos elegantes son aquellos que inventan modas, los que las crean, no los que las siguen” (Paul Poiret, citado en Expo Fashion Magazine, 2020). Fue un auténtico precursor de la orientalización donde dio lugar a una línea de cosmética y una de artículos de hogar. Además, fue el primer creador europeo en conocer la amplitud del mercado norteamericano y en cruzar el océano para hacer negocios en USA.

La forma de expresarse en el mundo de la moda sirvió para concebir el arte de la moda a pesar de todos los problemas que le habían ocurrido con otros diseñadores como fue con el caso de Coco Chanel.

Haciendo un breve recorrido por su historia, Poiret nació en París en 1879. Pronto, en 1903 inauguró su propio taller en el número 5 de la rue Auber y tres años más tarde traslada su taller a la rue Pasquier, la cual era más céntrica y tenía más público. En 1909 viaja a Londres y en 1903 visita por primera vez EE. UU. Tras el inicio de la Primera Guerra Mundial, comienza a servir como costurero a todo el mundo debido a la situación que se estaba dando en el país. Seguidamente, viaja a Marruecos y poco más tarde vuelve a visitar EE. UU. con ideas nuevas para su taller, el cual decide trasladar a los Campos Elíseos de París, ya que era un lugar emblemático de la ciudad y de esta manera iba a llamar la atención de más público.

Tras unos largos años de carrera, Poiret decide cerrar su centro de costura y comienza a dedicarse a la pintura, que era algo que también le llamaba mucho la atención, hasta que fallece. Tras el fallecimiento de Poiret se realizó una exposición en el Met de Nueva York titulada *King of Fashion*.

## COCO CHANEL

Su nombre de pila era Gabrielle Chanel, pero fue distinguida como Coco Chanel. Coco fue una diseñadora francesa de la alta costura y fundadora de la marca Chanel. Además, se conoce como la figura más influyente del siglo XX, según la revista *Time*. Tras quedar huérfana fue llevada a un orfanato



*Imagen 28: retrato de Coco Chanel.  
Tomada del libro de Chanel.*

donde coincidió con su tía Adrienne, que apenas tenía dos años más que ella, convirtiéndose en su mejor amiga.

Coco Chanel, es de las diseñadoras más reconocidas de la historia de la moda que además destacó por ser una de las más innovadoras durante la Primera Guerra Mundial y causó una ruptura con la idea de elegancia de la Belle Époque, creando además una línea de ropa informal, sencilla y cómoda. Para ella, “la moda pasa de moda, el estilo jamás” (Coco Chanel, citada en *Enfemenino*, 2017).

También dentro de sus estilismos podíamos encontrar bolsos, perfumes, joyas etc. Destaca por sus famosos trajes de “tweed” ribeteado que se convirtió en un icono de la elegancia femenina en todos los tiempos, igual que su perfume Chanel n.º 5.

Chanel comienza trabajando en una pañería junto a su tía y las dos eran ayudantes del sastre. Los hombres que acudían a la sastrería, coqueteaban con las jóvenes y las invitaban al cabaré, donde Coco se sintió atraída por el mundo del espectáculo y comenzó a cantar en los escenarios. En este tiempo recibió el apodo de “Coco” debido a las canciones que tenía en su repertorio, las cuales llegaron a identificarla. También se cree que por “cocotte”, un término francés que hace referencia a la mujer mantenida. En 1906, trabajó repartiendo vasos de agua mineral en una terma, además de trabajar en teatros, cafés y salas de conciertos.

Con 23 años, Chanel conoció a su amante, un oficial de caballería y rico heredero textil francés. Durante los siguientes años vivió junto a él en su castillo y esto hizo que Chanel pudiera llevar una vida de riqueza y ocio, fomentando así su carácter social en las fiestas que se celebraban.

Poco después comenzó un romance con un componente rico de la clase alta inglesa, Arthur Capel, se instaló junto a él y este sufragó sus primeras tiendas. Comenzó el diseño de la fragancia de Chanel n.º 5 y se cree que implantó las líneas rectangulares biseladas de las botellas de tocador que Capel llevaba en sus cajas de cuero de viaje o incluso por la botella de *whisky* la cual este tanto admiraba. Junto con su pareja, Chanel pasó mucho tiempo en varios centros turísticos de moda, sufriendo las infidelidades de Capel.



*Imagen 29: diseños del perfume Chanel n.º 5. Tomada de Vogue.*

Tras la muerte de su amado, comenzó a utilizar en sus ropajes el color negro en señal de dolor por lo que al tiempo diseñó el denominado “pequeño vestido negro” que presentó en 1926 y fue calificado por la revista Vogue como “atuendo que todo el mundo usará”. Inmediatamente fue un éxito y fue considerado como epitome de la elegancia sencilla desde ese momento.



*Imagen 30: vestido negro Chanel. Tomada de Pinterest.*

Tras muchos trasiegos en su vida, Chanel recibió lecciones por parte de los mejores asistentes de la capital francesa. Desde ese momento comenzó a diseñar sombreros *cloché*. Lo que al principio era como un entretenimiento, años más tarde se convirtió en

un negocio comercial de notable aceptación entre sus clientes. Coco siempre llevaba puestos sus propios diseños a eventos públicos para así de esta forma llamar la atención de los presentes con su peculiar estilo. Sus estilos solían ser muy vanguardistas y además incluían pantalones de montar o poleras, los cuales contrastaban con los vestidos elegantes. En 1909 inauguró su primera boutique de sombreros y al año siguiente dio lugar a su casa de modas la que llamó Chanel Modes. En este momento, fue cuando la figura de Chanel empezó a ser conocida.

En 1913 decidió abrir una boutique financiada por Deauville en la que incluyó ropa informal de lujo orientada hacia el ocio y el deporte. Los diseños más característicos que tenía eran el jersey y el tricot, el cual era un tejido elástico fabricado mecánicamente con todo tipo de fibras y que se usaba especialmente para prendas deportivas y de vestir como camisetas, vestidos o chaquetas ligeras, pero este tejido era usado para la ropa interior de los hombres. Durante este proyecto, tuvo la ayuda de sus hermanas y su tía las cuales le ayudaron a modelar sus diseños y promocionarlos las creaciones. El periódico *The New Yorker* publicó “las damas de Deauville despertaron una mañana y descubrieron una diferencia impactante de elegancia entre su propia ropa y la moda Chanel” (Coco Chanel, citada en La Historia de Coco Chanel, 2019). Chanel decidió inaugurar otro nuevo local en la costa vasca que además era muy frecuentada por españoles ricos.

En febrero de 1916, presentó su primera colección de otoño en la que sus atuendos y chaquetas deportivas aparecieron por primera vez en la revista Vogue. Debido a esta oportunidad que se le brindó a la diseñadora, sus patrones comenzaron a venderse en las grandes tiendas de los Estados Unidos. En 1918 estableció su primera casa de moda con más de 300 empleados en uno de los barrios más elegantes y lujosos de París. En 1921 inauguraba una nueva boutique en la que vendía ropa, sombreros, accesorios a los que incluiría más tarde joyas y perfumes.

