



LOS ESPACIOS DE DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA MODA EN LA EUROPA MODERNA Y CONTEMPORÁNEA. ESPACIOS PRIVADOS VERSUS ESPACIOS PÚBLICOS

RUTH DE LA PUERTA ESCRIBANO

Investigadora y profesora de Historia del traje en Tevian, Valencia
ruth.puerta@uv.es

Recibido: 05/11/2013

Aceptado: 15/12/2013

Resumen:

El objetivo de este artículo es ahondar en el cambio de espacios de difusión de la moda europea a tenor de las distintas maneras de invertir el tiempo de ocio por parte de los principales consumidores de la moda, esto es, la Corte y aristocracia en las fiestas (banquetes, tertulias y bailes) y de la burguesía desde el siglo XIX para idénticos fines. En el siglo XX, la moda se difundió a través de los medios de comunicación de masas, pero sobre todo desde las pasarelas de moda. Además abordaremos el cambio en los lugares de distribución de la moda y el paso del pequeño comercio a los grandes almacenes. Todo ello a partir de su reflejo en la literatura y el arte de la época.

Palabras clave: Moda, historia, sociedad, comercio, grandes almacenes

Abstract:

This paper focuses on the change of the European spaces of fashion due to the various ways to invest leisure time by the main consumers of fashion such as the Court and aristocracy at parties (banquets, social gatherings and dances) and the bourgeoisie from the nineteenth century for the same aim. In the twentieth century, fashion was disseminated through the mass media, but especially from the Fashion show. Furthermore, this article explains the changing distribution sites of fashion from the small trades to the big Department Stores. This reflection through the literature and art of the time.

Keywords: Fashion, history, society, commerce, department stores.

* * * * *

1. Los espacios de difusión y distribución de la Moda. Espacios privados versus espacios públicos

Los espacios de difusión de la moda a lo largo del tiempo han sido tanto privados como públicos, con tendencia al aumento de los segundos en detrimento de los primeros. Ambos han variado a tenor de las distintas maneras de invertir el tiempo de ocio por parte de los principales consumidores y difusores de la moda. Por otro lado, si la Corte y la alta sociedad aristocrática devinieron los principales consumidores difusores de la moda en los siglos XVI al XIX a través principalmente de las fiestas cortesanas y palaciegas que incluían banquetes, tertulias y bailes, la burguesía los relegó a partir del siglo XIX en las mismas ocasiones. En el siglo XX, la moda se difundió a través de los medios de comunicación de masas (cine, TV y pasarelas de moda), al tiempo que ha sido fomentada políticamente y difundida por los grupos musicales; se ha comercializado por medio de las tiendas y los grandes almacenes. En consecuencia, se ha democratizado y, por tanto, ha sido consumida y difundida por todas las clases sociales. Veamos a continuación unos cuantos ejemplos acerca del uso de los espacios de difusión de la moda y de los centros de distribución de la moda.

1.1. Los espacios privados

En los lugares privados al aire libre o en el ámbito doméstico, como el palacio, se ha ocasionado un variado elenco de actividades de entretenimiento e intelectuales tendentes a agilizar el ingenio y a divertir a los participantes. Cacerías al aire libre, comidas, conciertos, juegos, certámenes, tertulias, bailes, se preparaban entre los muros de los palacios cortesanos de la edad moderna y principios de la edad contemporánea. El más emblemático ha sido el de la institución cortesana. La itinerante Corte, lugar de vivienda y administración Estatal del rey, reunía a los cortesanos allegados a la realeza y promovía la moda más caprichosa, bien directamente a través de las muñecas o bien de los eventos. Ciertamente, en la corte francesa dieciochesca del rey Luis XIV o rey Sol la moda se promovió por medio de unas muñecas llamadas Pandora: la Gran Pandora (gran tamaño) y la Pequeña Pandora (pequeño tamaño), que eran ataviadas al detalle por las modistas y enviadas a diferentes cortes europeas, para informar a las damas de abolengo de las últimas novedades, a fin de que pudieran copiar la línea, el género de tela y el color en boga de la moda parisina. Era un correo respetado al máximo. Con el tiempo las muñecas de juguetes usadas por las niñas burguesas, siguieron difundiendo las modas del momento¹ ya que para ellas se confeccionaban vestidos diseñados por modistos y diseñadores en boga. Pero este es otro tema.

La cacería al aire libre constituía una verdadera reunión de amigos durante varios días donde hombres y mujeres acudían vestidos con la moda del momento e incluso hablar de la ropa bordada con emblemas que lucía cada cual servía de motivo de entretenimiento tras la fiesta deportiva. De hecho, en la novela *El cortesano*, Lluís del Milà describe una cacería de primavera en el monte transcurrida en la finca real de los duques de Calabria, la Garrofera, en Liria, a la que acudieron los duques, damas y caballeros luciendo sus mejores galas, incluso bordadas con motes alusivos al amor en la ropa, sombreros y joyas. Salió el duque de Calabria y la reina doña Germana *muy ricamente vestidos de terciopelo carmesí, brsolados de hilo de oro: por invinción,*

¹ VAQUERO ARGÜELLES, I.: *La moda renovada*. En GÓMEZ A. (coord.): *Guía del Museo del Traje*, Ministerio de Cultura, Madrid, 2005, p. 85.

muchas matas de retama, que los granos dellas eran muy gruesas y finas perlas orientales de gran valor. Diciendo a todas las damas:

-Mi invención traygo por mote.

A esto respondió la reyna con unos celos cortesanos y dixo:-La retama es mi amor y vos d'ella el amargor.

