

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 COMO FORMA DE
COMUNICACIÓN**

(Trabajo de disertación)

SHEILA JAUREGUI DIEZ

Tutor/a académico/a: Jesús Félix Pascual Molina

SEGOVIA, julio de 2022

Resumen

La actual investigación estudia cómo la industria de la moda ha estado presente en la historia prácticamente desde sus inicios, así como su evolución especialmente en el siglo XX, a partir de dos momentos clave en la historia como son el fin de la Revolución Industrial y los locos años 20. Para analizar las tendencias de moda de dichos períodos, se ha contextualizado la sociedad no sólo en España, sino también a nivel internacional, puesto que es un perfecto reflejo de la mentalidad y situación social, económica y política existente en cada momento. De esta manera, se ha realizado una comparativa de la moda a lo largo de las distintas épocas, a la vez que se han analizado los estilos de grandes diseñadores que han marcado un antes y un después en la historia de la moda. Tras dicho análisis, se puede afirmar que la moda se ha visto influenciada por la tendencia de cada momento y se ha adaptado a las fluctuaciones de la historia, además de marcar los límites y reflejar cada sociedad en su esencia a través de las prendas y accesorios como medio de expresión personal.

Palabras clave: moda, comunicación, publicidad, evolución, historia.

Abstract

This research studies how the fashion industry has been present in history practically since its inception, as well as its evolution, especially in the 20th century, from two key moments in history such as the end of the Industrial Revolution and the *roaring twenties*. To analyze the fashion trends of these periods, society has been contextualized not only in Spain, but also internationally, since it is a perfect reflection of the mentality and social, economic and political situation existing in each period. In this way, a comparison of fashion throughout the different eras has been made, while the designs and styles of great designers who have marked a before and after in the history of fashion have been analyzed. After this analysis, it can be affirmed that fashion has been influenced by the trend of each moment and has adapted to the fluctuations of history, in addition to marking the limits and reflecting each society in its essence through garments and accessories. as a means of personal expression.

Keywords: fashion, communication, advertising, evolution, history.

Índice

1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	2
1.1. Introducción del trabajo.....	2
1.2. Justificación del tema.....	3
1.3. Objetivos de la investigación.....	4
2. CAPÍTULO II: ¿Qué es la moda?	4
3. CAPÍTULO III: Evolución de la moda	6
3.1. 1911: Paul Poiret.....	8
3.2. Los Locos Años 20.....	11
3.3. Década de los años 30: Elsa Schiaparelli.....	14
3.4. 1947: Christian Dior.....	16
3.5. 1954: Karl Lagerfeld.....	17
3.6. Años 60: Mary Quant.....	18
3.7. 1961: Roy Halston Frowick.....	19
3.8. 1966: Yves Saint Laurent.....	20
3.9. 1976: Calvin Klein.....	21
3.10. 1978: Miuccia Prada.....	23
3.11. 1982: Rei Kawakubo.....	25
3.12. 1992: Marc Jacobs.....	26
3.13. La moda de los 2000.....	29
5. CAPÍTULO IV: Moda y publicidad	32
6. CAPÍTULO V: Conclusiones	34
7. REFERENCIAS	35

1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción del trabajo

Históricamente, la moda ha sido utilizada como un medio de expresión personal, pero no debe caer en el olvido el impacto que la misma ha tenido en la sociedad. Es un elemento gracias al cual podemos ver resquicios de otras épocas, comprendiendo a través de estas prendas y complementos cómo eran las sociedades y los modos de vida en distintas épocas.

Es por ello por lo que este trabajo pretende analizar cómo a través de la moda se moldean las sociedades del siglo XX. Este ha sido uno de los ejes centrales que nos ha permitido caracterizar las diversas civilizaciones a lo largo de su historia. Es una herramienta esencial a la hora de poder comprender una sociedad en su esencia, puesto que al ojo no entrenado las tendencias pueden parecer fútiles y siempre cambiantes mientras que la moda es el tempo que ordena los ritmos caprichosos de las distintas épocas y a su vez, el legado que nos queda de las mismas.

Este trabajo distingue cada época con sus características y diseñadores que han tenido importancia a lo largo de la historia, especialmente en el siglo XX. En primer lugar, se definen los conceptos de moda y vestimenta para aportar un marco contextual al análisis de las épocas a través de la moda. Se trata a la moda como una evolución de la sociedad que refleja los cambios que se producen en ella, y, por consiguiente, de cada individuo, quienes además manifiesta su identidad, estilo y su ser, sin dejar de lado las tendencias existentes en un momento histórico determinado.

Posteriormente, se analizan en mayor profundidad los años clave de la historia de la moda contemporánea, así como los diseñadores que marcaron un antes y un después en cada momento histórico y el legado que han dejado en la sociedad. La historia de la moda se sitúa en su nacimiento como una clasificación social. Se puede ubicar en el siglo XVIII, en la corte francesa, considerada una de las máximas expresiones del lujo en Europa. Se destacarán dos momentos significativos en la historia de la moda, siendo el primero la revolución industrial, en la que la moda adquirió un papel fundamental y las clases dominantes buscaban diferenciarse del resto a través de la vestimenta. Y con

ello surgió el nacimiento de las primeras industrias textiles (Grupo de Análisis de la Comunicación, 2008). El segundo momento histórico en el que se produjeron grandes cambios sociales fueron los denominados “locos años 20”, una década en la que la sociedad comenzó a reflejar liberación, rompiendo con los cánones establecidos en décadas anteriores.

En el siglo XXI, cabe destacar los avances tecnológicos y la importancia de plataformas como las redes sociales en los que la moda ha pasado a difundirse en todos los aspectos, dando lugar a nuevos referentes, “*influencers*”, quienes, a través de medios de comunicación como los blogs o las redes sociales, muestran las distintas tendencias y estilos vigentes en la actualidad. Tanto Internet como las redes sociales se han convertido en el medio idóneo para reflejar los constantes cambios que se producen en la sociedad, y con ello, en la moda, dando lugar a estilos y tendencias que rompen completamente con los establecidos en años anteriores.

Finalmente, en la conclusión, se valora el grado de consecución de los objetivos establecidos anteriormente. Además, se incluye el listado de referencias consultadas para la realización del trabajo.

1.2. Justificación del tema

Tanto la moda como la publicidad y la comunicación son sectores que están en constante cambio, por ello es interesante estudiar la retroalimentación que existe entre estos tres conceptos y la vinculación tan estrecha que tienen.

Por este motivo se ha realizado esta investigación, para estudiar de qué manera nace la moda y cómo con el paso del tiempo ha ido formando parte de nuestras vidas diarias a través de la publicidad y la comunicación. Dos sectores cuyo papel es fundamental para la difusión de las tendencias y cambios en la vestimenta que se producen en la historia de la moda. La publicidad es un elemento de gran importancia para mostrar al público cada cambio social y la manera de comportarse en función al momento histórico en el que vivamos, y la comunicación es esa trasmisión de mensajes tanto verbales como no verbales en los que expresamos la manera de comportarnos en la sociedad y de afrontar los distintos cambios surgidos en ella.

1.3. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Conocer los distintos modos de expresión y comunicación a través de la moda a lo largo del siglo XX.

Objetivos específicos

- Estudiar las características de la moda y los diseñadores más significativos en diferentes momentos del siglo XX.
- Analizar el impacto de la moda en la sociedad.
- Examinar la versatilidad de la moda como herramienta de comunicación.
- Analizar las diferentes maneras a través de las que la moda llega a implantarse en nuestra sociedad

2. CAPÍTULO II: ¿Qué es la moda?

La moda es el arte del vestido, de la confección de prendas sobre la base de parámetros estilísticos y funcionales tanto en ropa como accesorios: guantes, sombreros, bolsos, cinturones, gafas, zapatos.

El vestido surge como una necesidad básica para el hombre, adquiriendo con el tiempo un matiz estético, como reflejo del carácter y del gusto de la persona que lo porta. Además, se ha convertido en un adorno más sujeto a los cánones de la moda en general y de cada civilización o cultura en concreto, evolucionando constantemente a lo largo de la historia (Pert, 2020).

Por ello, es fundamental realizar una distinción entre vestimenta o moda:

Por un lado, entendemos por vestimenta a aquellas prendas que los seres humanos utilizan para protegerse del frío, y que, además, adquieren matices estéticos o reflejan una determinada apariencia frente al resto, en función de la manera de llevarlas puestas.

Por otro lado, la moda tiene lugar cuando, temporada tras temporada, las prendas empiezan a reflejar cambios en relación con su apariencia estética, puesto que, de manera general, los tejidos van evolucionando en cuanto a la durabilidad y confortabilidad se refieren. A comienzos del siglo XX, los diseñadores comenzaron a firmar las prendas, estableciéndose a su vez la idea de “colección”, lo que supone que cada año se presenten nuevos diseños quedando prácticamente obsoletas los presentados con anterioridad. Se podría decir que es en este momento cuando aparece el diseño de modas propiamente dicho (La nube artística, s.f).