Chanel decidió crear su propio logo en el que incluiría las dos C de su nombre y apellido: "CC". Tras esto, su afianzamiento en el mundo de la moda significó un declive en su carrera como modista en la que compitió con Paul Poiret.



*Imagen 31: logotipo Chanel. Tomada de 1000 marcas.net.*

En 1924 diseñó el vestuario del espectáculo de ballet más deseado por los parisinos, *Le Train Bleu*, en el Teatro de los Campos Elíseos.



*Imagen 32: invitación al primer desfile de Chanel 1915. Tomada de Srtajara.*

En 1921 colaboró con Beaux, el perfumista más conocido de París en su primer perfume Chanel n.º 5 el cual fue un éxito. Fue el primer perfume que llevaría el nombre de su propio diseñador y fue embotellado en la botella que Chanel habría diseñado cuando estuvo con Capel. El nombre emana del número de intentos que se hicieron falta hasta que la diseñadora y el propio perfumista dieron su consentimiento a la esencia. Rápidamente comenzaron a venderse otras ediciones como Chanel n.º 22 o Gardenia. En 1924, la diseñadora decidió crear una tienda especialmente dedicada a sus perfumes con el nombre de Parfums Chanel.

Tras la Segunda Guerra Mundial se vio obligada a cerrar todas sus tiendas salvo una, situada en el número 31 de la rue Cambón, en la que solo vendía perfumes y accesorios. Con la invasión nazi, la propiedad de perfumes que compartía con otros propietarios de

origen judío, le hizo quedarse con todo y ser la única propietaria de la empresa. Por ello, en 1944 fue acusada de ser una espía nazi y fue arrestada, lo que dañaría su reputación y su imagen como diseñadora, siendo obligada a abandonar Francia, trasladándose a Suecia en 1945. Alcanzó un gran éxito en Reino Unido y Estados Unidos. Mientras tanto, la revista Vogue la definió como la nueva revolucionaria de la moda.

En 1950 comenzó a trabajar con Goossens, el cual le ayudó a realizar las joyas más importantes de toda su carrera como diseñadora. En esta colección utilizó piezas con perlas de imitación o piedras de cristal, además de realizar anillos y pendientes, prendedores trenzados en plata y oro con esmeraldas, colgantes y cruces bizantinas de cristal.

En 1954, Chanel regresó a Francia con la propósito de presentar una colección que acabaría siendo la más valiosa de toda su carrera como diseñadora y de su vida. Presentó el traje tweed y un bolso icónico. Gracias a este logro poco a poco fue ganándose de nuevo a su público.



Imagen 33: colección de vestidos negros de Chanel. Tomada de *La Historia de Coco Chanel*.

En 1957 tomó el *Neiman Marcus Fashion Award* por ser reconocida como la diseñadora más prestigiosa del siglo, y tres años más tarde fue nombrada como miembro del Museo de arte Moderno de Nueva York.



*Imagen 34: retrato de Chanel. Tomada de La Historia de Coco Chanel.*

En 1970, se vio afectada por la enfermedad de la artrosis. Se había convertido en una adicta a la morfina para poder disminuir los dolores que le provocaba su enfermedad. El 9 de enero de ese mismo año, Chanel falleció tras un paro cardíaco.

“La simplicidad es la clave de la verdadera elegancia. Una mujer tiene la edad que se merece.

Viste vulgar y solo verán el vestido, viste elegante y verán a la mujer” (Coco Chanel, citada en Enfemenino, 2017).

### YVES SAINT LAURENT

“Más que la moda, que tiene que ver con las tendencias, los atuendos comunican un mensaje acerca de la persona que los lleva puestos” (Yves Saint Laurent, citado por Yves Saint Laurent en *La mente es maravillosa*, 2018).

Saint Laurent, fue un legendario modisto francés el cual revolucionó el estilo femenino de la época. Nació en la Argelia Francesa



*Imagen 35: retrato de Yves Saint Laurent. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*

en 1936 y fue su madre quien, tras acabar sus estudios de bachillerato, le contagió la pasión por la moda ya que acudía con ella a comprar revistas de moda como Vogue.

En 1953, se presentó al concurso anual de Secretariado Internacional de la Lana, donde ganó el tercer premio con la categoría de vestidos de noche. Tras este acontecimiento tan inesperado para él, decidió empezar sus estudios en la Cámara Sindical de la Alta Costura en París.

Saint Laurent volvió a participar en el mismo concurso y obtuvo el primer y tercer premio con la categoría de vestidos. El primer premio fue con un vestido de cóctel el cual confeccionó en los talleres de Givenchy y, además, en ese mismo año, también ganó un primer premio en el concurso de Karl Lagerfeld en la categoría de abrigos.

Gracias a los contactos que tenía su familia, pudo conocer al director de Vogue mostrándole de esta forma más cerca sus bocetos. Pero para su sorpresa, tenía cierta similitud con los de Christian Dior, por lo que decidieron mostrárselos. El 20 de junio de 1955 Yves entró a trabajar como asistente de Christian Dior.

Uno de los diseños originales que realizó en la casa Dior fue un diseño con un vestido de tubo de terciopelo negro y con un gran escote, acompañándolo de una cinta de raso por encima de la cintura bautizado como *Dovima y los elefantes*.



*Imagen 36: primer diseño de Saint Laurent para Christian Dior. Vestido de terciopelo negro. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*

“Para mí trabajar para Christian Dior fue como un milagro. Tenía una admiración infinita por él. Fue el modisto más famoso de la época, también fue capaz de construir una casa de alta costura única y de rodearse de personas irremplazables. Me enseñó las raíces de mi arte, le debo una parte importante de mi vida y no importa lo que venga más tarde, nunca olvidaré los años que pasé a su lado”. (Ortega Burgos, 2019).

Tras la muerte de Dior, Yves fue nombrado director artístico de La Maison y rápidamente, en 1958 presentó la primera colección de primavera-verano a la que llamó



“Trapeze” de la que decían que fue “el atracón de moda más emocionante que se había visto desde hacía mucho tiempo”(Ortega Burgos, 2019). Para evitar confusiones con los estilos de su amigo a la hora de realizar patrones con la cintura muy ceñida creó la famosa línea trapezio la cual sería una silueta más fluida.

Durante los siguientes años, las colecciones que iba sacando Yves tuvieron mucho éxito en todas las ciudades del mundo. Tras abandonar la casa Dior con su última colección otoño-invierno, sacó una nueva que se consideró demasiado vanguardista. Además, simplificó todos sus diseños y comenzó a inspirarse en lo que solía llevar la gente por la calle en un día cualquiera. Yves comenzó a inspirarse en la juventud rebelde de aquellos tiempos, en el movimiento “beatnik”, movimiento juvenil que surgió a finales de los años 50 y principios de los 60 en la costa oeste de Estados Unidos. Yves fue el primero en diseñar una chaqueta de cuero, considerada como una pieza fundamental de la Alta costura y a su vez conocida como la icónica chaqueta “Chicago”.