Dixo el duque sonriendo:

Mi amor es la retama, por mostrar sobrado amor. Que en mi no stá el amargor, sino en mi dama.

En las medallas de doña Violante el mote decía: *Mi mano muestra con razón, quien está en mi corazón.*

Alabado fue el mote que lució María, la mujer de don Diego Ladrón, vestida de fiesta con una ropa de terciopelo negro broslado con unas sierpes. Y en una montera de la misma tela estaba este letrero: *En el medio stá lo bueno, que en los extremos se pierden los que perdemos.*²

Velázquez retrata al rey Felipe IV de caza (1635. Óleo sobre lienzo. Museo del Prado. Madrid) y al príncipe Baltasar Carlos de caza (1635. Óleo sobre lienzo. Museo del Prado. Madrid), de la misma guisa, ataviados con atuendo de caza, siguiendo la moda del momento. Y para el campo había un traje específico, el vaquero de origen turco, caracterizado por sus espectaculares tiras colgantes en la espalda y usado por mujeres y niñas.

La etiqueta en los banquetes en palacio de la corte española fue más rígida que en el resto de Europa y se mantuvo con pocas variaciones desde el Renacimiento hasta el siglo XIX, a pesar del cambio de dinastía. Con independencia del tipo de comida que se celebrase en público o en privado, se cuidaban todos los detalles y la aparatosidad aumentaba en los banquetes ante el exterior para aumentar el poder de la casa real. Y si en los detalles de la mesa adquirían relevancia o valor sagrado piezas como salero y el correcto uso de cada mano en la ceremonia,³ el mismo cuidado se observa en la indumentaria. De ello dan constancia los grabados que reproducen la celebración de la comida en palacio ofrecida por el duque de Alba ante el nacimiento del príncipe (1707. Biblioteca Nacional. Madrid) y cuadros como el de Luis Paret *Almuerzo de Carlos III ante la corte* (Óleo sobre lienzo. Museo del Prado. Madrid. 1771). En ambas imágenes se observa a la corte española ataviada a la moda francesa del momento.

² DEL MILÀ, L.: *El Cortesano*, Universitat de Valencia, Valencia, 2001, pp. 179-189.

³ SIMÓN PALMER M^a C.: *La cocina de Palacio 1561-1931*, Castalia, Madrid, 1997, p. 111.



Carlos III almorzando ante su corte. Luis Paret. Museo del Prado. 1771

A los palacios de la corte se acudía a ver representaciones teatrales en alguna sala acondicionada a tal fin. Así, por ejemplo, el día de la presentación del duque de Osuna a la emperatriz de san Petersburgo, le ofrecieron una función dramática en palacio, que se llenó de invitados y esclavos negros *con turbantes y muchos oros y colorines y unos ciudadanos con unas mitras singularísimas, de las cuales salían penachos de plumas de avestruz, que caen formando ramos como los de las palmeras, que les sirvieron de comer y beber (...)* El duque iba resplandeciente como un sol, todo él lleno de relumbrones, collares y bandas. Duró desde las siete y media de la tarde hasta las tres de la madrugada.⁴

El palacio y castillo de la nobleza. El palacio constituyó uno de los lugares de sociabilización y diversión de la nobleza más destacados a donde ésta acudía para escuchar música, bailar, jugar a las cartas, hacer tertulias, juegos y presentar en sociedad a las jovencitas que cumplían la mayoría de edad. Ser invitada a un baile de palacio ocasionaba no pocos problemas a la invitada para estar a la altura de la ocasión, tal como se refleja en la novela *Ana Karenina*, editada por vez primera en 1877, en la que Leon Tolstoi alude a la fuente de preocupaciones que supuso Kity tener que pensar en el traje que debía llevar para el baile en el palacio de Kity en san Petersburgo. Así lo refleja:

Apenas comenzaba el baile cuando Kity y su madre franquearon la escalera principal, brillantemente iluminada y llena de flores; en toda su longitud veíanse lacayos muy empolvados, con librea roja; y desde el vestíbulo, donde madre e hija se detuvieron para arreglar el traje y tocado, oíase un rumor semejante al de una colmena; los músicos preparaban sus instrumentos para tocar el primer vals (...) El traje, el tocado y todos los preparativos necesarios para aquel baile habían sido asunto de muchas preocupaciones para Kity; pero nadie lo hubiera sospechado al verla entrar, tanta era la sencillez y naturalidad con que lucía sus galas; solo una rosa adornaba su linda cabeza. Kity estaba realmente bella y satisfecha de sí misma; su vestido, sus zapatos y guante le parecían bien; pero lo que más le agradaba era la estrecha cinta de terciopelo que hacía las veces de collar. A su modo de ver, esto era lo más característico; tal vez se pudiese criticar

⁴ VALERA, J.: *Cartas desde Rusia*, Miraguano S.A. Ediciones, Madrid, 2005, p. 64.

*todo lo demás, pero nunca aquella cinta. Los ojos de Kity brillaban de contento, sus carmíneos labios sonreían involuntariamente, y, en fin, la joven tenía la persuasión de estar en aquel momento encantadora.*⁵

En el baile, la mujer bien vestida siempre provocaba un potente efecto seductor, más agudizado cuanto mayor fuera la belleza de la persona, hasta el punto que la belleza natural eclipsaba a los adornos:

Ana Karenina llevaba un vestido de terciopelo negro, escotado, que dejaba ver sus hombros esculturales y sus hermosos brazos, reduciéndose el adorno de la falda a un rico encaje de Venecia; una guirnalda de flores blancas hacía resaltar el brillo de su cabello negro, y en el pecho llevaba un ramo de las mismas flores; su tocado, muy sencillo, sólo tenía de notables unos pequeños rizos naturales que caían sobre las sienes, y la parte posterior del cuello, terso y blanco como el marfil, y engalanado con un hilo de perlas muy finas.

