

Lourdes Cerrillo Rubio (2019): “Moda y Creatividad. La conquista del estilo en la era moderna, 1789-1929”

---

*Donostia-San Sebastián, Editorial Nerea*

**Ana Llorente Villasevil.** Centro Universitario Villanueva (UCM)/ESNE (UCJC)

Doctora en Historia del Arte (UAM, 2018) y profesora asociada en el Grado de Diseño de Moda de ESNE, el Diploma de Comunicación y Gestión de la Moda de Centro Universitario Villanueva, así como del MA Fashion and Luxury Business Management de Global Business School y el Máster en Dirección Creativa de Fashion Films y Branded Content de ECAM.

Nueve años después de que la desaparecida Biblioteca Azul Mínima de Siruela presentase *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*, la editorial Nerea ofrece la revisión del que debe considerarse uno de los trabajos más sólidos que ha producido el panorama nacional de los estudios de la moda. Su autora, Lourdes Cerrillo Rubio, cuenta con numerosas publicaciones que la consolidan como un pilar maestro para la historia del traje. En esta ocasión, vuelve a demostrar un equilibrio entre la intuición y el rigor académico, dirigiendo al lector a través del vasto campo de interrelaciones desde el cual la moda fue conformándose como sistema creativo moderno.

El libro incluye un prólogo en el que Cerrillo anuncia dos novedades en relación a la publicación de 2010: la ampliación de las imágenes seleccionadas y de la bibliografía específica. En efecto, *Moda y Creatividad. La conquista del estilo en la era moderna, 1789-1929*, se sostiene como un sólido trabajo de investigación, documentado e ilustrado a lo largo de su centenar y medio de páginas con imágenes, apoyadas en precisos pies de figura, que constituyen un ensayo visual de la ya de por sí amena narración. Pero, para el lector veterano, conviene subrayar que el enriquecimiento traspassa estas aportaciones visuales y calidad documental que aumentan el innegable atractivo de este volumen. El propio título revela un leve pero trascendental giro discursivo respecto de *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*. Así, lejos de ser anecdóticas, la ausencia del término "arte" y la presencia de "creatividad" constituyen el manifiesto de un compromiso madurado de la autora con el cambio de dirección por la que discurre tradicionalmente la historia del arte cuando afronta el traje y la moda como objetos de análisis. Delata, por lo pronto, la correcta sintonía formal de su discurso con la vía de oficialización de la categoría cultural de la moda que, desde la década de los noventa, se ha abierto con su integración como sector de las llamadas industrias creativas.

En esta reedición de Nerea, Cerrillo vuelve a abordar el periodo mediado entre la Revolución Francesa y 1929. Esta cronología le permite instruir acerca de los

mecanismos y agentes implicados en la construcción de la moda como sistema moderno. La Ilustración y el Romanticismo se presentan como un motor ideológico de la capacidad del lenguaje indumentario para codificar nociones ligadas a la imagen personal, alimentando unas pulsiones de visibilidad que crecieron en sintonía con el desarrollo de dos escenarios urbanos centrales para la modernidad: París y Londres. La autora imbrica las dimensiones políticas, industriales, sociales, literarias y artísticas implicadas en este proceso. Pero este mosaico de información es conducido desde la asunción apriorística de la condición de la moda como potencia creadora. Dicho de otro modo, la esencia creativa de este campo, y la autonomía artística de su agente principal, el modisto ("modisto-artista", como apunta Cerrillo), no son hipótesis a demostrar por la autora, sino los generadores de los códigos estéticos del espíritu de la modernidad. Tal vez por ello, el libro carece de conclusiones finales y se erige como un inteligente y exquisito entramado narrativo que ampliará de forma espontánea el sentido de juicio acerca de la posición de la moda como sistema de comunicación y construcción cultural, y habilitará al lector para poder comprender el valor histórico y teórico de este campo desde sus inicios. Precedidos por una introducción, los cuatro capítulos que dividen el libro hacen presente de forma implícita este planteamiento.