*Imagen 37: nueva colección otoño-invierno. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*



*Imagen 38: chaqueta de cuero “Chicago”. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*

En ese mismo año, durante la Guerra de la Independencia de Argelia, Yves sufrió varios problemas por lo que se tuvo que ausentar, y tras esto eligieron renunciar de sus servicios. Tras esto, decidió junto a un amigo interponer una denuncia a la casa Dior por incumplimiento contractual y tras esto con ayuda del diseñador gráfico Cassandre crearon un logo para comenzar una nueva vida con su firma (Satué, 2010). Este, sería un logo a modo de monograma, en el que se incluirían sus tres iniciales entrelazadas, con un toque elegante a la par de moderno.



*Imagen 39: primer logo de Yves Saint Laurent. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*

En 1962 presentó su primera colección en la sede de la firma parisina en el n.º 30 de la Rue Spontini, con su marca, en la cual introdujo el chaquetón en las mujeres y lo combinó con un jersey grueso de lana, unos pantalones blancos y unos mules.

En ese mismo año, introdujo la gabardina (*trench coat*) eligiendo de nuevo al igual que la estética del abrigo, los códigos masculinos. En este primer diseño, optó por una manga raglán, dos hileras de botones a cada lado y un cinturón para acentuar más la cintura femenina.

En el año 1963 diseñó el vestuario para la conocida película *La pantera rosa* y el musical de Zizi Jeanmaire. Dos años más tarde, quiso seguir los pasos de Chanel y Poiret y lanzó su primera fragancia a la cual llamó "Y".

Tras el auge que estaba teniendo debido a su separación de la Maison de Dior, lanzar sus propias colecciones, salir en la revista Vogue y lanzar su primer perfume, la historia de la moda para Yves comenzó a cambiar.

En 1965, Yves creó una serie de vestidos icónicos los cuales se conocerían como Mondrian y estaban inspirados en la obra del pintor holandés Piet Mondrian. Esta sería una nueva colección presentada en las pasarelas y, además, contaba con la ayuda de

Roger Vivier, el cual fue el que le diseñó unos salones negros clásicos embellecidos con una hebilla cromada de gran tamaño para acompañar a sus vestidos. También decidió apostar por los vestidos de novia de punto, inspirados en las muñecas rusas conocidas como las *matrioskas*. Esta fue catalogada como la mejor colección y apareció en el número de septiembre de ese año de Vogue París. Estuvo protagonizado por los vestidos Mondrian de Saint Laurent, combinado con el célebre zapato diseñado por su amigo.

En 1966 Saint Laurent se convirtió en el primer modisto en abrir una tienda de *prêt-à-porter* bajo el nombre “Saint Laurent Rive Gauche”. Este acontecimiento fue tan importante que le llevó a abrir otras tiendas en Nueva York y Londres.

Marcó otro hito en el mundo de la moda con la presentación en la colección de otoño-invierno con el conocido esmoquin, reservado para los hombres, pero el decidió adaptarlo a los cuerpos femeninos. “Para una mujer el esmoquin es una prenda indispensable en la que siempre se sentirá elegante, no es una prenda de moda. Las modas se desvanecen, el estilo es eterno” (Ortega Burgos, 2022) .

En la colección primavera-verano de 1967 se inspiró en Frica y realizó sus diseños con telas como la rafia, la paja o el hilo dorado. Además, en esta nueva colección impulsó el traje-pantalón el cual supuso una novedad. Otras prendas destacadas de la nueva colección fueron la chaqueta sahariana y el mono.

En 1977 Yves lanzó un nuevo perfume el cual recibiría el nombre de Opium el cual hoy en día es de los perfumes más vendidos. Opium se corresponde con el arquetipo de la fémina seductora de los años 60 y 70, por lo que Yves dio con la frase perfecta gracias a su amigo Bergé: “Si Chanel liberó a la mujer, Saint Laurent le dio el poder” (Valencia Plaza, 2016).



Imagen 40 y 41: primer perfume Opium Yves Saint Laurent. Tomada de Vogue.

En 1982 Yves recibió el premio de la CFDA al mejor diseñador internacional, en 1985 un Oscar de la moda y en 1999 un Premio de Honor. En 1988 por primera vez en el mundo, un modisto exhibía un desfile de moda en la *Fete de l'Humanité*.

Tras muchos años de carrera, Yves decidió retirarse del mundo de la moda, el 31 de octubre de ese mismo año la casa de alta costura tapió sus puertas para siempre y el 1 de junio de 2008 falleció en París a la edad de 71 años. Una multitud de seguidores asistieron a su funeral. Finalmente, su amigo Pierre, el cual había compartido más de cincuenta años con él, decidió subastar la colección que había adquirido durante años y otras de sus muchas obras se exhibieron en el Grand Palais. El 22 de enero de 2022 se celebró el último desfile de moda de la marca despidiéndose finalmente de las pasarelas.

“Un diseñador que no es también un modisto, que no ha aprendido la mayor parte de la creación de sus modelos, es como un escultor que le da sus dibujos a otro hombre, un artesano” (Yves Saint Laurent, citado en OkDiario, 2021).

## CHRISTIAN LOUBOUTIN



*Imagen 42: Christian Louboutin con uno de sus zapatos más característicos. Tomada de Vogue.*

Es un diseñador de calzados francés y se le conoce por sus zapatos de lujo con tacón alto, los cuales poseen las suelas pintadas con laca de color rojo. Es una seña de identidad de sus zapatos.

Comenzó siendo un diseñador de moda por lo que trabajaba para casas de ropa de moda, pero pronto se decantó por su actual negocio ya que muchas de las clientas de su anterior

trabajo fueron excelentes clientas a la hora de comprar sus zapatos. “Nunca tuve el sueño de ser un gran diseñador. Mi objetivo era hacer las cosas bellas” (Christian Louboutin, citado en Frasesgo, 2019).

Loubotin se asoció con diferentes organizaciones para distintos proyectos en los que se incluían la producción de series de edición limitada, exposiciones en galerías y bares exclusivos. Su línea ha ido creciendo con calzados para cualquier persona, bolsos, perfumes y cosméticos.

Christian comenzó a realizar bocetos de zapatos durante su adolescencia y recibió formación en la Academie d'art Roederer. Pronto empezó su fascinación por los zapatos y en 1976 acudía a numerosos museos en busca de información. Vio un cartel africano en el que indicaba cómo se les prohibía a las mujeres llevar tacones de aguja altos por miedo a dañar los suelos de los edificios. Louboutin se quedó con esta idea y más tarde la utilizó en sus diseños: “quería crear algo que rompiera las reglas y que hiciera que las mujeres se sintieran seguras y empoderadas” (Christian Louboutin citado en 100frases, 2019).

Tras un viaje a Egipto en el que realizó más diseños, decidió llevar sus dibujos a las principales casas de alta costura y conoció a Roger, inventor del *stiletto* o zapato de tacón de aguja. Louboutin paso a ser su aprendiz.