*Kity veía diariamente a la bella Ana, de quien se prendó desde luego; pero nunca le había parecido tan seductora y hermosa como en aquel instante, con su traje negro: su impresión fue tan viva, que le pareció no haberla visto nunca antes. Entonces comprendió que su mayor encanto consistía en eclipsar con su propia belleza los adornos con que se engalanaba, los cuales eran simplemente el marco de que se destacaba aquella figura, sencilla, natural y elegante.*⁶



Ilustración de Ana Karenina de libro de León Tolstoi “Ana Karenina”, E.A.D.A.F. Madrid, 1968.

Los preparativos previos al baile constituían un gran ajetreo en el interior del palacio y del castillo, como se lee en la obra *El Gatopardo* de Giuseppe Tomaso di Lampedusa:

Los trajes de las señoras llegaban de Nápoles en largas cajas negras que parecían féretros, y un verdadero enjambre de costureras, peinadores y zapateros corrían

⁵ TOLSTOI, L.: *Ana Karenina*, E.A.D.A.F. Madrid, 1968, pp. 709-710.

⁶ *Ibidem.*: pp. 711- 712.

*nerviosamente de un lado a otro; presurosos criados pasaban llevando mensajes apremiantes para las modistas (...)*⁷.

En el palacio se organizaba certámenes literarios que se convertían en verdaderos juegos de seducción y conquista. Como ejemplo referente a la alta sociedad petersburguesa, da buena cuenta el escritor Juan Valera en las cartas que escribiera durante el viaje a Rusia para trabajar en la embajada de España en San Petersburgo junto al duque de Osuna. Al principio del viaje, durante su estancia en Berlín en 1856, Juan Valera asistió a un certamen en el palacio de Landgraf para el que reunió a todos sus caballeros y poetas a fin de que escribiesen un verso sobre la esencia del amor. El premio al vencedor sería la mano de la hija Isabel. El amado de Isabel, un tal Tanhäuser declararía que el amor es el *deleite supremo de poseer el objeto amado*, basándose en la experiencia, lo que le valió la excomunión del papa desde Roma. En la carta que escribió el 26 de noviembre de 1858 dirigida al señor don Leopoldo Augusto de Cueto, marqués de Valmar, literato, político, embajador y académico, socio del Ateneo Científico, Artístico y Literario de Madrid, destacó que la velada estaba amenizada con música, *decoraciones maravillosas y los trajes, de una riqueza y exactitud singulares. Ni en París ni en Londres se representa nada mejor.*⁸

El juego de secretario estaba de moda entre la alta sociedad el san Petersburgo de 1857. Consistía en una reunión de amigos en casa de alguno en la que un grupo escribía y preguntaba enigmas mientras otros debían dar respuestas y soluciones.

1.2. Los espacios públicos

Los espacios públicos de diversión y difusión de la moda han de diferenciarse de los espacios públicos dedicados a la comercialización del producto. Con respecto a los espacios de difusión de la Moda públicos pueden dividirse en dos tipos, los religiosos (la iglesia, las procesiones) y los profanos. Entre los profanos se hallan los lúdicos (el teatro, la danza, la ópera, los bailes, los paseos al aire libre, los paseos en carroza, las fiestas de las bodas, las corridas de toros, los juegos de cañas, las pasarelas de moda) y los deportivos (las cacerías, las carreras de caballos, los torneos de tenis).

Las fiestas religiosas han congregado a la gente en la calle ataviadas con las mejores galas y joyas. Los reyes los primeros, como relata la condesa d' Alnoy (1679-1681) en la *Relación del viaje a España* que escribiera tras visitar la corte madrileña. Así, para la fiesta del Corpus, el rey Carlos II asistió:

(...) con un traje de tafetán negro y brillante, bordado con sedas azules y blancas marcando los acuchillados; sus mangas eran de tafetán blanco, bordadas de sea azul y con azabaches; eran my largas y abiertas por delante. Llevaba pequeñas mangas pendientes que caían hasta la cintura, la capa arrollada al brazo y un gran collar de oro y pedrerías, del que colgaba un pequeño toisón de diamantes. Llevaba también hebillas de diamantes en sus zapatos y en sus ligas, y un grueso cordón en su sombrero, que brillaba tanto como el sol y al pie de esa escarapela una perla que llamaban La Peregrina, que es tan gruesa como una pera cermeña o de verano y de la misma forma.

⁷ LAMPEDUSA, Giuseppe Tomasi., *El Gatorpardo*, Narrativas-Edhasa, Madrid, 1987, pp. 46, 218-219.

⁸ VALERA, J.: *Cartas desde Rusia*, ob. cit., p.38.