El primero de ellos alumbra el papel determinante que tuvo en el siglo XVIII el gremio de los "comerciantes de modas" como originadores del "ciclo moderno" de este sistema. Estos creadores de prestigio, entre los que destacó Rose Bertin –promotora de la imagen de María Antonieta en la corte de Versalles– ejercieron como "directores del gusto" coincidiendo con la inminencia de dos hechos sobre los cuales planearía la influencia del inconsciente cortesano. El primero de ellos sería la agonía de las leyes suntuarias que precedió a la proclamación de la libertad indumentaria en Francia, en 1793; es decir, al comienzo de la puesta en práctica en Europa del derecho a "vestir a la moda" y el abandono del traje a la expresión de un cierto pluralismo ideológico. El segundo lo constituiría el modelo de confección en serie potenciado por la industrialización y nutrido por una burguesía ávida de ostentación. La exposición de las dimensiones de esta maquinaria industrial y empresarial ilumina al lector el terreno sobre el que actuarían las cuatro figuras creativas clave de la moda moderna a las que atiende Cerrillo en lo sucesivo: Charles Frederick Worth, Jacques Doucet, Paul Poiret y Gabrielle Chanel.

El segundo capítulo abarca el proceso de "formación del sistema y la identidad artística del modisto", retratando a Charles Worth como la lúcida conciencia creativa y empresarial que asentó las bases de la alta costura. Este apartado queda lejos de recaer en meras revisiones de este episodio de la historia de la moda. Antes bien, el libro reformula la trayectoria del inglés procesando las claves con las que, frente a la incuestionable pasión de Worth por la materialidad del traje, el sistema productivo industrial avanzaba a la definición de una moda moderna basada en la idea previa a la construcción del traje; hecho que Cerrillo contempla en la figura de Paul Poiret y sus intentos extremos de control de calidad con sus "reproducciones genuinas".

Es precisamente el tercer capítulo el que se centra en la compleja personalidad de Poiret. En estas páginas se descubre la erudición del modisto en su interacción con agrupaciones como la Wiener Werkstätte. Sin olvidar el análisis de las transformaciones que lideró en 1906 a la hora de romper con los deformadores cánones indumentarios

femeninos mantenidos de manera discontinua desde el siglo XV, el capítulo revela cómo la creación de moda se estaba desplazando hacia una posición de compromiso con el presente próximo al de las vanguardias artísticas. A este respecto, se hace brillante la alusión a la venta por parte de Doucet de sus cuadros rococó y la consiguiente adquisición de *Las Señoritas de Avignon* de Picasso, metáfora perfecta de la redefinición abstracta de las formas corporales que la moda comenzó a elaborar bajo el paraguas del racionalismo indumentario.

Siguiendo esta estela, el cuarto capítulo se dedica a la figura de Chanel. En él se aplica un sólido análisis del pensamiento creativo de esta visionaria a través de la revisión de hitos como el tejido jersey, la composición del estilo *garçonne* o el sombrero canotier; creaciones que, concluyendo la Belle Époque, atendían a la lógica implorada por las necesidades socioculturales y las posibilidades industriales de la modernidad.

Finalmente, y con todo ello, es preciso señalar que las páginas de este libro están dotadas no solo del apoyo de los discursos de los propios artífices de la moda, como principales teóricos de la naturaleza creativa de su profesión. Precediendo cada capítulo, se encuentra una cita que, resumiendo el argumento del mismo y tomada de la rica literatura de la moda, se antoja un broche previo, un regalo discreto y elegante por parte de Cerrillo, que el lector debería abrazar adentrándose en esta deliciosa obra que, seguro, releerá.

#### HOW TO CITE (APA 6ª)

Llorente Villasevil, A. (2019). Lourdes Cerrillo Rubio (2019): “Moda y Creatividad. La conquista del estilo en la era moderna, 1789-1929”, Donostia-San Sebastián, Editorial Nerea. *Comunicación y Métodos | Communication & Methods*, 1(2), 234-236. doi:10.35951/v1i2.53