Christian empezó a diseñar zapatos de mujer para Chanel o Yves Saint Laurent hasta que en 1991 decidió montar su propia empresa. En este mismo año, abrió un salón de zapatos en París con una primera cliente muy especial como lo era la Princesa Carolina de Mónaco y otras figuras del mundo de la música, como Cristina Aguilera o Britney Spears.

Louboutin se sitúa en el índice de Estado de las Marcas de Lujo y fueron de prestigio sus colecciones durante tres años. En 2011 fue la marca de zapatos más buscada en Internet. Por ello, recibió en 2019 un premio del Consejo de Costura al Arte de la Moda en la ciudad de Nueva York y en el 2020 Louboutin organizó una exposición para celebrar su 30.º aniversario dirigiendo la marca de zapatos más conocida del mundo.

Lo más caracterizado de sus zapatos es la suela lacada en color rojo y la altura de los tacones que eran de 120 mm. Su objetivo era “hacer que una mujer parezca sexy, hermosa, que sus piernas parezcan tan largas como puedan” (Christian Louboutin, citado en Vogue, 2020). Sus diseños se asocian con los trajes de noche más elegantes, en los que incluye correas con joyas, lazos, plumas, charol y otros toques decorativos.

Las suelas lacadas se crearon por primera vez en 1993, ya que él creía que a sus zapatos les faltaba algo de energía. Tras ver que su compañera llevaba las uñas pintadas de rojo decidió probar el esmalte en la suela de sus zapatos hasta conseguir el éxito que él estaba buscando. Además, la suela roja de sus zapatos está protegida como marca en varios países en los que en muchas ocasiones se ha visto obligado a tomar medidas contra sus derechos de violación de marca.

En 2003 decide expandir más su negocio, vendiendo bolsos y carteras, incluso calzado masculino.

En 2012 se asocia con Batallure Beauty LLC para lanzar Christian Louboutin Beauty y poder entrar en el mercado de la belleza de lujo. Al año siguiente lanzaría una laca de uñas del mismo color que las suelas de sus zapatos y abriría 15 boutiques en Estados Unidos.



Imagen 43: logotipo de Christian Louboutin. Tomada de Vogue.

En 2015 amplía su gama de productos de belleza con una colección de barras de labios también del mismo color como principal. Para el *packaging* de las barras se inspiró en la arquitectura babilónica y las antigüedades del medio oriente. En el 2017 amplía su gama llegando incluso a los 38 tonos, divididos en tres colecciones.



Imagen 44: colección primeros pintalabios Christian Louboutin. Tomada de Vogue.

También en el año anterior, entró al mercado de los perfumes con el lanzamiento de tres fragancias con notas de jazmín y nardo, rosas y *cassis* y notas de pachuli y ámbar. Los diseños de sus perfumes fueron diseñados por Heatherwick, diseñador del pebetero olímpico de 2012.



Imagen 45: colección perfumes Louboutin. Tomada de Vogue.

En el 2012, Disney le encargó unos zapatos inspirados en los de la Cenicienta para complementar el lanzamiento de su nueva película. Tan solo realizó 20 unidades limitadas. También creó una serie de Barbie Louboutin, la cual se agotó el primer día de

su lanzamiento. Además, en el 2020 diseñó una plataforma digitalizada en la que los consumidores más interesados podían crear un avatar e ir eligiendo los zapatos y accesorios que más le gustasen.

En todo el mundo tiene 150 tiendas repartidas entre tiendas propias y tiendas de departamento, además de tiendas dedicadas solo para hombres, ya que en el 2003 decidió expandir más su negocio vendiendo bolsos y carteras incluso calzado masculino. Tras tanto revuelo con la marca Louboutin, es acusado de comprar bolsos realizados a mano por artesanos mayas en México por 13 dólares y venderlos a 1.470 dólares.

Louboutin destaca en la cultura popular por ser sus creaciones mencionadas en series como *Sex and the City*, *Gossip Girl*, *Breaking Bad*... o por gente conocida mundialmente como Beyoncé, la cual decidió llevar unas botas hechas por Louboutin a medida con flecos holográficos para su actuación en Coachella en 2018.



## 5. ESTUDIO DE CASO

A continuación, tras el contexto estudiado, se analizarán una serie de carteles y elementos publicitarios relacionados con los personajes más importantes del mundo de la moda francesa desde finales del siglo XIX y principios del XX. El objetivo es constatar la presencia de los rasgos más característicos de la moda de cada figura, en consonancia con los rasgos artísticos imperantes en cada momento.

### 5.1. ANÁLISIS DE LAS OBRAS

#### JEANNE PAQUIN



Imagen 46: primer cartel de Jeanne Paquin.  
Tomada de Meister Drucke.

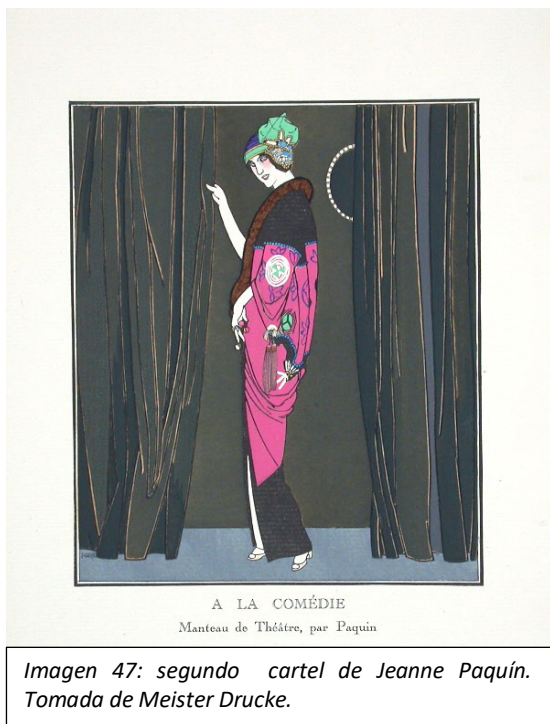
La primera imagen corresponde a un anuncio que realizó Daniel de Losques dibujante y diseñador de carteles francés y destacado caricaturista, para su negocio. La imagen apareció en la revista *Fantasio* de marzo de 1913.

Podemos observar los colores blancos que es el color que predomina en la imagen, además de los grises azulados y el marrón. De esta forma llama la atención del público ya que el centro está formado por colores más suaves y el fondo y alrededores por colores más oscuros, dando así un toque llamativo a la imagen central del cartel.

En la imagen encontramos a una mujer en forma de maniquí que se está mirando en el espejo y tras ella una gran cantidad de telas, dando a entender que nos encontramos en el taller de costura de Madame Paquin, “princesa de la costura”, título que recibe la imagen. La modista obtuvo la condecoración de la *Legión de Honor*, con la que aparece

la figura. Se trata de una imagen que acompañaba un artículo dedicado a la modista que acababa de ser galardonada con el máximo reconocimiento de la cultura francesa.