Las prendas de ropa se han ido adaptando a las necesidades del hombre siendo un reflejo o escaparate para mostrar a los demás el estatus social, estado de ánimo o incluso personalidad de cada persona. La manera de vestir forma parte de la forma de ser y de la cultura de una sociedad, por eso la moda siempre será la imagen y el referente de cada época, además de convertirse en un símbolo de expresión de la personalidad (Breve historia de la moda, 2015).

La historia de la moda refleja la evolución cronológica de las prendas de vestir, tanto en su vertiente material como social y estética. La moda es el arte del vestido, de la confección de prendas sobre ciertos parámetros estilísticos y funcionales, y engloba tanto ropa como accesorios como bolsos, sombreros, calzados, guantes, carteras, pañuelos, cinturones... así como relojes, gafas, joyas... Es decir, el principal objetivo de la moda es vestir el cuerpo humano para reflejar una expresión de identidad, o ser un reflejo del constante cambio de nuestra forma de ser y de la época en la que vivimos.

Debe destacarse que la historia de la moda no se corresponde con la historia del vestido, puesto que el concepto de “moda” lleva consigo ciertos factores culturales, estéticos y sociales que no se dan en todos los lugares o épocas, al contrario que el vestido. Este último es una necesidad básica del ser humano, convirtiéndose con el paso del tiempo en un carácter estético que refleja el gusto y la personalidad de la persona que lo lleva puesto, sujeto en la mayoría de ocasiones a la posición social y cánones de belleza y moda impuestas en la sociedad de cada época.

Un elemento significativo en la moda es la estética y la gran variedad de gustos, tanto

individuales como colectivos, que intervienen en la vestimenta: color, ornamentos, forma, material, etc. Es decir, la moda adquiere gran importancia a nivel social, puesto que los seres humanos se rigen por determinadas costumbres y normas de aceptación general; y a nivel individual, pues cada persona, a través de su vestimenta, crea su propia imagen y seña de diferenciación individual frente al resto de la sociedad. Por este motivo, la moda es un proceso en constante cambio, donde la originalidad y la innovación tienen un papel importante, y de la que deriva el estilo, un concepto entendido como forma de expresión, aceptación o rechazo en un lugar y momento determinados.

Las tendencias son algo versátil y cada vez más cambiante, que nunca dejarán de evolucionar. Pero sin duda, la manera de vestir forma parte de la cultura y forma de ser de una sociedad. La moda siempre será la imagen y el referente de una época, además de un símbolo diferenciador de expresión de estilo y personalidad.

3. CAPÍTULO III: Evolución de la moda

Desde siempre, los seres humanos buscamos integrarnos dentro de un grupo social, formar parte de una comunidad y es por ello por lo que constantemente tratamos de integrarnos y adaptarnos a cada una de las costumbres y forma de ser de cada uno, ya que el simple hecho de ser diferente al resto puede llegar a ser motivo de rechazo. Se puede considerar que este hecho es uno de los motivos principales por el que surgen las modas, entendidas como las formas de vestir y las costumbres que caracterizan a una sociedad en una época concreta, existiendo dos tipos de modas dentro de una misma comunidad: la moda popular, y aquella que solo se podían permitir las clases dominantes, siendo la forma de vestir la herramienta clave para distinguir clases y posiciones sociales (Breve historia de la moda, 2015).

En la cultura egipcia, la moda ya tenía un papel fundamental en la vida cotidiana, pues vestían de una forma muy característica y representativa: falda de lino blanco o “shenti” y peluca negra hasta la altura de los hombros, y prendas ligeras adecuadas al clima, todo ello acompañado con complementos y adornos en las clases populares altas (Breve historia de la moda, 2015).

Otra de las comunidades muy reconocidas por su manera de vestir fue la griega, en la que también cabe destacar el uso de túnicas blancas, principalmente de materiales como la lana, seda, algodón o lino, además del uso de adornos o mantones de distintos colores. Es importante mencionar que la cultura griega usaba tintes naturales para teñir sus prendas, lo que la convertía en el primer tipo de “globalización” de la historia, y naciendo de esta manera una moda que representaba a varios pueblos mediterráneos durante varias épocas (Breve historia de la moda, 2015).

A medida que pasan los años, las maneras de vestir han ido evolucionando, pero no fue hasta el Renacimiento cuando la moda alcanzó uno de sus puntos más *top* gracias a la aparición de trajes con gran variedad de colores y nuevos estilos y formas, mangas, caídas, pliegues... En el contexto, hay que mencionar el famoso corsé, prenda que usaban las mujeres para ceñir su cintura y realzar su figura. Desde este momento, las modas se volvieron cada vez más cambiantes, convirtiéndose muchas de ellas en tendencia en muchas de las cortes europeas (Breve historia de la moda, 2015).

En el siglo XVIII, Francia se convirtió en un referente de la moda, siendo Luis XIV quien promoviese una importante industria de la alta costura, o personajes como Madame de Pompadour o María Antonieta quienes marcaron las normas de la moda de esta época. El monarca se convirtió en el máximo exponente de la moda con trajes confeccionados con telas bordadas en oro que reforzaban el colorido, y sobre todo la calidad de los complementos. Este hecho propició la aparición de la primera industria de la moda, que comenzó a manifestarse con la fundación del gremio de modistas en 1675 por orden de Luis XIV (Cerrillo Rubio, 2019).

Fue a partir de este momento cuando la prensa se convirtió en una herramienta esencial a la hora de construir el sistema de la moda (Cerrillo Rubio, 2019), y comenzaron a aparecer las primeras publicaciones especializadas, alcanzando un público mucho más numeroso. Nació la corbata y la casaca, una especie de chaqueta larga que se convirtió en una de las prendas principalmente militares. Tal fue la relevancia que obtuvo la moda en esta época, que fue uno de los detonantes para que el rey Carlos III implantase en España la moda europea de sombrero de tres picos y capa corta, algo a lo que gran parte

de la sociedad se opuso (Breve historia de la moda, 2015).

En el siglo XIX se crearon los primeros grandes almacenes, y eran los viajeros de moda quienes presentaban los últimos cambios puerta a puerta.

Uno de los momentos clave en la historia de la moda fue el comienzo de la Revolución Industrial, época que supuso la entrada de la modernidad y en la que los nuevos procesos técnicos permitieron una gran producción en serie y una mayor distribución en todos los ámbitos a nivel social. Aparecieron los primeros modistas junto al concepto de “alta costura”, caracterizado por la creación de prendas a medida, confeccionadas con materiales de gran calidad con infinidad de detalles cuyo coste suele ser bastante elevado al tratarse de diseños exclusivos. Todos ellos, presentados en desfiles de temporada, mediante modelos o maniqués que portan la ropa ante el cliente. Surgió entonces la dualidad entre la fabricación en serie y los modelos únicos, cada una de ellas orientada a un nivel adquisitivo concreto (Cerrillo Rubio, 2019).

Ya en el siglo XX la moda se convirtió en algo más funcional y simple, a la vez que los avances tecnológicos permitieron poner productos de alta calidad al alcance de todas las clases sociales. Medios de comunicación como el cine y la televisión sirvieron de gran ayuda para internacionalizar el concepto de moda que se empezó a tener, gracias a grandes diseñadores mencionados posteriormente que han marcado cada una de las épocas con sus prendas y maneras de vestir (Velasco Molpeceres, 2021).

A continuación, tras esta introducción, vamos a analizar algunas de las figuras clave en el mundo de la moda en el siglo XX.

3.1. 1911: Paul Poiret, el “Rey de la Moda” y el nacimiento de la editorial de moda.

“Más que cualquier otro diseñador del siglo XX, Paul Poiret (1879-1944) llevó la moda al estatus de forma de expresión artística” (Museo Metropolitano de Arte, s.f) Así describe el Metropolitan Museum of Arts en una de sus exposiciones sobre el artista la importancia de Paul Poiret. Poiret convirtió la moda en una forma de arte, estableciendo las pautas de la moda moderna, y cambiando de este modo la historia de la vestimenta.

Declaró la guerra al corsé y adquirió fama con la creación de la llamada figura “*La Vague*”, la cual era tan estrecha por la parte inferior que con ella únicamente se podía caminar dando pequeños pasos (Guzmán, 2015).

Tanto las ganas de rebeldía que tenía la sociedad de esa época como el culto a la juventud promovieron el surgimiento de la inspiradora y reconocible estética “*flapper*”, la cual estaba caracterizada por vestidos que destacaban de manera sutil la cintura y el pecho, tenían las rodillas al descubierto, cortas melenas y adornos de plumas, joyas o cristal, formando un outfit que consiguió desafiar los cánones de belleza de la época (Medina, 2022).