*Pretenden que es la más bella que existe en Europa y que sus aguas y calidad son perfectas.*⁹

Con respecto a las fiestas profanas, las corridas de toros han sido centro de admiración y espectáculo de moda en las que se reunía gente de todas las clases sociales. Los reyes acudieron con sus mejores galas a una corrida de toros en Madrid en el siglo XVII, él:

*(...) vestido con un trae de tafetán negro, ajustado a todas las partes de su cuerpo, su capa recogida bajo el brazo izquierdo, una golilla a la moda de España, una barba cortada en forma de media luna, su sombrero de copa cuadrada y baja; pero la reina parecía mejor vestida porque llevaba un corpiño de tafetán negro, una hermosa falda de brocado adornada con tres volantes de hermosos encajes puestos sobre un guardainfante, que la hace parecer ancha como una torre; no llevaba peinado ninguno; todos sus cabellos caían sobre su cuello; tan solo una pequeña trenza sobre la parte alta de su cabeza, en el lado izquierdo, que estaba atada con una hermosa cinta de color y cubierta por una hermosa rosa de diamantes. No llevaba pañuelo al cuello; pero llevaba un alto encaje aplicado sobre su vestido alrededor de sus hombros, ya demás hermosos pendientes de diamantes; un collar de gruesas perlas y una rosa de diamantes sobre el seno.*¹⁰

En las plazas de toros se ha propagado la imagen de la mujer española decimonónica engalanada con mantilla y abanico.

Los paseos en carroza por el Madrid del siglo XVII han mostrado la galantería a través del atavío de las mujeres, que se las arreglaban para presentarse allí con lujo:

*Se ponen sus trajes mejores y no olvidan ni su rojo ni su albayalde, a quienes piden prestados todos sus atractivos. Se las ve de diversas maneras en las carrozas de sus amantes; las unas no se muestran más que a medias, y van allí o medio veladas, o con las cortinillas corridas, ostentando sus trajes y sus bellezas; las que tiene galanes que no pueden o no quieren darles carrozas, se sitúan en las avenidas de paseo y bordean las calles o los caminos que allí conducen.*¹¹

En la Edad Moderna, el teatro ha devenido uno de los principales centros de propagación de la moda tanto desde el escenario por los actores como desde el palco por los espectadores. Principalmente el género de las comedias fue el más criticado duramente por los teólogos de la Edad Moderna que, como fray Antonio de Ezcaray, predicador en Santiago de Querétaro, Méjico, adujo lo siguiente:

*“Y porque el origen, estanque de donde nace, corre y se trasplanta toda la profanidad son las comedias pues, puedo ver en los comediantes (as) los efquitos abufos, formas y trages profanos, nace el que tantos y tantas los imiten”.*¹²

Para asistir al teatro, las mujeres ponían el mismo empeño que en otras ocasiones como los bailes y las tertulias. De hecho no encontrar el atuendo apropiado podría ser causa de renuncia de la asistencia al evento. Así lo expresa Tolstoi al señalar

⁹ D'AULNOY, M.: “Relación del Viaje de España”, en GARCÍA MERCADAL J. (coord.): *Viajes de Extranjeros por España y Portugal*, Tomo II, Aguilar, Madrid, 1959, p. 1047.

¹⁰ D'AULNOY, MADAME.: ob. cit. pp. 769-770.

¹¹ DE BRUNEL, A.: “Viaje de España”. En GARCÍA MERCADAL, J. (coord.): p. 429.

¹² B.N. EZCARAY, A.: *Las Voces del dolor*, Thomas López de Haro, Sevilla, 1691. p. 319.

que a la tertulia en el palacio de la princesa Betsy Tverskaya no acudió Ana Karenina, así como tampoco al teatro, donde tenía palco y *prefirió quedarse en casa porque la costurera no le había cumplido su palabra*. De los tres vestidos que Ana había mandado arreglar antes de su viaje a Moscú, dos no erran adecuados y el tercero no estaba arreglado a su gusto puesto que ella *poseía el arte de vestir bien por poco dinero y arreglaba sus vestidos de tal modo que no los pudieran reconocer*.¹³

Por su parte, Juan Valera, en la carta desde Varsovia escrita el 30 de noviembre de 1856, explica la visita al teatro para ver actuar a las bailarinas un baile polaco desde el palco del Gobernador de la ciudad, desde donde alabó la belleza de las mujeres polacas y se asombró por la extravagancia del atuendo del hijo del Gobernador. De este modo lo expresa:

*Las damas, esas delicias de Capua, miraban de un modo que derretía, y tuvieron la ocasión de hablar con otras espectadoras y con las bailarinas, casi todas polcas, y las más lindas muchachas que Valera nunca había visto en su vida hasta el punto de que el duque estaba fuera de sí y quería llevarse alguna pero por pudor no se atrevió a proponerlo. Para la ocasión acudió el hijo de éste vestido del modo más pintoresco. No gasta camisa, sino una túnica de seda bordada bárbara y prolijamente por manos circasianas. Sobre esta túnica, una sobreveste singularísima. En la cabeza, un bonete de pieles que le cae sobre la espalda formando una manga. Botines bordados, como los de los majos de España, y calzones bombachos.*¹⁴

Las fiestas constituían centros de difusión de la Moda en toda Europa. En la España de los Austrias, las fiestas sagradas y profanas poblaban los relatos de los cronistas desde el Renacimiento, agudizándose en el siglo XVII tras las grandes epidemias que asolaron al país y la conciencia de la proximidad de la muerte. Cualquier pretexto era bueno para convertirse en motivo de fiesta.¹⁵ En ellas se desplegaba toda suerte de acrobacias vestimentarias y relaciones sensuales reprimidas a causa de la influencia de la mentalidad religiosa. Los moralistas de la iglesia y los reyes ejercieron poca influencia en sus intentos de censura de las costumbres y la forma de vestir por medio de las leyes suntuarias y los memoriales de teología. Las fiestas continuaron en época de los Borbones.

De la danza, la ópera, los bailes al aire libre, las cacerías y las carreras de caballos, los cafés de finales del siglo XIX dan idea los cuadros de los artistas impresionistas como Renoir, Manet, Degas, Monet, Sisley, Loutrec, del mismo modo que de los paseos por la playa hablan los cuadros de Sorolla.