La corriente artística a la que pertenece este diseño es al Art Nouveau, conocido en España como Modernismo. Entre los rasgos propios del momento se pueden destacar las líneas asimétricas o la influencia oriental procedente de la estampa japonesa en los contornos marcados y el trazo empleado.



Esta segunda imagen es una ilustración para la revista de moda *Gazette du Bon Ton*, realizada por por Xavier Gosé, dibujante y pintor español y uno de los mejores ilustradores modernistas, en 1912. En este cartel, observamos colores vivos como el rosa, el morado o incluso el verde, destacando la imagen de la mujer sobre el fondo. La mujer está agarrando una cortina de color oscuro, dando a entender su acceso a una sala de teatro, como indica el título *A la comédie*.

La pieza representada es, como indica el texto de la imagen, un abrigo para el teatro, pieza muy colorida y con motivos ornamentales de carácter oriental. Destaca también el tocado de la mujer. El carácter lujoso y los rasgos orientales recuerdan a la influencia de los *ballets* rusos y a los diseños orientalistas de Paul Poiret. En el Metropolitan Museum de Nueva York se conserva una pieza en seda muy semejante a la representada.

## PAUL POIRET



*Imagen 48: cartel de Paul Poiret. Tomada de Original Poster Barcelona.*

Este cartel de Paul Poiret fue una obra realizada por él mismo. En él observamos que utiliza los tonos más cálidos como son los diferentes tipos de marrones, le dan un fondo con un marrón oscuro y al vestido un marrón claro con algunos tonos oscuros. Además, en este cartel ha querido llamar la atención de otra forma distinta como es el color del pelo de la mujer, donde en aquella época no estaban bien vistos los colores tan llamativos.

En el cartel, podemos observar una mujer posando o incluso podríamos decir que se está probando el diseño, ya que la pose que tiene es de que se ve bien con el vestido. El vestido está formado por varias capas para darle forma al cuerpo de la mujer, realizado

con tablas para que tenga más fluidez y además como complemento un collar de perlas que también hace de cinturón. En este vestido opta por el cuello alto ya que así de esta forma le aporta más romanticismo y elegancia al traje, medias de rejilla las cuales se llevaban mucho en esta época y como no, un zapato de salón negro.

La corriente artística de este cartel también es el Art Déco, ya que utiliza una estética clásica, simétrica y rectilínea, le da mucho el colorido en todos sus diseños y, además, otro punto a destacar es que siempre solía pintar figuras femeninas dándole de esta forma cierto poder a la mujer en aquella época.

## COCO CHANEL



*Imagen 49: primer cartel de Coco Chanel. Tomada de Pinterest.*

Este primer cartel, fue realizado por Sem, un ilustrador, cartelista, caricaturista, columnista social y además escritor francés. El estilo de Sem era sencillo y elegante, con trazados muy finos y colores en tonos pastel para que la imagen tuviese las mismas proporciones de colores y su objetivo era que toda la imagen fuese importante.

Este cartel como observamos, nos encontramos a una mujer que está observando el perfume de Chanel n.º 5.

Vemos colores claros como el amarillo que es el color verdadero del perfume y el

vestido de la mujer en tonos azules. Además, el fondo es de colores claros como el beige para que así de esta forma destaquen a la perfección las dos imágenes que vemos en el cartel.

La corriente artística a la que pertenece el cartel es al Art Déco, con líneas rectas, y orgánicas, con un trazado muy fino marcando cualquier detalle como, por ejemplo, los pliegues del vestido, la sombra de la mujer en el suelo o pared y los reflejos en el frasco de colonia. También, quiere hacer un enfoque a la mujer moderna ya que el vestido que lleva sería uno de los diseños de la propia Chanel. Un vestido juvenil ya que va justo por la rodilla, dándole un toque “cabaretesco” por los flecos que lleva en la parte de abajo y también dándole un toque de señora ya que el propio vestido incluye un pañuelo el cual va rodeando el cuello de la mujer.

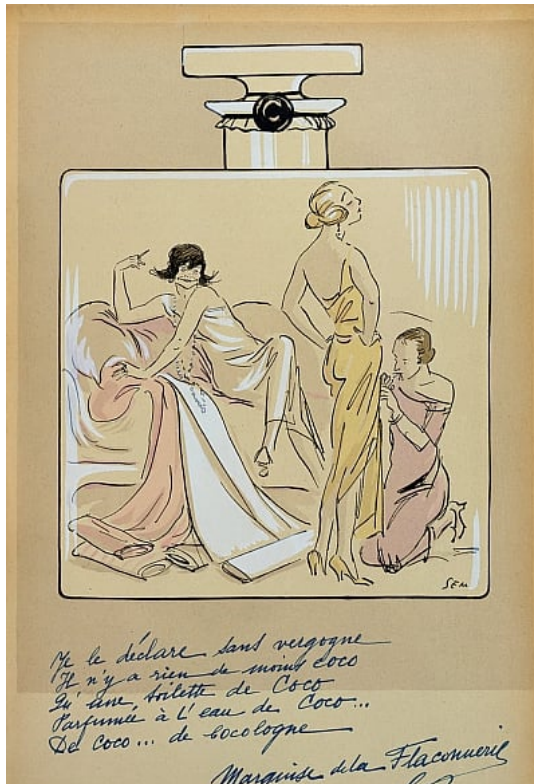


Imagen 50: segundo cartel Coco Chanel. Tomada de Pinterest.

Sem volvió a realizar un cartel para Chanel, en este caso una ilustración a modo de caricatura, en la que representa a 3 mujeres dentro del frasco del perfume más reconocido de la marca. También apuesta por lo sencillo y elegante como en el anterior cartel, con colores cálidos y que le den la misma importancia a toda la imagen y en este caso apuesta por los rosas y los tonos tierra para semejar el mismo color de la fragancia con el fondo de la caricatura.

En la imagen observamos a tres mujeres metidas dentro del frasco de perfume. Supuestamente es la propia Chanel la que

está haciéndole algunos retoques al vestido de la chica que está de pie mientras la otra espera. Vemos que se encuentran en un taller, ya que se ven telas.

Los diseños de Chanel siempre eran sencillos y elegantes, sus objetivos principales a la hora de diseñar. Quería que la mujer mostrara en todas sus creaciones los hombros, el cuello y los brazos para poder verse más sexy aún. Así puede observarse en la imagen, en los vestidos representados.

La corriente artística a la que pertenece la caricatura es al Art Déco, que apuesta por un estilo clásico, simétrico y con líneas rectas y busca siempre la representación de la mujer femenina. El trazo sencillo pero preciso y el contraste de las figuras sobre el fondo neutro, pueden recordar a la estampa japonesa, cuya influencia fue muy importante en la época.

Finalmente, debajo de la imagen Sem decide escribir una dedicatoria a Chanel ya que era una diseñadora referente en aquel momento y además tenía una gran admiración por ella y por sus diseños.