A su vez, Poiret fue el primer modisto en lanzar una línea de perfumes. Fue en este mismo año cuando la imagen de la moda cambiaría para siempre, puesto que el fotógrafo de Bellas Artes, Edward Steichen representó las obras de Poiret en la revista *Art et Décoration*, considerándose este uno de los primeros artículos de moda (Hobbs, 2021)

Otro hito de la década fue la introducción del “*little black dress*” de Coco Chanel (1926). El siglo XX supuso un cambio muy notorio en la manera de vestir, en especial en las mujeres. La influencia de Coco Chanel consiguió que se pasase de una moda más recargada a una forma de vestir algo más elegante, discreta y sencilla (Breve historia de la moda, 2015). Y una de las prendas que más furor causó en la sociedad fue ese vestido negro que presentó en la revista Vogue Estados Unidos en 1926. Un vestido de manga larga y de largura por la rodilla que reflejaba el espíritu liberal femenino de los locos años 20 (Hobbs, 2021).

Una de las claves del éxito de Chanel fue el cambio de mentalidad en la convención de la sociedad, convirtiendo el color negro en un color que no sólo fuese usado en los funerales o en los uniformes de las sirvientas, mientras que las mujeres de alto estatus vestían con tonos claros y más caros y difíciles de conseguir (Milenio Digital, 2019).



Imagen 1. Coco Chanel vistiendo un "little black dress". Fuente: www.fuentemobel.es

Además de crear una nueva tendencia de moda en la sociedad parisina, Chanel quiso cambiar los códigos de vestimenta de la mujer y reflejar en sus diseños liberación y rebeldía femenina. Y así fue, influenciadas por los ideales de la diseñadora, las mujeres comenzaron a llevar vestidos después de que esta lo usara para asistir al teatro (Milenio Digital, 2019).

Cabe destacar que Audrey Hepburn también lució un vestido negro de noche de Hubert de Givenchy en la escena en la que se detiene frente al escaparate de diamantes Tiffany's, de la película *Desayuno con diamantes* (1961, Blake Edwards). Un vestido que marcaba la figura mediante una silueta recta, un escote tipo barco acompañado con perlas y la espalda algo descubierta, una elección perfecta y muy elegante que sigue vigente hoy en día (Milenio Digital, 2019).



Imagen 2 y 3. Escenas de la película "Desayuno con diamantes". Fuente: www.trendencias.com y www.milenio.com

3.2. La Moda en "Los Locos Años 20"

Además de la Revolución Industrial, los felices años 20 fueron otro momento clave en la historia de la moda, pues se trata de una época en la que se producen grandes cambios tanto en el ámbito político como social (Cerrillo Rubio, 2019).

A principios de la Primera Guerra Mundial las mujeres vestían de una manera y al finalizar la guerra su imagen cambió radicalmente, y no sólo cambió la imagen, sino que además muchas costumbres como maquillarse fuera del domicilio, fumar en público,... convirtieron a la figura femenina en un símbolo de poder, más libre, una nueva mujer que poco a poco se iba haciendo hueco en la sociedad.

Se trata de la época de las primeras vanguardias artísticas, del comienzo del *star system*¹ en la industria cinematográfica norteamericana, con actrices como Louise Brooks imagen de la denominada "Jazz Age", quien contribuyó a la definición del *look* de los años 20, con su corte de pelo estilo "Bob" tan característico y su actitud ante la vida y sus modales desinhibidos. De esta manera, se convirtió en uno de los prototipos de la

¹ Star system: sistema de contratación de actores a largo plazo y en exclusividad empleado por los estudios de Hollywood en su época dorada para asegurarse el éxito de sus producciones. Fuente: www.cinreservas.com

mujer *garçonne*, conocida también como *flappers* junto a Clara Bow, quienes se convirtieron en los rostros principales de la moda (Soria, 2021).

Las *flappers* eran un grupo de jóvenes anónimas que surgieron sobre todo en Inglaterra y Estados Unidos cuyo estilo de vida y estética era rupturista y provocadora, reflejando así la figura de una mujer libre. Pese a no ser quienes implantasen esta moda en la sociedad, sí que contribuyeron en la difusión de un estilo más vanguardista marcado por la aparición del traje femenino, la eliminación del corsé, la aparición de collares más largos... y otros complementos como bolsos, plumas, broches, guantes, además de las flores, las lentejuelas, las diademas o los lazos. Los flecos también se convirtieron en un elemento fundamental en el vestuario femenino en las fiestas de los años 20, combinado con colores metalizados y negros, creando de esta manera cierto contraste en la forma de vestir (Medina, 2022).

La década de los años 20 está caracterizada por una ruptura del concepto que se tenía de moda femenina, pues comienza a existir cierto rechazo a las curvas y, por ende, predominan las líneas rectas y la sencillez. Algo característico de esta época es el corte de pelo, las faldas más cortas para dejar lucir las piernas con medias con costura en la parte trasera y los escotes en forma de V (Tetecafecostura, 2020).

A continuación, se mostrará detalladamente la evolución de la moda en esta época:

- 1919-21: el largo de la falda empieza a subir y se sitúa a mitad de pierna. Se popularizan los sombreros de copa holgada y ala amplia, que permite bajarlos hasta la parte de las cejas (Tetecafecostura, 2020).

- 1922-23: la línea se estabiliza con la cadera. Además, permanecen muchos de los elementos decorativos del vestido y se reduce el tamaño de las alas de los sombreros para “hundirse” cada vez más (Tetecafecostura, 2020).

- 1924-27: gusto por el reflejo geométrico del estilo art-decó como elemento decorativo de los vestidos, y como complemento surge el sombrero tipo *cloche*² (campana). Muchas

²Sombrero femenino, generalmente de copa hemisférica, de fieltro, ala mínima y cuerpo cilíndrico. Fuente: www.vestuarioescenico.co

de las mujeres se cortan y peinan el pelo al estilo *garçonne*. El maquillaje también adquirió gran importancia en la imagen femenina, pues comienzan a mostrarse los ojos muy sombreados y las cejas muy finas, buscando de este modo un apariencia más exagerada y teatral. La piel se maquilla de un tono más pálido con polvos de arroz, simulando la porcelana y los labios, con carmín (Tetecafecostura, 2020).

- 1926: la falda se acorta hasta la rodilla, sobre todo las más jóvenes (Soria, 2021).
- 1927-28: empieza a “crearse” la línea en vestidos de pañuelos, faldas con contornos irregulares, drapeados,..., se prepara el cambio para la etapa de los años treinta (Tetecafecostura, 2020).



Imagen 4. Grupo de mujeres en los años 20. Fuente: www.brickellbayaruba.com

La moda masculina, también evoluciona, aunque no de forma tan llamativa como la femenina. Los hombres siguen vistiendo con trajes más formales para su día a día, pero por las noches utilizan prendas más funcionales.

Dos de las prendas más populares de esta época fueron las chaquetas de noche sin cola y los chalecos ajustados. Mientras que, para momentos concretos, los trajes se cortaban proporcionando una mayor comodidad, para situaciones más informales eran estampados (rayas, cuadros) o de colores brillantes (Rincón de caballeros, 2016).

3.3. Década de los años 30: la artista Elsa Schiaparelli, defensora de las colaboraciones humorísticas e ingeniosas.

Esta diseñadora italiana consiguió que la moda fuese un concepto inseparable del surrealismo, uno de los grandes movimientos artísticos del siglo XX. Y el mejor ejemplo de ellos lo podemos ver en su famoso “vestido langosta” (1937), en colaboración con el artista Salvador Dalí. Comenzó con algo más útil y deportivo: el punto (Hobbs, 2021).



Imagen 5. Vestido-langosta, de Elsa Schiaparelli. Fuente: www.dsigno.es

La diseñadora creó su propia marca con la que alcanzó gran éxito, y con la que gracias a la cual se convirtió en un símbolo importante de la modernidad. Debido a la gran influencia que tuvo por los movimientos fauvistas y cubistas parisinos, y por los futuristas italianos, sus piezas estaban marcadas por un carácter surrealista, adquirieron el mismo nivel de relevancia que las de la mismísima Chanel (Vogue, s.f).

A Schiaparelli le debemos la creación de los primeros monos de mujer en la década de los años 30, los desfiles modernos entendidos como un espectáculo, el concepto falda-pantalón, la utilización de láminas de celofán... entre otras cosas. Todo ello, mostrado en la revista Vogue, además de diseñar el vestuario para diversas obras de teatro y películas (Vogue, s.f).



Imagen 6. Diseños de Elsa Schiaparelli, años 30. Fuente: www.revistadeartes.com

A pesar del entusiasmo que suscitó esta nueva creación, los valores morales presentes en la sociedad tenían gran importancia, por lo que durante la década de los años 40 el traje de baño no consiguió popularizarse (Historia National Geographic, s.f). Uno de los resultados menos predecibles de la Segunda Guerra Mundial fue la gran popularidad que tuvo el traje de baño de dos piezas, diseñado debido al racionamiento de tejidos provocado por el gobierno estadounidense a partir de 1943. Un traje de baño que dejaba los hombros al descubierto y, muchas veces, parte del abdomen también, que poco a poco se convirtió en una prenda de vestir imprescindible y accesible para todo tipo de mujer. Actrices europeas como Brigitte Bardot, o de Hollywood como Rita Hayworth, Elisabeth Taylor o la mismísima Marilyn Monroe fueron retratadas con este traje de baño que dejaba el ombligo al descubierto (Historia National Geographic, s.f).