¹³ TOLSTOI, L.: ob. cit., p. 749.

¹⁴ VALERA, J.: ob. cit., p. p. 50

¹⁵ DOMÍNGUEZ ORTIZ, A.: "Renacimiento, Ilustración". En DOMÍNGUEZ ORTIZ, A.: *Historia de España*, Labor, Barcelona, 1991, pp. 297- 298.



Le moulin de la Galette. Renoir. 1876. Musée d'Orsay. París.

En el siglo XX la moda se difundía a través de un espacio específico para ella. Eran las pasarelas de moda. El origen de los desfiles de moda se atribuye a Charles Frederick Worth hacia 1870 en París y de allí se expandieron por Londres (1890) y Nueva York (1910). Será después de la primera guerra Mundial cuando se convertirán en verdaderos acontecimientos sociales que ilustrarán las revistas de moda. A París acudían los compradores de los grandes almacenes extranjeros para ver los desfiles y adquirir la ropa de la nueva temporada, seguidora de la nueva estética de la modernidad, vínculo de la industria y la costura.¹⁶

La Pasarela Gaudí (Barcelona, ahora convertida en Pasarela Barcelona), tiene una antigüedad desde el año 1920 tras el nacimiento de la *primera Fira de Mostres de Barcelona* que incluía una sección de vestuario y confección y desfiles en el palacio de Bellas Artes, que con el tiempo cambiaron de lugar y nombre hasta llegar a ser la pasarela Gaudí desde 1984 tras la iniciativa de Juan Antonio Comín.¹⁷ El origen de la pasarela Cibeles se halla en la Moda del Sol, primer antecedente de la Semana Internacional de la Moda presentado en 1979 en el palacio de Exposiciones de la Cámara de Comercio (Paseo de la Castellana nº 234) y desde entonces los certámenes de la moda se celebraron dos veces al año con el nombre *Imagenmoda e ibermoda*. En 1991 se trasladó el recinto al parque Ferial Juan Carlos I con el fin de exportar la moda al extranjero. *Solo los países que hacen grandes ferias son grandes exportadores*, según el director Cipriano López Lizarbe. En 1996 la pasarela Cibeles se incorporó a la Semana de la Moda en el parque Ferial Juan Carlos I y supuso la incorporación del *pret à porter* de lujo.¹⁸ En Valencia la pasarela *Valencia Fashion Week* (Valencia) nace en los años ochenta del siglo XX, y ha cambiado de ubicación constantemente, desde el centro del Carmen hasta la ciudad de las Artes y las Ciencias, pasando por diversos edificios municipales.

¹⁶ EVANS, C.: *Fashion Show, Les desfilades de moda*, Ajuntament de Barcelona, 2007, p. 29.

¹⁷ *Ibidem.*: pp. 135-142.

¹⁸ FIGUERAS J.: *Moda española. Una historia de sueños y realidades*, Ediciones internacionales Universitarias, Madrid, 2003, pp. 81-82

El origen de los desfiles oficiales de moda individuales privados se sitúa en las propias casas de moda de los diseñadores, en los hoteles, ferias de moda y discotecas. Hay artistas que han desfilado en estos locales de distintas ciudades, como Francis Montesinos. Desde los años setenta con su equipo de trabajo, el diseñador empezó a crear desfiles de moda concebidos a modo de espectáculo, de fiesta y espacio de creatividad. Así presentó sus colecciones en Valencia en la discoteca *Le Paradís* (ubicado en el palacete de Ayora) recreando el ambiente art Decó, años treinta. Desde finales de la década de 1970, y en los ochenta, el artista exhibía sus colecciones en su tienda *Montesinos bis*, entre las que destacó la inspirada en el estilo ad Lib ibicenco.



Desfiles de Francis Montesinos en la Tienda de la Calle Caballeros nº 40. Valencia. Finales de 1970.
Fotografías: Cortesía de Francis Montesinos.

El 26 de septiembre de 1985 presentó en la plaza de toros de las ventas de Madrid el Mayor espectáculo de la Moda española titulado *Made in Spain*. Le siguieron numerosos escenarios. El *performance* de moda de 1988 de Berlín, el rockódromo madrileño de la casa de campo, la pasarela Cibeles con la colección Desampa de 1994, el auditorio del parque Juan Carlos I de Madrid para presentar su *Colección de colecciones* en 2004 en la que celebra más de 30 años en el mundo de la moda.¹⁹ También Francis ha participado en la *Valencia Fashion Week*.

El papel de los medios de comunicación ha sido esencial en este aspecto, pues tanto los diarios como la prensa especializada y, sobre todo, la televisión y Facebook se han convertido en el canal de difusión más inmediato.

2. Espacios de distribución de la moda

Los espacios de distribución de género de ropa tienen su origen en los talleres medievales de sastrería, donde se cortaba y confeccionaba las prendas a medida para hombre y mujer de uso civil y religioso así como tiendas de campaña y banderas de guerra. Será en el siglo XVII cuando comience la venta por los sastres de trajes confeccionados. De ello ha dado buena prueba Lope de Vega en la novela *La Prudente*

¹⁹ GÁMEZ, C.: *Francis Montesinos*, IVAM, Valencia, 2004, pp.14-30.