## YVES SAINT LAURENT



Imagen 51: cartel Yves Saint Laurent. Tomada de Vogue.

Esta imagen fue portada de la revista Vogue en septiembre de 1966, con el vestido Mondrian que el propio diseñador Yves Saint Laurent realizó en honor al pintor holandés. En la imagen vemos una mujer llevando el propio vestido que es de estilo vanguardista, formado por cuadrículas de líneas en diferentes colores, siguiendo los motivos de las obras de Mondrian, casi como si fuera uno de sus cuadros para vestir. También, podemos encontrar el famoso zapato de salón en color negro que fue un imprescindible en todos los diseños de Yves

Saint Laurent. Además, la portada incluye la tipografía de Vogue en tonos verdes para resaltar la imagen y unas pequeñas frases en tonos negros y morados sobre un fondo blanco. Con todo, lo que más resalta para que se pueda visualizar perfectamente es la imagen de la mujer, situada en diagonal, generando sensación de movimiento, dinamismo y desequilibrio, llamando mucho la atención.

Mondrian, pintor vanguardista del siglo XX, fue el creador del Neoplasticismo. Evolucionó desde el naturalismo y simbolismo hasta la abstracción geométrica característica de su estilo que, gracias a su colega Van Doesburg, se extendió al ámbito de las artes gráficas y decorativas.

El vestido reflejado es un vestido tipo cóctel, de líneas rectas, muy acorde con la moda de los años 60, dentro de la colección que Saint Laurent lanzó en 1965. Las fotografías fueron tomadas por David Bailey y el vestido se convirtió en una pieza emblemática. Tal es así que ha sido copiado en numerosas ocasiones.

## CHRISTIAN LOUBOUTIN

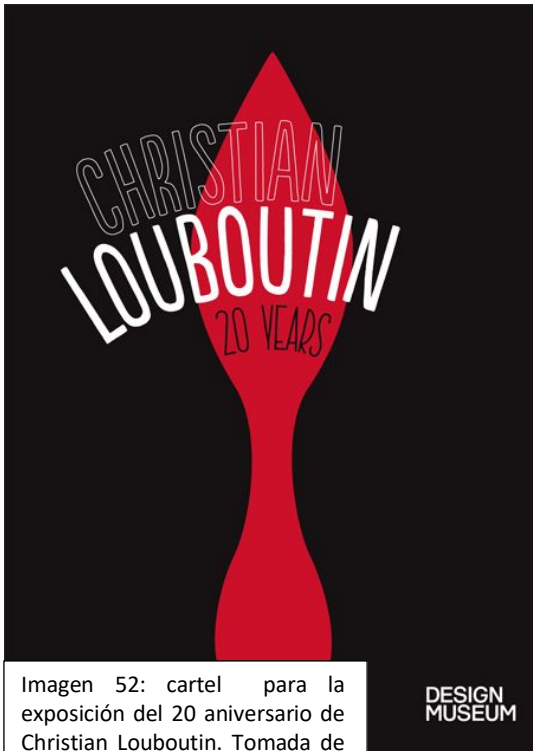


Imagen 52: cartel para la exposición del 20 aniversario de Christian Louboutin. Tomada de Diario del Viajero.

Este cartel fue realizado en enero del 2020 para la exposición de los 20 años de Christian Louboutin. En él, observamos un fondo negro sobre el que destaca la suela de uno de sus zapatos característicos lacados en rojo, el nombre y apellido del diseñador y los 20 años que lleva trabajando como diseñador, principal objetivo del diseñador en este cartel.

Fue un cartel para el Design Museum de Londres, haciendo memoria a los 20 años de carrera de Loubotin.

El cartel es muy simple pero efectivo, pues recurre a una representación sencilla de la silueta del zapato lacado del diseñador, apenas esbozada pero perfectamente reconocible. Así, se apuesta por la forma icónica de la suela de los zapatos sobre la que se inscribe, en una tipografía de palo seco, el nombre del diseñador y la referencia a sus 20 años de trabajo. El juego cromático del blanco y el rojo destacando sobre el fondo negro, genera un contraste muy llamativo para el espectador.

Finalmente, este último cartel relacionado con Christian Louboutin fue para una exposición que se realizó en el Palais de la Porte Dorée de París en el 2020.

En la imagen podemos ver un zapato de color rojo con una especie de bolo de color blanco en su interior simulando la pierna de la mujer. La obra casi parece más una escultura, como un trofeo, más que un zapato real. De fondo, una composición de tipo floral abstracta.



Imagen 53: cartel para una exposición privada de Christian Louboutin. Tomada de Diario del Viajero.

Destaca el color rojo del zapato, el color fundamental del diseñador y con el que ha destacado siempre en la elaboración de sus zapatos. Este destaca sobre los tonos blancos y grises del resto de la imagen, contrastando y llamando la atención. La tipografía con el nombre y apellidos del diseñador también va en rojo y negro, empleándose un tipo sencillo pero que no sigue la misma línea, generando dinamismo. Es una tipografía simple pero moderna y llamativa. El nombre de la exposición

“L’Exhibitionsite”, aparece con una tipografía simulando estar dibujada a mano alzada, especialmente la segunda

parte en color rojo, como si fuera pintado con la laca de uñas que fue el germen de la suela roja de sus zapatos.



## 6. CONCLUSIONES

La moda la cual todos conocemos y es característica en el día a día de cada persona expresa los valores y características que definen una época. En este caso, hemos comenzado definiendo el concepto de moda desde el principio cuando la gente llevaba siempre la misma ropa y no sabían que podía haber detrás de cada prenda y el paso tan grande que llegarían a dar después de los comienzos y todo gracias a los primeros carteles que se realizaron para que la gente pudiese comprar ese tipo de prendas. Todo comenzó en el llamado ciclo moderno donde se reconstruye la estructura demográfica de la sociedad y donde además se declaró el principio universal de libertad indumentaria.

La moda es reflejo de la sociedad cambiante y surge como un medio de expresión comunicación e identificación social. Con esto nos referimos a que la forma en la que vestimos expresamos la forma que tenemos de pensar, nuestros gustos o la forma de cada persona. También la innovación de colores, estilos o complementos que se le pueden dar a cada estilismo y todo ello reflejado en cada uno de los diferentes diseñadores del momento, dando además nuevas prendas que llamarían la atención del público. Por eso, nos hemos introducido en cómo comenzó el desarrollo de la moda en Francia, conociendo y analizando a sus diseñadores más característicos como son Jeanne Paquin primera mujer diseñadora del momento, Paul Poiret conocido como el rey de la moda y causante de la liberación de la mujer con el corsé, Coco Chanel diseñadora francesa de alta costura y creadora de su propia marca Chanel, Yves Saint Laurent el cual revolucionó el estilo femenino y Christian Louboutin que estilizó a la mujer con sus peculiares calzados con la suela lacada en rojo.

Finalmente, tras conocer a sus diseñadores más significativos, hemos estudiado sus características más representativas y su idea principal de moda en algunas producciones publicitarias, analizando cada diseño.