Imagen 7. Marilyn Monroe con un traje de baño de dos piezas. Fuente: www.harpersbazaar.com

3.4. 1947: Christian Dior presenta el *New Look*.

El 12 de febrero de 1947, Dior presentó su primera colección de alta costura primavera - verano, junto a un desfile en el que debutó como uno de los grandes de la moda, con el denominado *New Look*, un punto de inflexión y una auténtica revolución en la historia de la moda (Vogue, s.f).



Imagen 8. "New Look", de Christian Dior. Fuente: www.synapse.ucsf.edu

Esto se convirtió en uno de los grandes cambios para las mujeres de todo el mundo, quienes, tras la Segunda Guerra Mundial, quisieron reflejar la feminidad y destacar las proporciones de la figura, a través de amplias faldas de cintura de avispa, cuerpos ceñidos y un corte en los hombros muy elegante (Hobbs, 2021).

Tras una época marcada por guerras, el *New Look* de Dior devolvió a la sociedad ese gusto por el lujo, la feminidad o el glamour (Vogue, s.f) que debido a los conflictos bélicos desapareció, convirtiéndose en un clásico para todas las mujeres del mundo. Dior revolucionó la historia de la moda en el momento en el que presentó su colección de Alta Costura "Corolle" ese mismo año (1947), un conjunto de prendas que representaban, una especie de flor simbolizando la delicadeza y la feminidad de una mujer, a través de su cintura ceñida, la falda amplia y los hombros descubiertos, algo totalmente distinto a lo visto en pasarelas y modas anteriores (Catalán, s.f).

Christian Dior ha influenciado en décadas y diseñadores posteriores como Raf Simons o Gianfranco Ferré, quienes han reinterpretado este diseño tan famoso en muchas de sus colecciones (Vogue, s.f).

3.5. 1954: Karl Lagerfeld comienza su carrera estilística como ayudante de Pierre Balmain.

Décadas antes de que Lagerfeld consiguiese en 1983 el cargo de *káiser* de la mano de Chanel, el diseñador aprendió los principios del sector con Pierre Balmain como maestro, un arquitecto convertido en profesional en el ámbito de la moda. Para Lagerfeld ser el ayudante de Balmain supuso un gran trabajo creativo en el que gran parte de sus labores diarias consistían en vestir a artistas importantes como el caso de Brigitte Bardot (Hobbs, 2021).

Más tarde, en 1983, Karl Lagerfeld se convirtió en una figura conocida internacionalmente gracias a Chanel, pues hizo que la firma francesa resurgiera manteniendo el estilo característico de las prendas, y proporcionarla un toque renovador. De esta manera, convirtió la chaqueta Chanel de los años 50 en algo atemporal y adaptable a todo tipo de *oufit*, introduciendo las cadenas de color dorado y el logo de la doble CC como dos elementos característicos de la marca. Fue también en esta década (años 80) cuando Lagerfeld lanzó la denominada *Karl Lagerfeld*, su propia marca formada por perfumes y gran variedad de líneas de ropa. Este diseñador era conocido por sus costumbres elitistas y gustos, a veces un poco *snob*³, que no dudaba en combinar con referencias a las grandes estrellas y a la cultura consumista. En la década de los 90 optó por modelos nudistas y por Moana Pozzi, una actriz de cine erótico, para desfilarse con su colección *Blanco y negro* para la marca de lujo Fendi. También diseñó piezas como sombreros extravagantes, el vestido como imitación a la parrilla de radiador de un automóvil o el bañador con agua burbujeante en la parte delantera.

A principios de los años 50, ganó el Premio de Secretario Internacional junto a Yves

³ El estilo snob indica que un individuo copia o imita la conducta y formas de actuar de la clase social alta, tratando con desprecio a los considerados inferiores. Fuente: www.significados.com

Saint Laurent, lo que le llevó a trabajar con Pierre Balmain. En 1958, empezó a trabajar para la firma Jean Patou, y al terminar su etapa allí, comenzó como *freelance* para Valentino (Enrique Ortega Burgos, s.f).

A continuación, se nombrarán importantes casas de moda en las que Lagerfeld ha trabajado como diseñador:

- 1955 - 1958: Pierre Balmain
- 1958 - 1963: Jean Patou
- 1963 - 1978: Chloé
- 1965 - 2019: Fendi
- 1974 - 2019: Karl Lagerfeld
- 1983 - 2019: Chanel
- 2004: Hennes & Mauritz (H&M)

3.6. Años 60, década de la falda estilo Mary Quant.

Esta prenda de ropa se convirtió en uno de los símbolos que marcaron la década de los 60, que posteriormente inspiró a las plataformas de los años 70. Durante esta década, los tacones fueron más anchos, las perneras de los pantalones vaqueros se ensancharon y los tejidos sintéticos llenaron todas las tiendas. Mientras que en Nueva York fue el estilo disco el que distinguía todas las tendencias, en Londres, reinó la moda punk de la mano de Malcolm McLaren y Vivienne Westwood (Vogue, s.f).



Imagen 9. Falda estilo Mary Quant. Fuente: www.vogue.es

Años antes, se llevaban los zapatos con acabado puntiagudo, complementos y accesorios como bolsos a la altura del codo y estampado floral, lo que en los años 60 se sustituyó por las blusas de algodón y los pantalones tipo campana. Lo que sí que se conservó fueron las flores, las cuales marcaron la moda retro, sobre todo en las mujeres (Vogue, s.f).

Hay que destacar el acceso de las mujeres a puestos importantes dentro del ámbito laboral, suponiendo un cambio en la vestimenta: chaqueta con hombros anchos y traje con falda, lo que se convirtió en un elemento de estatus social (Vogue, s.f).

3.7. 1961: Roy Halston Frowick diseña el sombrero *pillbox* que Jackie Kennedy fue proclamada icono cultural a nivel internacional.

El *pillbox* es un tipo de sombrero femenino redondo y pequeño, sin ala y de bordes altos y plano en la parte superior. A lo largo de la historia ha adquirido gran presencia en el mundo de la moda, pues era el tocado oficial de muchos trajes tradicionales de diversas regiones del mundo, además de convertirse en parte del uniforme militar. Solía ser monocolor y de materiales como piel, lana, seda o terciopelo, sin ningún tipo de decorado más que una perla o piedra preciosa (Odriozola, 2017)

Cuando realmente apareció este tipo de sombrero en la moda femenina fue en la década de los años 30, ganando gran notoriedad en el consumidor en los años 60.

El sombrero estilo Medio Oeste que diseñó Roy Halston Frowick en nombre de Bergdorf Goodman se convirtió en un hito de la industria, pues Jackie Kenedy, la mujer de J. F. Kennedy, adquirió gran estatus al llevar este accesorio puesto mientras su marido juraba su cargo. Con este sombrero, Halston proporcionó a la primera dama un estilo “muy limpio” al combinarlo con un abrigo de un tono azul bebé (Hobbs, 2021).



Imagen 10. Jackie Kennedy con un sombrero estilo "pillbox". Fuente: www.elmundo.es

3.8. 1966: Yves Saint Laurent desdibuja los límites de género.

En los años 60, se produjeron una serie de cambios en la sociedad a nivel mundial que cambiaron por completo la historia, entre los cuales se encontraba una revolución feminista que buscaba igualdad en el ámbito laboral, político y familiar. A mediados de esta década, que las mujeres usaran pantalones en público (Gallego, 2021) suponía una gran controversia, por eso el diseñador Yves Saint Laurent presentó en su colección otoño-invierno dedicada al estilo Pop Art de la temporada 1966-1967, "*Le Smoking*", el primer traje con pantalón diseñado exclusivamente para mujeres, como símbolo de poder (Revista ELLE, 2020). Su nombre viene dado por las solapas de seda que tiene la chaqueta, las cuales permitían que la ceniza que sueltan los cigarrillos pudiese sacudirse fácilmente (Hobbs, 2021).

Se trata de un traje de pantalón y chaqueta adaptada de la versión masculina, que reflejaba una silueta más ceñida para el cuerpo de las mujeres. Posteriormente, se le incluyó una camisa blanca acompañada de un lazo negro, una combinación ideal que no pasa de moda, y así se ha ido reflejando en todas las pasarelas de moda de Ralph Lauren (Olvera, 2022).

Una de las frases más reconocidas que define a la perfección el estilo del diseñador fue "*las modas van y vienen, pero el estilo es eterno*" (Olvera, 2022) haciendo referencia a su famoso esmoquin, un traje de pantalón y chaqueta que se adaptaría al traje de gala

masculino, que con el paso de los años se convertiría en un elemento muy sofisticado y original.

Famosas como Bianca Jagger, Liza Minnelli y Catherin Deneuve fueron de las primeras mujeres en adoptar el esmoquin, un diseño que reflejaba la emancipación e independencia de la mujer. Actualmente, es considerado una de las piezas más importantes en la historia de la moda (Gallego, 2021).