Vengnaza, procedentes de la nobleza y de la burguesía urbana, pero no faltan voces y opiniones de las clases subalternas. Dice así:

*Poco menos que loco partió Lisardo de Madrid el mismo día, comprando a sus criados bizarros vestidos de aquella calle milagrosa donde sin tomar medida visten a tantos, y para Laura dos joyas de a mil escudos, porque aunque sea la mujer más rica del mundo, agradece lo que le dan y más después de ausencia.*²⁰

En esta novela se hace referencia también al curioso dato del malestar que causaría llevar una prenda mal confeccionada:

*Y en esta parte soy de su parecer por la dificultad del traje y la gravedad de las personas, y más después que se han subido en un monte de corcho, haciéndose los talles tan largos que se hincan de rodillas con las puntas de los jubones.*²¹

Los comercios de moda perduraron hasta la apertura de los grandes almacenes, y convivieron con ellos durante algún tiempo. En España la localización de comercios juntos del mismo ramo textil surgió hacia 1839 a modo de pasajes de tiendas y se abrieron en las ciudades más pobladas como Madrid y Barcelona, siendo en su origen tiendas de tejido y de confección de barrio que tuvieron que afrontar numerosas dificultades hasta el punto de llegar a desaparecer. Las calles más comerciales fueron Mayor, Carretas, Carmen, Montera y Cruz. Allí tenían antaño sus obradores y talleres los sastres.²² En la Valencia de principios del siglo XX estaban en activo varios comercios ubicados en el centro histórico, que editaban catálogos propios como la gran Peletería J. Torró, los Hijos de Sánchez de León Hermanos (C/ San Vicente nº 20, 24), casa Miralles (c/ san Fernando nº 24 y 26), casa Pampló, casa Torró.



Fotografía de la revista del comercio “Hijos de Sánchez de León. Hermanos”. Valencia. Principios de siglo XX. Fotografía cortesía de José Huguet. Archivo privado. Valencia.

²⁰ DE VEGA, L.: *La prudente Vengnaza. Novela segunda*, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, p. 26. http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-prudente-vengnaza--0/html/001deb36-82b2-11df-acc7-002185ce6064_2.html.

²¹ *Ibidem.*: pp.14-15.

²² PENA GONZÁLEZ, P.: “Romanticismo”. En GÓMEZ A. (coord.): *Guía del Museo del Traje*, Ministerio de Cultura, Madrid, 2005, pp. 41-42.

En la actualidad, los comercios de Moda de las grandes ciudades están emplazados de manera concentrada en las principales y céntricas calles comerciales, como en Nueva York, París, Milán, Madrid (Gran Vía), Barcelona, Valencia (Poeta Querol, Paz, Colón, Conde Salvatierra).

Los grandes almacenes tienen su origen en el París del siglo XIX, en 1852, coincidiendo con la revolución industrial y la producción masificada. Se llamó la *maison du Bon Marché*, ubicada en la calle Sèvres de París, idea de Aristides Beaucicaud. Su filosofía revolucionaria para la época compitió con los establecimientos tradicionales a base de una política de bajo margen, dejar a la gente entrar y salir libremente, marcar los precios de los productos, todo un reto ante el usual regateo hasta entonces dominante y poder cambiar o devolver productos sin penalización. El éxito de la *maison* animó el montaje inmediato, también en París, de los almacenes *El Louvre* y *Printemps*.

El libro de literatura que mejor define el problema de la competencia entre el comercio tradicional y los grandes almacenes, ambientado en París, es *El Paraíso de las damas* de Émile Zola, publicado en 1883. Narra la historia de una joven provinciana, Denise Baudu, que llegó a París a la muerte de sus padres en busca de ayuda, acompañada de sus dos hermanos menores. Se dirigieron a la tienda de un tío de los niños, que en su día les había prometido su apoyo. Denise había trabajado en su ciudad natal como dependienta en una tienda de ropa y esperaba que su tío la emplease en la suya, *El Viejo Elbeuf*. Pero el pequeño comercio de aquella zona de París (situado un poco al norte de la Ópera) estaba en declive por la competencia de unos grandes almacenes, *El Paraíso de las Damas*, que son el equivalente de *La Maison du Bon Marché*. Con estas palabras se expresa Zola:

*“Las tiendas de antes, el pequeño comercio, agonizaban porque no podían soportar la guerra de precios que traían consigo los géneros marcados”.*²³

Abundantes son las referencias a la estrategia comercial de los grandes almacenes basada en el precio y en el carácter consumista femenino:

Mouret (...) alabó las ventajas de marcar los artículos con precios que todos pudieran ver. La gran revolución del comercio de novedades se basaba en aquel descubrimiento. (...) En la actualidad, la competencia se zanjaba cara al público; bastaba con darse una vuelta por los escaparates para fijar los precios, cada tienda hacía las rebajas que podía, conformándose con un beneficio mínimo. Se habían acabado las trampas; no más golpes de fortuna meticulosamente basados en vender una tela por el doble de lo que había costado, sino operaciones corrientes, con un tanto por ciento regular de ganancia en todos los artículos, limitando el papel de la suerte a la buena organización de las ventas, tanto más importante cuanto que no había disimulos. ¿No era todo aquello un invento sorprendente, que estaba trastocando los negocios y transformando París porque se amasaba con la carne y la sangre de la mujer?

