Balenciaga: el hombre, el enigma, el rey de la alta costura

***

Balenciaga: the man, the enigma, the king of couture

By

Sara Block

****

Submitted for partial fulfillment
of the requirements for
Honors in the Department of Modern Languages and Literatures

UNION COLLEGE
June, 2012

ABSTRACT

BLOCK, SARA: Balenciaga: el hombre, el enigma, el rey de la alta costura

ADVISOR: Christine Henseler

Cristóbal Balenciaga (1895-1927) began his life as the son of a fisherman and a seamstress in a small Spanish fishing village, and ended his life in Paris as the undisputed king of high fashion. Many photos of his couture creations and articles written about his fashions by journalists and critics still exist today, along with many structural and stylistic innovations that Balenciaga introduced and other designers have since conscripted and adapted for their own work. However, apart from his clothing, little is known about the life of the notoriously mysterious and press-shy man, and the little that is known about his personal life often presents as contradictory to his professional choices. For this reason, Balenciaga was and will remain mostly an enigmatic mystery. The objective of this paper is to delve into and expose the contradictions and juxtapositions inherent in the life of Balenciaga, and if not to reconcile them, at least to explore the potential reasons behind them.

Hay una razón por qué la imagen erótica de un cura párroco no es una imagen icónica, pero Cristóbal Balenciaga (1895-1972) – el hombre, el enigma, el rey de la alta costura moderna – tuvo éxito introduciendo esta imagen en el léxico de la moda. Este hombre conservativo y católico tomó mucha inspiración de su fe y de símbolos católicos, una vez para fabricar un vestido de noche icónico de un "very sexy priest" (Bowles 107). El vestido de terciopelo negro con los estrás y el bordado de abalorio hace referencia directa a la casulla del cura (Bowles 118) [Imagen 1]. La construcción del vestido presagia la modestia y recato con el cuello alto y la largura de la falda, y los materiales suntuosos y la utilización del color negro representan la riqueza y el buen gusto de una mujer refinada. El terciopelo representa el arquetipo de una tela suntuosa, reservada para las aristócratas en las épocas anteriores. Negro evoca el lujo de la aristocracia también porque fue el color de la monarquía, la dignidad y el privilegio en España, un símbolo de la clase élite, "whose connotations permeated everything that he fashioned" (Hill 3). El color negro evoca también la religión católica y el clero de la niñez de Balenciaga, porque las costumbres estrictas sobre el duelo exigieron que su familia llevara negro por muchos años después de la muerte de su padre y por eso "black became the primal color of his childhood memories" (Hill 3). Finalmente, negro añade una sensación de drama, y Balenciaga fue un diseñador quien "particularly grasped the dramatic possibilities of black" (Blum 44). Aunque este vestido tiene raíces en el clero y los valores conservativos de la aristocracia española antigua, no es simplemente un homenaje o una manifestación de los valores conservadores personales de Balenciaga. Las ranuras altas hasta el muslo en ambos lados de la falda representan el lado "sexy" de este cura y presentan una dicotomía de valores en competición. En su mente, Balenciaga "adapted the vestments of

his parish church…for the wardrobe of the worldly woman" (Bowles 107). Entonces este vestido es a la vez un homenaje al clero y un tributo a la sensualidad del cuerpo de la mujer moderna y sofisticada. El resto de la vida, la carrera y la moda innovadora de Balenciaga muestra la misma yuxtaposición de ideas y valores opuestos al extremo, y aunque es a veces imposible conciliar todas las contradicciones, de ellas vienen sus innovaciones, innovaciones que otorga a Balenciaga el título del rey de la alta costura. La vida y la carrera de Cristóbal Balenciaga es un estudio de contradicciones y de la fusión astuta de elementos dispares o incongruentes.