Imagen 11. Esmoquin, de Yves Saint Laurent. Fuente: www.lofficielmexico.com

También fue el año en el que muchas adolescentes imitaban las minifaldas de Mary Quant mencionada con anterioridad, o en la que las faldas se acortaron hasta la mitad del muslo como reflejo del estilo *mod*, un movimiento cultural y musical basado en la música y moda moderna que obtuvo gran éxito durante la primera mitad de los años 60 (Hobbs, 2021). Se trataba de adolescentes de clase media interesados en las nuevas modas que llegaban del continente, como en el caso de los trajes entallados italianos, o estilos musicales negros de Estados Unidos, como el rhythm and blues y el modern jazz (Detribusurbanas, s.f.).

3.9. 1976: Calvin Klein, el primer diseñador que saca unos vaqueros en las pasarelas.

Este diseñador fue uno de los primeros en transformar la ropa interior y los *jeans* en

prendas de moda. Sus pantalones estilo tejano, sin duda, hicieron que creciese a nivel internacional gracias a una de las mayores campañas publicitarias que más controversia tuvieron en el siglo XX. Pero si vamos más allá, cabe destacar el diseño de la etiqueta: llevaba su nombre en el bolsillo de la parte trasera (Hobbs, 2021).



Imagen 12. 1976: Patti Hansen en una campaña de Calvin Klein. Fuente: www.vogue.es

En los años 60, empezó diseñando abrigos los cuales reflejaban un estilo minimalista. Un estilo con carácter propio dentro de la moda estadounidense, que posteriormente dotaría de identidad y personalidad propia a la Semana de la Moda de Nueva York, respecto a las pasarelas de Milán o París (Profeanacob, 2018).

Pese a la elegancia y sencillez que Klein reflejaba en sus prendas, el diseñador se convirtió en una de las firmas más polémicas y provocadoras de la industria de la moda, gracias a su ropa interior. En sus provocadores anuncios, los cuales también revolucionaron el mundo de la publicidad, posaban figuras tan conocidas como Kate Moss, Brooke Shields o Mark Wahlberg, convirtiendo esas campañas en historia de la cultura visual (Profeanacob, 2018).

Firme defensor de la moda como estilo de vida, además de la línea de *jeans* y de ropa interior, quiso ampliar su negocio con los perfumes, siendo el suyo el primer perfume unisex de toda la historia, a través de su línea más asequible, CK.

En 2003, además de vender su marca, cedió el control creativo de Calvin Klein Collection hombre a Italo Zucchelli, el de las colecciones femeninas a Francisco Costa, y el de Calvin Klein como marca en general, a Kevin Carrigan (Profeanacob, 2018).

3.10. 1978: Miuccia Prada tomó el control del negocio familiar de accesorios de lujo.

Pese a tomar las riendas del negocio en 1978, no fue hasta 1985 cuando la nieta de Mario Prada introdujo novedades en la marca, presentando en 1989 en el desfile de la temporada otoño - invierno de ese mismo año su primera colección de moda *prêt-à-porter*, a través de figuras que reflejaban actitud y desparpajo, cambiando completamente la imagen hipersexualizada de la figura femenina por una que vestía de tonos marrones y con zapatos planos (Vogue, s.f).

Explicar brevemente la moda *prêt-à-porter*: se trata de una expresión francesa que nace en la década de los 60 de la mano del diseñador Pierre Cardin, cuyo significado es “listo para llevar”. Las prendas se fabrican en serie en vez de producirse en exclusiva. Dentro de este estilo hay marcas de lujo que producen en serie sus prendas, comercializándolas en sus propios establecimientos, además de firmas de diferente calidad (Porto, 2020).



Imágenes 13, 14 y 15. Looks de la primera colección prêt-à-porter de Prada en 1988. Fuente: www.thefashionchop.com

Podríamos decir que Prada ha sido y es una de las marcas más copiadas tanto por diseñadores de éxito como JW Anderson, de la firma Loewe, o Marc Jacobs; como

firmas de lujo o *low cost*, pues lo que refleja Prada encima de una pasarela sirve de inspiración temporada tras temporada.

Años más tarde, en 1992, crea Miu Miu, una firma algo más femenina e incluso *naif*⁴, que complementaba a Prada. Entre ambas formaban una combinación muy fuerte, pues si Prada era lo artístico y conceptual, Miu Miu, era lo vendible (Thefashionchop, 2021).

Desde ese momento y temporada tras temporada, la diseñadora ha marcado el ritmo de la moda a través de la revitalización y reinterpretación de elementos como la piel de serpiente, el encaje (en la temporada otoño - invierno 08/09), las hadas, las rayas (primavera - verano 2011), el color... tanto en Prada como en su otra marca, Miu Miu (Vogue, s.f).

A lo largo de toda su carrera, Miuccia Prada ha ganado varios premios por su innovación y originalidad, y contribución de la moda a nivel internacional.



Imagen 16. La actriz Chloë Sevigny como imagen de la marca Miu Miu. Fuente: www.vogue.es

⁴ La moda naif presenta a las mujeres con un estilo inocente, femenino, algo añorado pero muy sofisticado, y en la que la sencillez de sus diseños es primordial. Fuente: www.mundodeportivo.com

3.11. 1982: Rei Kawakubo causó sensación en la Semana de la Moda de París.

“En 1981, cuando Rei Kawakubo empezó a presentar sus colecciones para *Comme des Garçons* en París, ya tenía un séquito muy fiel, conocido como ‘los cuervos’, (Borrelli-Persson, 2017). A principios de la década de los setenta, creó su propia firma: *Comme des Garçons*, y una década después conquistó París con uno de sus primeros desfiles de estilo comercial y un poco “europeo”, en el que se mostraban alguna de sus colecciones, las cuales se encontraban más cerca de lo superficial que de la propia tendencia que había en esa época (Vogue, s.f). Mientras que los años ochenta fueron los años de los excesos, de los trajes llamativos como reflejo de poder, los diseños de Kawakubo supusieron un gran contraste, pues casi todas sus prendas eran de color negro, siendo una seña de identidad de su estilo tan característico (Hobbs, 2021).

El objetivo de la diseñadora desde el momento en el que empezó a trabajar en el mundo de la moda (años setenta), fue diseñar para una mujer sin prejuicios, que no la importase lo que pensarán los demás de ella. Se puede decir que se convirtió en uno de los máximos exponentes de la historia de la moda gracias a sus diseños de estilo más conceptual (Vogue s.f), los cuales mostraban asimetrías inesperadas, efectos inacabados, inspiración vanguardista, patrones excéntricos, siluetas destruidas... (Rodríguez, s.f).

Empezó a usar la ropa como una manera de romper con las barreras de significado y de mostrar algunas de las dicotomías que existen en nuestro día a día, además de las prácticas de diseño, y no sólo de las modas contemporáneas. Sus creaciones están diseñadas para ser interpretadas de varias maneras y para ser entendidas como una mezcla entre la escultura, el arte y la moda.

Comme Des Garçons, la marca de Rei Kawakubo que transforma la moda en arte, fue una manera de posicionar su trabajo dentro del arte modernista, y un reflejo de la relación del cuerpo con la moda, ignorando prácticamente cualquier posibilidad de funcionalidad (Cultura de moda, 2018).



Imagen 17. Diseños de Rei Kawakubo en la exposición 'Rei Kawakubo/Comme des Garçons: Art Of TheIn-Between' en el MET en Nueva York. Fuente: www.vanitatis.elconfidencial.com

3.12. 1992: Marc Jacobs y su dosis de realidad para la pasarela.

Como parte de esta generación, el diseñador Marc Jacobs fue premiado con el Perry Ellis al Nuevo Talento, lo que le llevó a ser contratado, en 1989, al mando creativo de la línea femenina por dicha marca estadounidense. Durante la presentación de su colección primavera - verano 1993 inspirada en el movimiento *grunge*⁵ fue bastante criticada, a la vez que definió la moda adolescente de los años 90.

Se trata de una colección denominada “Redux”, la cual combina gorros estilo *beanie*⁶, conjuntos de rayas, vestidos fluidos con distintos estampados, camisetas de franela, zapatillas estilo Converse, sandalias y las famosas botas Dr. Martens. (Revista ELLE, 2018).

⁵ Moda *grunge*: caracterizada por reflejar una estética muy particular, y una forma de expresión disconforme a las normas sociales establecidas. Este estilo mezcla prendas informales a la vez que muestra una apariencia desenfadada. Fuente: www.ifema.es

⁶ Gorro estilo *beanie*: accesorio “enrollado” que se presenta con una especie de caída en la parte posterior, sin doblez y oversize. Es ideal para cualquier lugar y tiempo, tanto con un *outfit* de diario como algo más arreglado. Fuente: www.newera.mx



Imagen 18. Perry Ellis SS, 1993. Fuente: www.elle.mx

Por desgracia, esta visión vanguardista de Jacobs fue bastante incomprendida, por lo que fue despedido de la firma Perry Ellis. A la vez, fue nombrado Diseñador Femenino del Año por el CFDA (Council of Fashion Designers of America), y años más tarde, en 1997, fue contratado como director creativo de la famosa firma Louis Vuitton (Revista ELLE, 2018).