Así, el objetivo general que se fijó para el trabajo era el conocimiento y análisis de los principales diseñadores de moda franceses entre finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, hasta mediados de siglo, que se ha logrado en el punto 4.3 del trabajo. Además, al definir el contexto, se ha dado respuesta a los objetivos secundarios, como eran definir el concepto de moda y conocer el desarrollo de la moda en Francia y las peculiaridades de los diseñadores más significativos. Finalmente, en el apartado 5 del trabajo se ha estudiado el reflejo de los principales diseñadores y su idea de la moda en las producciones publicitarias de su época.

De este modo puede decirse que se han logrado los objetivos fijados inicialmente y dado respuesta a las preguntas planteadas, especialmente la definición de moda y el conocimiento de los principales diseñadores franceses, aumentando mi conocimiento respecto al tema.

¿Y tú? ¿Cuánto sabes de moda?

## 7. BIBLIOGRAFÍA

A. (2014, 20 agosto). *Un paseo por las campañas publicitarias más históricas de Chanel nº5*. Tendencias.

Betobé, P. (2015, 7 abril). *Un siglo que transformó la moda y la belleza (I)*. Expo Fashion Magazine; Paul Poiret de <https://www.expofashionmagazine.com/n-/es/9312/un-siglo-que-transformo-la-moda-y-la-belleza-i>

*Biografía de Coco Chanel* (2022) de <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/c/chanel.htm>

Block, M. (2021). *All about Yves: Saint Laurent and Yves Saint Laurent*. The french review, 95(2), 99–110.

Cerrillo Rubio, L. (2019). *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*. Donostia-San Sebastián: Nerea.

Cerrillo Rubio, L. (2019). *Moda y creatividad*. Donostia-San Sebastián: Nerea.

*Christian Louboutin* - Wikipedia, la enciclopedia libre (2022) de [https://es.wikipedia.org/wiki/Christian\\_Louboutin](https://es.wikipedia.org/wiki/Christian_Louboutin)

*Coco Chanel, un icono de la moda del siglo XX* (2022) de [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/coco-chanel-icono-moda-siglo-xx\\_17557](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/coco-chanel-icono-moda-siglo-xx_17557)

*Coco Chanel* - Wikipedia, la enciclopedia libre (2022) de [https://es.wikipedia.org/wiki/Coco\\_Chanel](https://es.wikipedia.org/wiki/Coco_Chanel)

D. (2015, 26 marzo). *Gazette du bon ton. Vestuario escénico* de <https://vestuarioescenico.wordpress.com/2015/03/20/gazette-du-bon-ton/>

Duncan, A. (1994): *El art Déco*. Barcelona: Destino.

Fontán del Junco, M. (ed.) (2014). *Depero futurista, 1913-1950*. Madrid: Fundación Juan March.

Gallart, V. (2021). *Viaje a través de la moda: diseñadores, iconos y estilos de los siglos XX y XXI*. Barcelona: Alba Editorial.

Gompertz, W. (2014). *¿Qué estás mirando? 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos*. Madrid: Taurus.

Hormigo, S. (2015, 16 junio). *Elegancia y estilo: las frases más famosas de Coco Chanel*. Enfemenino de <https://www.enfemenino.com/mujer-hoy/album1137627/frases-celebres-de-coco-chanel-0.html#p1>

*Jeanne Paquín, la primera diseñadora (con fuerza)* (2010), de <https://vistelacalle.com/23722/jeanne-paquin-la-primera-disenadora-con-fuerza/>

*Jeanne Paquín* (2021), de <http://conchamayordomo.com/2021/02/07/jeanne-paquin/>

*Jeanne Paquín* - Wikipedia, la enciclopedia libre (2022), de [https://es.wikipedia.org/wiki/Jeanne\\_Paquin#:~:text=Jeanne%20Paquin%20\(Saint%2DDenis%2C,negocio%20de%20la%20moda%20moderna.](https://es.wikipedia.org/wiki/Jeanne_Paquin#:~:text=Jeanne%20Paquin%20(Saint%2DDenis%2C,negocio%20de%20la%20moda%20moderna.)

*La historia de Yves Saint Laurent* (2022), de <https://enriqueortegaburgos.com/la-historia-de-yves-saint-laurent-1/>

Laver, J. (2017). *Breve historia del traje y la moda*. Cátedra.

Leymarie, J. (2010). *Chanel*. Nueva York: Gracie Abrams.

“*Louboutin and Christian Louboutin*”. (2018). *lic - international review of intellectual property and competition law*, 49(7), 878.

Menkes, S. (2019). *Yves Saint Laurent Catwalk*. Londres, Nueva York: Thames and Hudson.

*Modapedia de Paul Poiret* (2020, 23 julio) de <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/paul-poiret/301>

Padilla, P. (2020, 2 agosto). *Yves Saint Laurent: Quién fue el diseñador, historia y películas de su vida*. Vogue de <https://www.vogue.mx/moda/articulo/yves-saint-laurent-biografia-y-peliculas-que-retratan-su-vida>

Oliveira, A. C. D. (2008). Inter-relações: *Yves Saint Laurent, transcriador da neoplástica moderna*. *Dobra[s] – revista da associação brasileira de estudos de pesquisas em moda*, 2(4), 46.

*Paul Poiret* (2022). Wikipedia, la enciclopedia libre, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Paul\\_Poiret](https://es.wikipedia.org/wiki/Paul_Poiret)

Satué, E. (2010). *El diseño gráfico. Desde los carteles hasta nuestros días*. Alianza Forma.

Worsley, h. (2013). *100 ideas que cambiaron la moda / 100 ideas that changed fashion*. Blume.

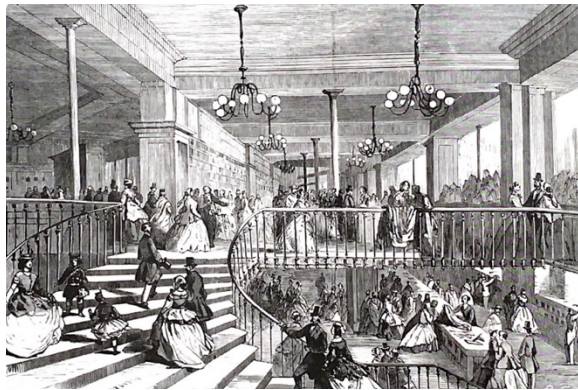
Zarembo, I. (2018). *Art deco style's features in the textile works of designers Sonia Delaunay and Paul Poiret*. *Society. Integration. Education. Proceedings of the international scientific conference*, 4, 530–541.