Cristóbal Balenciaga no fue siempre el rey cosmopolita de la alta costura; empezó su vida en Guetaria, un pueblo pequeño de la región vasca en la costa del océano atlántico. Guetaria era habitado por familias tradicionales y de recursos modestos. Las familias consistían de un hombre que trabajaba para proveer lo justo que la familia necesitaba y una mujer que cuidaba a los niños. Fue un pueblo con una "very structured late nineteenth-century society, a provincial milieu of social constraint, formality and deep religious devotion" (Hill 3). Un hombre de Guetaria tenía tres opciones de profesión: cosechar la tierra, cosechar el mar, o entrar en el clero (Bowles 23). El padre de Balenciaga cosechó el mar como un "patrón de escampavía" hasta su muerte en 1906, después de lo que su madre empezó una carrera como costurera para proveer para sus tres hijos (Hill 3). Ella cosió redes de pesca antes de ganar trabajo de costurera y sastre para las aristócratas y el joven Cristóbal siempre la acompañaba y ayudaba (Bowles 23). A la edad de catorce, Cristóbal Balenciaga tuvo que decidir su futuro: seguir los pasos de su padre y coser el mar, o seguir los pasos de su tío y entrar el clero. Balenciaga fue un monaguillo y todos pensaron que él seguiría su tío y se haría un cura, pero decidió elegir

su propio sendero y seguir los pasos de su madre (Bowles 23) [Imagen 2]. Su primera cliente fue una cliente aristócrata de su madre, la Marquesa de Casa Torres, y ella se hizo la patrocinadora del joven Balenciaga (Bowles 24). Ella estaba tan impresionada con los talentos del joven Balenciaga que ella le envió a Madrid para la capacitación profesional (Charleston 1). Gracias al apoyo y a las conexiones de la Marquesa, Balenciaga fue expuesto al mundo de la alta costura y las personalidades destacadas de la industria en España y Paris.

El rey de la alta costura ganó su título porque era un gran innovador y un maestro de sastre. Durante su carrera, el nombre de Balenciaga representaba una garantía de calidad porque Balenciaga tuvo una obsesión con el perfeccionismo. Coco Chanel le caracterizaba como "el único capaz de diseñar, cortar, montar y coser un vestido con sus propias manos" (Zárate 49), algo que viene de la ética laboral muy estricta de los vascos y las habilidades de coser que él aprendió de su madre durante su niñez. En su documental *Balenciaga, el legado de un mito,* Arancha Gorostola "recrea la obsesión del maestro por conseguir el equilibrio y la perfección en la construcción del vestido" (Zárate 53). Su sabiduría de las técnicas de coser y de las telas le ayudó entender la arquitectura de la ropa y le permitió ser "un genio de las proporciones" (Zárate 53). La innovación más importante e influyente de este genio fue "a new silhouette for women" que da a las mujeres que llevan su ropa una confianza en si misma (Charleston 1). La silueta de la ropa impone las normas culturales de una sociedad, demuestra el nivel de la modestia anticipada de la gente, y establece el cuerpo ideal para la mujer. Una nueva silueta efectivamente rompe con las tradiciones y las normas que dictan la silueta y da más libertad a las mujeres de tener una contextura afuera de ellas; desde sus siluetas, "he

altered the silhouette of a woman's body, often defying established conventions to flatter his clients' less than perfect bodies" (Cole). Las siluetas nuevas de Balenciaga liberaron a muchas de sus clientes a parecer bonitas y sofisticadas corporalmente. Las mujeres de hoy todavía benefician de las siluetas innovadoras de Balenciaga porque después de sus debutes, "they were considered universally flattering and were copied by a large number of ready-to-wear manufacturers at every price range" (Charleston 1).

Balenciaga también revolucionó las siluetas de los cuellos y las mangas. El cuello nuevo de Balenciaga se coloca al fondo del cuello de la mujer para crear la ilusión de un cuello largo y elegante para una mujer que no lo tiene. Balenciaga diseñó este cuello colocado al fondo en 1950 para la redactora jefe de la famosa revista de moda *Harper's Bazaar* (Cole), pero fue incorporado en muchos otros diseños y celebrado por casi todas sus clientes de edad madura (Hickman). Este cuello es un buen ejemplo de como Balenciaga jugó con las proporciones y las siluetas tradicionales para mejor servir los cuerpos de las mujeres normales que eran la mayoría de sus clientes. Además de las innovaciones de silueta y cuello, las innovaciones de manga fueron una obsesión de Balenciaga. Él creyó varios estilos y larguras de manga para varios propósitos. Las mangas más importantes son la manga de 7/8" que se llama "la pulsera manga" y existe para mejor exhibir las pulseras de la mujer cuando ella lleva mangas largas, y la manga de 3/4" que todavía es muy de moda y adoptada por la masa (Crane 8). Estas mangas fueron importantes porque protegían la modestia de la mujer, cubrieron cualquier imperfección de piel, y permitían que la mujer exhibiera su estado social y su individualidad a través de sus joyas.