Su colección “Redux”, volvió a mostrarse como portada de la revista ELLE US, estando protagonizada por Lady Gaga, quien viste uno de los outfits más representativos de la colección: un vestido con estampado frutal y una especie de falda verde en la cintura (Revista ELLE, 2018).



Imagen 19. Portada de la revista ELLE US, noviembre 1992. Fuente: www.elle.mx .

Prendas como vestidos lenceros o minivestidos estilo *babydoll* se convirtieron en básicos de la moda neoyorquina, pues a través de juegos de proporciones y siluetas, cuadros,..., que reflejaban un estilo *vintage* con un toque refinado, Jacobs definió la moda más elitista al reflejar una apuesta completamente accesible para el movimiento juvenil universal que durante esa época estaba en su momento clave (Hobbs, 2021).

Frente al lujo y exuberancia de décadas anteriores como los años 60, en los 90' apareció una tendencia de tonos neutrales como blanco, gris y negro, que reflejaba sencillez a la vez que calidad. Diseñadores americanos como Ralph Lauren, Calvin Klein, Donna Karan y Marc Jacobs apoyados por la revista de moda Vogue, se consolidaron con fuerza. A medida que pasaban los años, los cánones de belleza de las top models fueron cambiando hacia un aspecto más añado y andrógino (Vogue.es, s.f).

Ya en el siglo XXI, año 2000, empiezan a surgir tribus urbanas asociadas a una serie de estilos y marcas. Prendas como vestidos clásicos y trajes únicamente se llevan en ocasiones puntuales o para trabajar de cara al público o en entornos muy exclusivos. Nace, además, una tendencia que consiste en customizar la ropa, que consiste en crear sus propios diseños de prendas y accesorios. Esta tendencia se ha ido incluyendo a los distintos procesos de fabricación de muchas marcas a nivel mundial. De esta manera, las

personas podían reflejar a la perfección su estilo y personalidad como individuo, o como grupo social, distinguiéndose del resto (Barnés, 2015).

Los distintos cambios sociales surgidos se han ido reflejando en las distintas modas y estilismos, aunque cabe destacar la recuperación de muchas de ellas por parte de famosos diseñadores. Las prendas de ropa son un auténtico reflejo de la individualidad y personalidad de cada persona, es decir, es una forma más de expresarse y presentarse a la sociedad (Breve historia de la moda, 2015).

3.13. La moda de los 2000.

El cambio de siglo supuso un cambio en distintos ámbitos, entre ellos, la moda. Se pasó de un estilo minimalista y *grunge* más típico de los años 90 a unas tendencias optimistas y llenas de color (Philips, 2020). Las colecciones primavera-verano 1999 de marcas como Maison Margiela, Alexander McQueen, Helmut Lang, Prada o Calvin Klein nos mostraron prendas que hoy en día todavía siguen vigentes, pero los años 2000 fueron la reacción al minimalismo de muchos de los diseños que confirmaban esas colecciones (Archietto, 2020).

Iconos como Nicole Richie, las gemelas Olsen o Mischa Barton se convirtieron en escaparate de los más jóvenes convirtiendo la moda de los 2000 en una de las tendencias más coloristas, llena de extensiones, campanas..., en un estilo algo más refinado que las anteriores como la estética hippie o los años 70, pese a que la esencia fuese la misma en todas ellas: naturalidad y espontaneidad, con la que todo el mundo podía sentirse identificado (Philips, 2020).

Esta apertura de siglo se caracterizaba por la denominada moda Y2K, un concepto que empezó a usarse durante estos años en los que los tops con puntillas, los estampados de mariposas, los pantalones de tiro bajo y los cárdigan con pelo en el cuello eran las prendas que más furor causaban en la sociedad. Con los años, esta moda ha resurgido, pero con la única diferencia de que las prendas se han mejorado, adaptándose a todo tipo de cuerpos. Añadir a lo anterior, varias prendas más que también obtuvieron gran éxito en las mujeres, como el caso de los pantalones tipo campana, los icónicos cinturones de cadena atados a la cintura, la combinación entre pantalones y vestidos,

botas estilo Ugg⁷ con minifaldas y faldas con leggings (Ros, 2022).

La moda se difundió con gran rapidez y las *celebrities* se convirtieron en un papel clave para el consumo en este ámbito, como un paso previo a lo que hoy en día conocemos como *influencer*. Pese a que las redes sociales aún no existían, Internet era uno de los medios de comunicación más potente para la difusión de imágenes y vídeos (Limón, 2021).

Mencionando alguno de los cambios que la década de los 2000 supusieron, la moda masculina tuvo dos momentos clave: en primer lugar, el que buscaba la inspiración en el futuro, predominando el color negro, las gafas de sol cuadradas, el plateado y las gabardinas; y en segundo lugar, un estilo más deportivo que incluía pantalones tipo cargo, polos con el cuello levantado, camisetas estilo rugby... combinado con tintes de distintos colores para el pelo (Limón, 2021).

La colección primavera - verano del año 2000 de Balmain introdujo las faldas midi o minifaldas vaqueras ajustadas como básico universal, cuya terminación no era del todo regular. A simple vista, los estilismos formados con este tipo de prendas no parecían muy estéticos, pero *it girls* como Tara Reid o Paris Hilton los combinaron con tops lenceros, convirtiéndolos así en toda una tendencia (Archietto, 2020).

Los jeans de tiro ultra bajo fue una de las tendencias más extremas de esta época, tanto en hombres como en mujeres. Tal es así que *celebrities* como Pink, Christina Aguilera y Britney Spears optaron por combinar este modelo de pantalones con una cadena por la parte baja del abdomen, el cual iba totalmente al descubierto, algo que años más tarde también se ha mostrado como el caso de Rihanna, quien en 2005 se dejó ver con un *jean* a la cadera con ropa interior a la vista (Archietto, 2020). Estos *jeans* siempre iban combinados con accesorios como medias, corbatas o cadenas, los cuales poco a poco se convirtieron en cinturones.

⁷ Botas estilo Ugg: botas de piel de oveja, usadas frecuentemente como pantuflas. Fuente: www.bbc.com

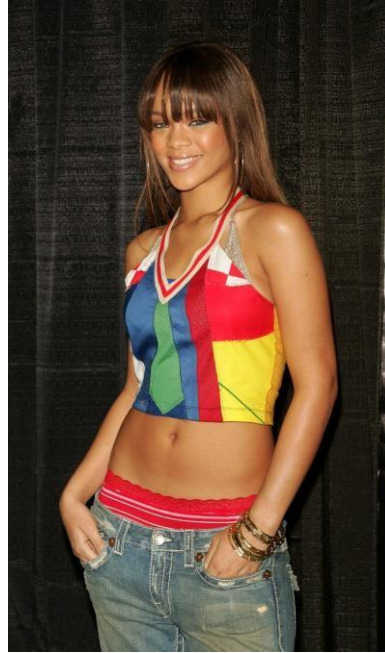


Imagen 20. Rihanna en el Jingle Ball de Z100, año 2005. Fuente: www.vogue.es

Muchas de estas combinaciones o tendencias distan mucho de las vigentes hoy en día, pero si observamos las pasarelas otoño - invierno 2020/2021 encontramos muchos jeans con este tipo de corte bajo (Archietto, 2020).

Y no sólo los jeans de tiro bajo adquirieron gran éxito entre los más jóvenes, sino también los pantalones de estilo militar con bolsillos fueron una de las tendencias que muchas *celebrities* reflejaban en sus *outfits*. Todos estos tipos de pantalones combinados con chaquetas, tops o camisetas de corte a la cintura. El ombligo, sin duda, era protagonista en los 2000 y vuelve a serlo en estos últimos años. Las partes superiores ajustadas, las camisetas cortas o las camisas de cuadros anudadas se convirtieron en piezas clave para mostrar un lado más adolescente (Loo Kiero, 2021).

Las chaquetas de corte a la cintura o de estilo “torera”, muchas veces anudada, se convirtió en una de las prendas que más de moda se pusieron para llevar por encima de una camiseta o vestido (Vogue, s.f.). En cuanto al calzado que más caracteriza las tendencias de los años 2000, cabe destacar las botas Ugg, elaborados con piel de oveja cuyo origen se remonta a los años 70 de la costa de California (BBC News Mundo, 2017).

Las tendencias de moda son algo que identifican y caracterizan una época y momento social concreto, pero muchas de ellas años más tarde vuelven a estar presentes en la sociedad. Por ejemplo, en 2021 la moda le hizo un guiño a la década de los años 70, donde se pasó de unos pantalones *skinny* que tanto estilizan la figura, a unos con piernas más anchas. Acciones como esta nos demuestran que la moda es un ciclo repetitivo constante, en el que muchas marcas o grandes diseñadores, reflejan las modas de años pasados que tanto éxito tuvieron en las pasarelas (Philips, 2020).