El arte de explotar a la mujer. Tal era el fin último al que se encaminaba: la continua renovación del capital; la acumulación de mercancías; la tentación de lo barato; los precios marcados, que inspiran confianza. Por lo que peleaban y competían los almacenes era por la mujer, al que hacían caer una y otra vez en la tendida trampa de los saldos, tras aturdirlos con los escaparates. Despertaban en ella nuevas apetencias;

²³ ZOLA, É.: *El paraíso de las damas*, Debolsillo clásica, Barcelona, 2010, p. 120.

eran una tentación gigantesca ante la que ella sucumbía fatalmente al principio, pretendía aprovechar las ocasiones, a fuer de buena ama de casa; luego, se dejaba llevar por la coquetería; al final se la comían viva". Los almacenes multiplicaban las compras, democratizaban el lujo y se convertían, así en causa de temibles despilfarros, desbaratando los presupuestos familiares y favoreciendo las locuras de la moda, cada vez más costosas. Si adulaban a la mujer y halagaban sus debilidades, si la rodeaban de deferencias, haciendo de ella una reina, era su reinado el de la amorosa soberana de un pueblo de traficantes, a los que paga cada capricho con un agota de sangre.

*Estos nuevos grandes almacenes acarreaban la ruina de los antiguos comerciantes, incapaces de adaptarse a los nuevos gustos de la época.*²⁴

Numerosas son las referencias al apasionado interés y el deslumbramiento que ejercían los grandes almacenes, llenos de vida, en Denise:

Esos almacenes, que tan grande se le antojaban, en los que, en sólo una hora, entraba más gente de la que compraba en Casa Corneille en seis meses, la desasosegaban y la atraían; y tras aquel deseo de visitarlos también ella, se insinuaba un temor inconcreto que los hacía aún más seductores. Al tiempo, la tienda de su tío le causaba.

Tras diversos avatares, Denise entró de dependienta en *El Paraíso de las Damas*, a pesar del disgusto ocasionado a su familia. Con estas palabras explica el autor el desprecio sentido por el tío de Denise hacia el comercio tradicional:

*¡Son como máquinas de explotar a la gente!...*²⁵

Los principios fueron muy difíciles para la muchacha. De hecho Denise, fue despedida de los grandes almacenes y encontró trabajo en un pequeño comercio de París propiedad de Robineau que inició una campaña contra los grandes almacenes a partir de un acuerdo firmado con varios colegas de Lyon que le habían hecho una oferta excepcional de vender una seda negra con más cuerpo, de grano más grueso y a menor precio que la que podría comprarse en la París-Paraíso.²⁶ Pero su carácter sereno, su bondad y su honestidad consiguieron que Denis volviera a los grandes almacenes y fuera ascendiendo en el complicado organigrama de la empresa hasta llegar a ser la encargada de la sección infantil e influyó con sus ideas en la filosofía y organización empresarial, que Mouret tildaba de socialista ya que sus ideas tendían a proteger a los empleados:

*“El que quiera una máquina resistente, tendrá que utilizar hierro de buena calidad; si el hierro se rompe, o si lo rompen, se detiene el trabajo, una nueva puesta en marcha duplica los gastos supone todo un desperdicio de energía. A veces se entusiasmaba al imaginar el gigantesco bazar modélico, el falansterio del comercio, donde a cada cual le correspondería con exactitud, según sus méritos su parte proporcional de los beneficios; y donde tendría garantizada la seguridad del día de mañana mediante un contrato (...) En vez de los despidos en masa, se fue organizando un sistema de permisos durante las temporadas bajas, y, por fin, iba a fundarse muy pronto una caja de solidaridad que pondría a los empleados al amparo del paro forzoso y les garantizaría una pensión. Era éste el embrión de las grandes asociaciones obreras del siglo XX”.*²⁷

²⁴ Ibídem, pp.: 120- 122.

²⁵ Ibídem.: p. 35,

²⁶ Ibídem. : p. 296.

²⁷ Ibídem.: p. 532.

Asimismo Zola reflexiona acerca de la personalidad femenina como arma estratégica para hacer redondo el negocio de los grandes almacenes. De este modo, explica con audacia realista el temperamento de cada compradora del establecimiento, desde la compulsiva hasta la sensata:

*La señora Marty, poseída por su rabiosa necesidad de comprar, cogía siempre de todo en el Paraíso de las damas, sin criterio alguno, al azar de lo que hubiese expuesto; la señora Guibal se paseaba por los almacenes durante horas, sin gastar nunca un céntimo, feliz y satisfecha de poder regalarse la vista; la señora De Boves, siempre corta de dinero, padecía continuamente los tormentos de un deseo devorador y sentía rencor hacia las mercancías que no podía llevarse; la señora Bourdelais, con su fino olfato de burguesa sensata y práctica, iba derecha a las gangas y, gracias a su maña de buena ama de casa libre de pasiones febriles, daba a los grandes almacenes un sabio uso que le ahorra mucho dinero; Henriette, por último, muy elegante, sólo adquiría en ellos determinados artículos: sus guantes, calcetería, y toda ropa de menaje.*²⁸

Paralelamente a la historia de Denise y de su familia, la novela narra el ascenso y el triunfo de Octavio Mouret, el propietario de los grandes almacenes.