## 8. ANEXOS



*Imagen 54: fotografía de Las Señoritas de Avignon, en el estudio de Jacques Doucet en Neuilly. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*

*Imagen 55: Almacenes Printemps, 1865. Publicado en L'illustration, Journal Universel, el 28 de octubre de 1865. El grabado presenta una vista espectacular de la escalera central e incide en la utilización de los nuevos materiales hierro y cristal empleados en estas modernas tipologías arquitectónicas. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*



*Imagen 56: Louis Haghe, Ceremonia de apertura de la Exposición Universal de Londres, 1851. En esta primera exposición Universal de Londres, Francia, fue el único país que, además de tejidos, expuso moda. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*



*Imagen 57: Retrato de La Marquesa de Pompadour, 1756. El extraordinario vestido a la francesa que luce la marquesa está confeccionado con tejidos nacionales de la más alta calidad y estructurado mediante un cuerpo con corsé emballenado y falda ahuecada. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*



*Imágenes 58 y 59. Vestido a la francesa, 1775. Damasco de seda blanco. Torno a la francesa, 1780. Brocado de seda, Instituto de la indumentaria de Kioto. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*



*Imagen 60: Vestido de día de verano, 1872. Algodón estampado. Los empresarios pusieron en marcha los almacenes de novedades. Tuvieron una gran inteligencia comercial a la hora de adaptar el negocio a las necesidades de sus clientes. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*

*Imagen 61: Vestido de fiesta, 1867. Tafetán de seda. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*







*Imagen 62, 63 y 64: Vestido de día, 1869. Seda y algodón. Perfección de la costura y la precisión en el patronaje.*

*Satén y cuentas de vidrio, 1913. Este diseño termino siendo un experimento extraordinario para conjuntos de noche.*

*Seda y abalorios, 1925. Este vestido de tarde representa una de las propuestas más modernas de la exposición parisina de 1925. Aparente sencillez en el diseño, incluyendo el color negro y bordados con motivos orientales. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*



*Imagen 65 y 66: Galerías Lafayette y los Grands Magasins du Louvre. Sus pabellones reunían una compleja amalgama de influencias, reveladoras de la riqueza de un tipo de pensamiento figurativo.*

*Pabellón de la elegancia, exposición de modelos pertenecientes a las casas de la moda. Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industrias Modernas, París, 1925. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*



*Imagen 67: Le Corbusier, Sala de estar, Pabellón L'Espiri Nouveau Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industrias Modernas, París, 1925. Llamativa por la sobriedad, entre tanta decoración. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*

*Imagen 68: Salón de desfiles, Maison Chanel, París. El escenario dedicado a la presentación de las colecciones se concibe como un moderno salón de espejos, proclive a una repetición infinita y eterna de los modelos. Al fondo, la gran escalera cuyos espejos facilitaban el control de los desfiles y la visualización de las clientas. Tomada de Cerrillo Rubio (2018).*





*Imagen 69, 70 y 71: Le petit robe noire, figurín publicado en la revista Vogue, noviembre, 1926.*

*Coco Chanel, conjunto de vestido y abrigo, 1929, tweed y gasa de seda.*

*Coco Chanel, Collares, 1920-1950, piedras de cristal multicolores, perlas falsas y metal dorado, Colección Chanel, París. Tomada de Cerrillo Rubio (2028).*

## 8.1. MATERIAL CARTEL



Imagen 72: Cartel de Valentino, Baldenuit para Masqué y Travesti. Tomada de Los carteles; su historia y su lenguaje (2000).

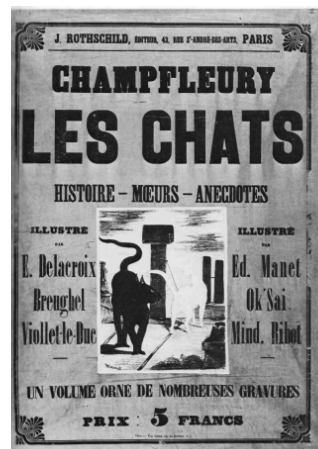


Imagen 73: Jules Chéret, Les Girard, 1979. Tomada de Los carteles; su historia y su lenguaje (2000).



Imagen 74: Edouard Manet, Champleury, Les Chats, 1896. Tomada de Los carteles; su historia y su lenguaje (2000).



Imagen 75: Ramón Casas, Anís del Mono 1898. Tomada de Los carteles; su historia y su lenguaje (2000).



Imagen 76: Manuel Gropius, *La Maison Modrene*, 1905. Tomada de *Los carteles; su historia y su lenguaje* (2000).



Imagen 77: Bradbury Thompson, *Flower Child*, 1967. Tomada de *Los carteles; su historia y su lenguaje* (2000).



Imagen 78: Cassandre, *Dubo – Dubon – Dubonnet*, 1934. Tomada de *Los carteles; su historia y su lenguaje* (2000).



Imagen 79: Boris Prusakov, *Corro a ver la embestida de Khaz*, 1927. Tomada de *Los carteles; su historia y su lenguaje* (2000).



Imagen 80: Cassandre, Wagon – bar, 1932. Tomada de Los carteles; su historia y su lenguaje (2000).

Imagen 81: Ludwing Hohlwein, Hermann Scherrer, 1911. Tomada de Los carteles; su historia y su lenguaje (2000).



Imagen 82: M. Dudovich, Olivetti. Tomada de Los carteles; su historia y su lenguaje (2000).

## 8.2. MATERIAL DISEÑADORES



*Imagen 83: Audrey Hepburn con el vestido negro de Coco Chanel. Tomada de Vogue.*



*Imagen 84 y 85: Primeras revistas Vogue con vestidos y zapatos de Yves Saint Laurent. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*

*Imagen 86: Abrigo plisado Yves Saint Laurent. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*

*Imagen 87: Esmoquin Yves Saint Laurent. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*



*Imagen 88: Chaqueta sahariana en un desfile en 1967. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*



*Imagen 89 y 90: Premio CFDA al mejor diseño internacional y primer desfile de mosa en Fete de l'Humanité. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*





*Imagen 91: Vestido más conocido de toda la carrera de Yves Saint Laurent. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*



*Imagen 92: Colección vestidos de noche de Yves Saint Laurent. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*

*Imagen 93: Vestidos más característicos de una de sus colecciones. Yves Saint Laurent. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*





*Imagen 94 y 95. Actriz Audrey Hepburn con la gabardina de Yves Saint Laurent en la película Desayuno con Diamantes. Tomada de Vogue.*



*Imagen 96: Yves Saint Laurent junto a una modelo realizando retoques en uno de sus vestidos con más éxito. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*



*Imagen 97: Fundación Pierre Bergé-Yves Saint Laurent. Tomada de Enrique Ortega Burgos; la historia de Yves Saint Laurent.*



*Imagen 98: Zapato de Cenicienta diseñado por Christian Louboutin. Tomada de Zankyou.*

*Imagen 99. Bolso más icónico de Christian Louboutin. Tomada de Mi Bolso de Lujo.*



*Imagen 100: Bolso icónico con el logotipo incrustado en la piel de Christian Louboutin. Tomada de Vogue.*





*Imagen 101: Barbie Christian Louboutin. Tomada de Vogue.*



*Imagen 102: Zapatos de Christian Louboutin en la serie Sex on the City. Tomada de Trend Survivor.*



*Imagen 103: Zapato más característico de Christian Louboutin. Tomada de Vogue.*