5. CAPÍTULO IV: Moda y publicidad

Como dice Grupo de Análisis de la comunicación (2008) “La publicidad y la moda son acusadas de frívolas y banales; son efímeras y ficticiales y, tal como las conocemos hoy, constituyen un modo de “retórica” que las convierte en discursos paradigmáticos de la postmodernidad”.

Actualmente, ambos sectores se encuentran en una etapa de expansión, puesto que la moda necesita de la publicidad como medio promocional y comunicativo, y la publicidad necesita de la moda para vestir a los modelos. Determinados medios de comunicación como las revistas de moda que incluyen soportes publicitarios, requieren de la inversión publicitaria de marcas de moda para conseguir llegar al público, ya sea mediante anuncios de ropa, complementos, o incluso anuncios de perfumes (Grupo de Análisis de la comunicación, 2008).

El mundo de la moda siempre ha sido uno de los ámbitos más influyentes en la sociedad y así lo demuestra la publicidad. Es importante conocer la repercusión que tiene la misma en relación con la moda, y cómo influye socialmente (B., & B., 2021).

El consumidor se encuentra tan influenciado por la moda que en realidad no compra belleza, sino que compra más que eso, compra estatus, compra el mundo al que quieren pertenecer (Portillo, 2020), por lo que el productor se ve obligado a renovar o cambiar de manera constante el producto para conseguir satisfacer las nuevas necesidades que se crean en la sociedad de consumo (Vértice, s.f.). La moda se reinventa de manera constante y las tendencias se modifican, por lo que la sociedad se ve en constante cambio y evolución de estilos y prendas de vestir.

Nos encontramos en un mundo globalizado en el que la moda es una herramienta de gran importancia que define a las personas, es decir, las prendas, el estilo y accesorios que portamos conforman gran parte de nuestra personalidad, convirtiéndola en algo totalmente característico.

La publicidad influye en muchos aspectos de la moda. La sociedad es cada vez más influyente, por lo que los nuevos modelos de publicidad surgidos actualmente (*influencers, celebrities...*) permiten que la moda se muestre en muchos aspectos publicitarios y se implante fácilmente en nuestra sociedad (Rouza, 2010). Y así se puede comprobar diariamente en los medios de comunicación que nos rodean, como programas de televisión o informativos, a través de los cuales conocemos las marcas que visten los presentadores, o galas cinematográficas, donde los actores y actrices son objeto de promoción de marcas de ropa con prendas exclusivas diseñadas milímetro a milímetro (Grupo de Análisis de la Comunicación, 2008). Cabe destacar también la relación tan directa que tiene la publicidad con el mundo del espectáculo y las pasarelas de moda, dos lugares donde la combinación publicidad y moda se muestra ante millones de espectadores.

La moda y la publicidad son dos sistemas dobles que sustentan una actividad determinada configurada por intereses comerciales y empresariales a la vez que dominados por grandes grupos multinacionales (Grupo de Análisis de la Comunicación, 2008). En este caso, se podría decir que el sistema de la moda, más concretamente el de la Alta Costura, depende en parte de la publicidad, pues que sin esta no sería posible trasladar el mensaje al público ni captar su atención.

Y gran parte de esos mensajes los muestran día a día los denominados *influencers*, quienes, gracias al desarrollo y alcance del uso de redes sociales, han centrado ahí su trabajo. Y con ello, aparecieron los bloggers, que según la RAE se define bloguero como “persona que crea o gestiona un blog” (Ballano M., 2016). La figura del *influencer* ha logrado destacar de alguna manera en los medios digitales, sobre todo en las redes sociales, quien promociona o participa en sectores productivos como por ejemplo en el de la moda, a través de la visibilidad e imagen que estos usuarios transmiten sobre determinadas marcas, o la creación de una marca personal o empresa cuyo éxito ha sido grandioso (González Marín N, 2020).

6. CAPÍTULO V: Conclusiones

Desde sus inicios, la manera de vestir se ha convertido en un elemento diferenciador e individualizador, a la vez que indicativo de “pertenencia social”. Muchos autores piensan que entre los orígenes del vestido está el principio de autoafirmación (Casablanca y Chacón, 2014). Nuestra indumentaria es un hecho básico de la vida social común a todas las culturas, y no sólo refleja nuestras intenciones, sino que es la forma por la cual interpretamos a los demás (Merleau-Ponty, 1985), y transmitimos emociones y comunicamos historias (Cerrillo Rubio, 2019).

El lenguaje de la moda en cada momento de la historia, está relacionado con una serie de formas y normas sociales establecidas que están en constante movimiento (Casablanca y Chacón, 2014), por lo que se podría decir que, las distintas modas son creaciones relacionadas directamente con el estado general de las sociedades, siendo también un reflejo de estas (Cerrillo Rubio, 2019), es decir, la forma de vestir comunica en todo momento y refleja la sociedad en su totalidad.

La moda significa más de lo que a priori pudiese intuirse. Encajar conlleva parecerse, acercarse a la sociedad por miedo a la exclusión o al rechazo, por lo que la indumentaria refleja significados sociales que hacen de puente hacia un estilo de vida determinado (Calefato, 2002), por eso cada individuo elige una manera distinta de mostrarse a la sociedad a través de la ropa, los complementos, los adornos..., y así poder formar parte de un grupo social y expresar nuestra identidad personal.

Si partimos del objetivo principal que era conocer las distintas maneras de expresión y comunicación a través de la moda a lo largo de la historia se puede afirmar que tras la investigación llevada a cabo, sí que se han conocido todas ellas en función de cada momento histórico, reflejando la sociedad y su mentalidad a la perfección.

Con este trabajo se ha querido demostrar cómo a través de la moda se puede realizar un estudio exhaustivo de cada época, dando respuesta y cumpliendo los objetivos marcados en los primeros apartados. Se ha analizado el impacto que ha tenido la moda a lo largo de las distintas sociedades, así como la versatilidad de esta como herramienta de

expresión y comunicación, que ha marcado los cánones de cada década. Tras el desarrollo del trabajo, se puede finalizar la conclusión señalando de nuevo la notable y determinante función que tiene la moda a la hora de comunicar. La moda es un lenguaje, es una manera de dialogar sin palabras, es un arte hecho por artistas para que sea gozado por hombres y mujeres libre e independiente.

La moda ha sufrido una evidente evolución durante todas las décadas tanto en el mundo de la comunicación como publicitario, adaptándose a las novedosas plataformas y medios de comunicación. Una evolución que muestra nuestro propio cambio y estilo de vida, adaptándose a las novedosas solicitudes y a un público cada vez más cuantioso. Se parte desde los comienzos de la moda hasta la época actual, donde se menciona y explica el valor e importancia que ha adquirido el fenómeno social conocido como “*influencer*”. Además de un análisis de las redes sociales y lo que ha supuesto su aparición, construyendo un nuevo lugar donde la funcionalidad de la moda es fundamental. Todo ello sin dejar atrás la historia y origen de la moda, que para comprender la actual, muchas veces se necesita retroceder al pasado y ver las raíces de este concepto.

7. REFERENCIAS

A. (2016, 25 junio). *Mods*. Tribus Urbanas. <https://www.dtribusurbanas.com/mods/>

Archetto, M. B. (2020, 24 septiembre). Moda de los 2000: tendencias y estilos noughties que nos gustaría olvidar. Vogue. <https://www.vogue.mx/moda/articulo/moda-de-los-2000-noughties-que-significa>

Barba, M. (2022, 28 febrero). *El vestido negro de Givenchy de Audrey Hepburn en Desayuno con diamantes y siete parecidos que podemos*. Tendencias. <https://www.tendencias.com/shopping/vestido-negro-givenchy-audrey-hepburn-desayuno-diamantes-siete-parecidos-que-podemos-comprar>

BBC News Mundo. (2017, 18 octubre). *La millonaria batalla legal por las codiciadas UGG, las icónicas botas de lana australianas*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias->

Bellver, E. (2020, 14 octubre). *Moda de los años 20*. Tendenzias.com. <https://tendenzias.com/moda/moda-de-los-anos-20/>

Beltrán-Rubio, L., (2019, 29 mayo). *Rei Kawakubo/Comme Des Garçons: Art of the In-Between*. Culturas de Moda. <https://culturasdemoda.com/rei-kawakubo-comme-des-garcons/>

Breve historia de la moda. (2015, 4 junio). <https://pielfort.es/blog/art%C3%ADculos/breve-historia-de-la-moda>.

Casablanca, L., & Chacón, P. (2014a). EL HOMBRE VESTIDO. UNA VISIÓN SOCIOLOGICA, PSICOLOGICA Y COMUNICATIVA SOBRE LA MODA. *Cartaphilus*, 13, 60–83.