Con respecto al siglo XX, ya desde las primeras décadas los grandes almacenes contribuyeron a la crisis de la sastrería en general y en particular en Alemania. Los precios competitivos de los productos de vestidos ofrecidos en los comercios impedían que la clase media los adquiriera de buena calidad y a medida. El sastre que saldría adelante sería aquél capaz de ofrecer un buen corte y un buen cosido. Para ello debía estar al corriente de todas las novedades de la moda. De todo esto habla el sastre Francisco Javier Müller en el prólogo de la novena edición de su libro *Arte del corte para caballeros*. Dice así:

*La repetición de la crisis ha traído un continuo y vivo trabajo en el ramo de sastrería y a la vez y aunque parezca una paradoja una progresiva pobreza... Los precios actuales y los futuros acercándose a los precios del mercado mundial de vestidos hacen imposible a una gran parte de los clientes, sobre todo a la clase media, comprar buenos vestidos y a medida.*²⁹

Fundados los grandes almacenes en los años treinta, su expansión culminaría en los setenta, convirtiéndose de este modo en un fenómeno internacional de producción, distribución y venta de moda.³⁰ En Madrid iniciaron su andadura los almacenes *El Águila* fundados en 1850. Era ésta una tienda dedicada al textil y la confección que nunca alcanzó un gran desarrollo hasta que fue comprado por Ramón Areces para abrir el Corte Inglés. Los almacenes Capitol se inauguraron también en Madrid en 1916 y luego en 1945 con carácter popular. En enero de 1924 se inauguró en Madrid los almacenes *Madrid-París*, pioneros de este tipo de comercio. Cerraron en 1934 y en su mismo edificio se instaló la sucursal madrileña de los almacenes populares Sepu. En 1950, Galerías Preciados comenzó su expansión por las diversas capitales españolas. La cadena de grandes almacenes más grande de España es *El Corte Inglés* fundada por

²⁸ *Ibidem.*: p. 126.

²⁹ Müller, J.: *Arte del corte para caballeros*, Casa editorial Deutsche Bekleidungs-Akademie M. Müller and Sohn, München, 1926, p.2.

³⁰ VAQUERO ARGÜELLES, Isabel., “La moda renovada”. En GÓMEZ A. (coord.): *Guía del Museo del Traje*, ob. cit., p. 83.

Ramón Areces en el Madrid de 1962 e instalado en la plaza de Cataluña en Barcelona. Durante muchos años compitió con la cadena Galerías Preciados, cadena fundada por un pariente cercano suyo, hasta que ésta fue absorbida por la primera. El éxito de estos grandes almacenes animó el montaje de otros muchos, como Celso García, que se incorporó a la actividad a finales de los años sesenta, partiendo de una infraestructura de sastrerías, o *Sears*, que con capital extranjero se asentó a principios de los setenta. En otras zonas de la geografía española también comenzaron a nacer establecimientos bajo el concepto de grandes almacenes, como *Marcol*, en Valencia; *Gay*, en Salamanca, Zaragoza y Valencia; *Capitolio*, *El Aguila* y *Sepu*. En Barcelona destaca *Alpelayo* y *Botas*, en Oviedo, o *El Pilar* y *El Pote*, en Vigo, entre otras.³¹ Los consumidores de ropa españoles, pronto se acostumbraron a acudir a los grandes almacenes, como demuestra la fotografía de M^a Amparo Artal Mascarell, sonriente, probándose un abrigo de piel en unos grandes almacenes, probablemente valencianos (Fotografía cortesía de Beatriz Olette).



M^a Amparo Artal Mascarell. Fotógrafo anónimo. Década de 1950 (Fotografía cortesía de Beatriz Olette).

³¹ *Los grandes almacenes pierden en España su carácter de negocio familiar*, El País, domingo 12 de julio, 1981, http://elpais.com/diario/1981/07/12/economia/363736813_850215.html

Referencias bibliográficas

- D'AULNOY, M.: "Relación del Viaje de España", en GARCÍA MERCADAL J. (coord.): *Viajes de Extranjeros por España y Portugal*, Tomo II, Aguilar, Madrid, 1959.
- DE BRUNEL, A.: "Viaje de España". En GARCÍA MERCADAL, J. (coord.): *Viajes de Extranjeros por España y Portugal*, Tomo II, Aguilar, Madrid, 1959.
- DE VEGA, L.: *La prudente Venganza. Novela segunda*, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- DEL MILÀ, L.: *El Cortesano*, Universitat de Valencia, Valencia, 2001.
- DOMÍNGUEZ ORTIZ, A.: "Renacimiento, Ilustración". En DOMÍNGUEZ ORTIZ, A.: *Historia de España*, Labor, Barcelona, 1991.
- EVANS, C.: *Fashion Show, Les desfilades de moda*, Ajuntament de Barcelona, 2007.
- EZCARAY, A.: *Las Voces del dolor*, Thomas López de Haro, Sevilla, 1691.
- FIGUERAS J.: *Moda española. Una historia de sueños y realidades*, Ediciones internacionales Universitarias, Madrid, 2003.
- GÁMEZ, C.: *Francis Montesinos*, IVAM, Valencia, 2004
- LAMPEDUSA, Giuseppe Tomasi., *El Gatorpardo*, Narrativas-Edhasa, Madrid, 1987.
- MÜLLER, J.: *Arte del corte para caballeros*, Casa editorial Deutsche Bekleidungs-Akademie M. Müller and Sohn, München, 1926.
- PENA GONZÁLEZ, P.: "Romanticismo". En GÓMEZ A. (coord.): *Guía del Museo del Traje*, Ministerio de Cultura, Madrid, 2005.
- SIMÓN PALMER M^a C.: *La cocina de Palacio 1561-1931*, Castalia, Madrid.
- TOLSTOI, L.: *Ana Karenina*, E.A.D.A.F. Madrid, 1968
- VALERA, J.: *Cartas desde Rusia*, Miraguano S.A. Ediciones, Madrid, 2005, p. 64.
- VAQUERO ARGÜELLES, I.: *La moda renovada*. En GÓMEZ A. (coord.): *Guía del Museo del Traje*, Ministerio de Cultura, Madrid, 2005.
- ZOLA, É.: *El paraíso de las damas*, Debolsillo clásica, Barcelona, 2010.