Castillo, B. (2021, 13 noviembre). *Pruebas de que la moda de los 2000 están de vuelta*. Busca ya la nueva edición 2020–2021. <https://guiauniversitaria.mx/pruebas-de-que-la-moda-de-los-2000-estan-de-vuelta/>

Catalán, A. (2018, 11 julio). *Por qué el new look cambió la historia de la moda*. Grazia México y Latinoamérica. <https://graziomagazine.com/mx/articles/por-que-el-new-look-cambio-la-historia-de-la-moda/>

Cerrillo Rubio, L. (2010). *La moda moderna*. Siruela.

Cerrillo Rubio, L. (2019). *Moda y creatividad*. Nerea.

Claire, M. (2021, 31 agosto). *¿Conoces la verdadera historia del banador y del bikini?* Marie-Claire.es. <https://www.marie-claire.es/moda/tendencias/fotos/historia-banador-bikini-traje-de-bano-femenino>

¿Cuáles son las claves del estilo grunge? (2020, 15 diciembre). Ifema Madrid. <https://www.ifema.es/noticias/moda/estilo-grunge>

Definición e Historia de la moda |. (s. f.). lanubearartista.es. https://www.lanubearartista.es/Diseno/bloque3/DI2_U6_T1_Contenidos_v01/1_definicion_e_historia_de_la_moda.html

ELLE. (2018, 7 noviembre). *Marc Jacobs relanza la polémica colección por la que fue despedido en 1992*. <https://elle.mx/moda/2018/11/07/marc-jacobs-relanza-grunge-1992>

ELLE. (2020, 23 septiembre). *Las tendencias de moda de principios de los 2000 que no queremos que vuelvan*. <https://elle.mx/moda/2016/07/18/las-tendencias-de-moda-de-principios-de-los-2000-que-no-queremos-que-vuelvan/>

Espinal Pérez, C. E. (2015). *El cuerpo: un modo de existencia ambiguo*. Co-herencia, 8. <https://dialnet.unirioja.es>

Gallego, A. E. (2021, 22 mayo). *Le Smoking: el traje que liberó a la mujer*. L'OFFICIEL MÉXICO. <https://www.lofficielmexico.com/moda/le-smoking-traje-libero-mujer>

Grupo de Análisis de la Comunicación (2008). *Moda, comunicación y sociedad*. Comunicación Social ediciones y publicaciones

González Marín N. (2020) *Análisis de la moda en prensa, televisión y redes sociales. El caso de Vogue, Maestros de la costura y las Influencers*. (Trabajo de Fin de Grado). Universidad de Sevilla

Hobbs, J. (2021a, febrero 14). *Los 13 momentos que cambiaron la historia de la moda*. Vogue España. <https://www.vogue.es/moda/articulos/momentos-cambiaron-historia-de-la-moda>

K. (2020, 16 enero). *Guía New Era: todo lo que debes saber sobre gorros*. Blog New Era. <https://www.newera.mx/blog/guia-new-era-todo-sobre-gorros/>

L. (2022, 16 marzo). *Vive tu revival de estilo con estas tendencias de los 2000*. Lookiero Blog. <https://lookiero.es/blog/estilo-anos->

Limón, E. (2021, 22 diciembre). *Años 2000 y sus momentos con más estilo: inspiración Y2K a la vista*. GQ. <https://www.gq.com.mx/moda/articulo/que-estaba-de-moda-en-los-anos-2000-hombre>

El little black dress, una historia de Coco Chanel y la liberación femenina. (2019, 9 agosto). Milenio. <https://www.milenio.com/estilo/moda-y-belleza/little-black-dress-coco-chanel-popularizacion-prenda>

Martínez, M. (2020, 16 febrero). *Esmoquin para mujer: de Yves Saint Laurent a Naomi Campbell pasando por Lady Di.* ELLE. <https://www.elle.com/es/moda/tendencias/a30889971/historia-esmoquin-mujer-ves-saint-laurent/>

La Moda en «Los Locos Años 20». (2020, 2 septiembre). Teté CaféCostura. <https://www.tetecafecostura.com/moda-locos-20/>

Modapedia de la celebrity y diseñadora Elsa Schiaparelli. (2021, 25 febrero). Modapedia. <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/elsa-schiaparelli/205>

Modapedia de la diseñadora Miuccia Prada. (2020, 23 julio). Modapedia. <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/miuccia-prada/209>

Modapedia de la marca Miu Miu. (2020, 23 julio). Modapedia. <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/miu-miu/148>

Modapedia de Rei Kawakubo. (2020, 8 abril). Modapedia. <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/rei-kawakubo/58>

Modapedia del New Look. (2020, 23 julio). Modapedia. <https://www.vogue.es/moda/modapedia/hitos/new-look/344>

Olvera, C. S. (2022, 23 marzo). *Lily Collins muestra cómo llevar un sofisticado esmoquin con zapatos pumps*. Vogue. <https://www.vogue.mx/moda/articulo/como-llevar-un-esmoquin-con-zapatos-pumps-como-lily-collins>

P. (2018a, abril 18). *Calvin Klein. Convirtió la ropa interior y el vaquero en moda*. Fundamentos del Arte II. <https://profeanacob.wordpress.com/2018/04/18/calvin-klein-convirtio-la-ropa-interior-y-el-vaquero-en-moda/>

Pané, G. H. (2020, 18 junio). *Historia National Geographic*. historia.nationalgeographic.com.es. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/historia-bikini-traje-bano-dos-piezas_15453

Pert, A. (2020, 22 enero). *Historia de la moda*. Andrespert.com. <https://www.andrespert.com/historia-de-la-moda>

Redacción, N. (2022, 4 marzo). *LA TRAYECTORIA KARL LAGERFELD EN FENDI (1965–2019)*. Enrique Ortega Burgos. <https://enriqueortegaburgos.com/karl-lagerfeld-en-fendi/>

Rodríguez, P. (2017, 30 abril). *9 claves para entender a Rei Kawakubo: la protagonista absoluta de la gala del Met*. Grazia. <https://graziomagazine.com/es/articles/9-claves-para-entender-a-rei-kawakubo-la-protagonista-absoluta-de-la-gala-del-met/>

Ros, L. (2022, 12 enero). *Los pantalones de tiro bajo nos llevan de regreso a los 2000*. Modalia.es. <https://www.modalia.es/moda/los-pantalones-de-tiro-bajo-nos-llevan-de-regreso-a-los-2000/>

S. (2015, 8 marzo). *Significado de Snob*. Significados. <https://www.significados.com/snob/#:%7E:text=Qu%C3%A9%20es%20Snob%3A,la%20clase%20que%20considera%20inferiores>.

Tabuena, E. (2019, 6 agosto). *Cómo conseguir un look naif*. www.mundodeportivo.com/uncomo. <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/belleza/articulo/como-conseguir-un-look-naif>

Velasco Molpeceres, A. (2021). *Historia de la Moda en España: de la Mantilla Al Bikini* (1.ª ed.). CATARATA.

Zoilo Calderón, L. (2021) Evolución de la cultura de la moda en publicidad y comunicación. (Trabajo de Fin de Grado). Universidad de Sevilla

Índice de imágenes

Imagen 1. Coco Chanel vistiendo un “little black dress”. Fuente: www.fuentemobel.es	10
Imagen 2 y 3. Escenas de la película “Desayuno con diamantes”. Fuente: www.trendencias.com y www.milenio.com	11
Imagen 4. Grupo de mujeres en los años 20. Fuente: www.brickellbayaruba.com	13
Imagen 5. Vestido-langosta, de Elsa Schiaparelli. Fuente: www.dsigno.es	14
Imagen 6. Diseños de Elsa Schiaparelli, años 30. Fuente: www.revistadeartes.com	15
Imagen 7. Marilyn Monroe con un traje de baño de dos piezas. Fuente: www.harpersbazaar.com	15
Imagen 8. “New Look”, de Christian Dior. Fuente: www.synapse.ucsf.edu	16
Imagen 9. Falda estilo Mary Quant. Fuente: www.vogue.es	18
Imagen 10. Jackie Kennedy con un sombrero estilo “pillbox”. Fuente: www.elmundo.es	20
Imagen 11. Esmoquin, de Yves Saint Laurent. Fuente: www.lofficielmexico.com	21
Imagen 12. 1976: Patti Hansen en una campaña de Calvin Klein. Fuente: www.vogue.es	22
Imágenes 13, 14 y 15. Looks de la primera colección prêt-à-porter de Prada en 1988.	

Fuente: www.thefashionchop.com	23
Imagen 16. La actriz Chloë Sevigny como imagen de la marca Miu Miu. Fuente: www.vogue.es	24
Imagen 17. Diseños de Rei Kawakubo en la exposición 'Rei Kawakubo/Comme des Garçons: Art Of The In-Between' en el MET en Nueva York. Fuente: www.vanitatis.elconfidencial.com	26
Imagen 18. Perry Ellis SS, 1993. Fuente: www.elle.mx	27
Imagen 19. Portada de la revista ELLE US, noviembre 1992. Fuente: www.elle.mx	28
Imagen 20. Rihanna en el Jingle Ball de Z100, año 2005. Fuente: www.vogue.es	31