Finalmente, los colores y los accesorios no podían satisfacer al rey de innovación,

por lo que él diseñó sus propias telas y sombreros. Al final de su carrera, Balenciaga creyó sus propias telas de materiales inconvencionales en conjunción con una empresa suiza para mejor jugar con las proporciones y siluetas de su ropa. Esta tela se llama gazar, y se caracteriza por ser "stiff, loosely woven silk gauze" que le permitió "tailor evening gowns as crisply as his suits and coats" (Bowles 29). Antes de crear su propia tela, él estableció su gama de colores – el negro, el marrón, el rojo y el blanco – y creyó un color en particular que usaba mucho en este gama, una canela inspirada por el arte de Antoni Tàpie, Francisco de Zurburán y Diego Velázquez, que ahora se llama "Balenciaga brown" en homenaje a él (Bowles 15). Por su capacidad de innovar y construir, Coco Chanel clasificó a Balenciaga como "un verdadero modisto," más que un diseñador como ella, Dior y sus otros contemporáneos (Zárate 49). La contribución más conocida de Balenciaga a los accesorios se hizo famosa por una americana, Jacqueline Kennedy Onassis y caracterizaba una época de la moda en los Estados Unidos. En 1952, Balenciaga "pioneered the pillbox hat, a wry nod to the cleric's skullcap or the biretta, a Spanish version of the beret" (Hill 6) [Imagen 3]. Él tuvo el don para transformar sus raíces en moda, "altering the hats of the Spanish national dress into eye-catching accessories" (Blum 44). Además de rendir homenaje a los cleros y soldados españoles, el casquete pillbox jugaba con las proporciones y la pequeñez exagerada del casquete descontó la amplitud exagerada de algunas faldas y vestidos que Balenciago creyó durante el mismo tiempo (Cole). Intelectualmente, este casquete simboliza una de las yuxtaposiciones inherentes de Balenciaga, la innovación y la moda que viene de la tradición del catolicismo y la historia y tradición de España. Esencialmente, como escribió una periodista de moda, "his life and dictums of style are a fascinating study in

contrasts, nostalgic Spanish themes and provocative innovations" (Hill 2).

Aunque Balenciaga participó en el mundo abierto y liberal de la moda en Paris, siempre guardaba sus valores y nociones católicos y conservativos originados en Guetaria. La moda es la expresión de creatividad y sensualidad. La alta costura existe como el extremo de eso, una explotación de imaginación e ideas. El lujo y el exceso de la moda y los que están de moda fue "condemned by the Church as a vice of avarice, sumptuousness in dress was considered a social evil" (Freudenberger 37). Pero Balenciaga, un hombre de fe, participó en, y a veces dirigió, este mundo condenado. Él concilió su amor para la alta costura y la condenación de la iglesia con su metodología. Para él, "designing clothes was more than a craft, more than art: it had the characteristics of a religious vocation" (Bowles 107). Oscar Wilde dijo que "el sentimiento de ir a la Moda proporciona a los hombres y a las mujeres una seguridad que la religión no podría darles" (Rivière 12), pero para Balenciaga, la moda era una ampliación de su fe, no un reemplazo. Él encontró una manifestación de su fe en un métier condenado por su religión, pero vivía en esta paradoja sin abandonar ninguna parte de su identidad. En cambio, la influencia del catolicismo y los valores conservativos se manifestaban en su ropa y en su manera de trabajar; "Balenciaga transferred the moral values by which he lived into his work" (Bowles 31), su religión y su sensibilidad conservadora determinaron su ropa.

Era imposible para las clientes de Balenciaga ignorar las influencias católicas y conservativas sobre el trabajo de Balenciaga porque él siempre guardaba el comportamiento grave de un misionero. El taller y el salón de Balenciaga tenían una atmósfera severa y reverencial como una catedral (Hill 3) y da la impresión a las clientes

que “going to a Balenciaga collection was like going to church” (Bowles 25). Los empleados de Balenciaga también sentían la influencia de la iglesia y la solemnidad porque él instituyó muchas reglas de comportamiento para prevenir la vulgaridad y frivolidad que era, y todavía es, común en los talleres de la alta costura. Para mantener el decoro y la atmósfera solemnidad, “Balenciaga would not allow his staff to smile so that their teeth showed” porque pensó que era cursi y vulgar (Bowles 25). El tipo de cliente que Balenciaga atrajo apreció su dedicación religiosa a la alta costura y su solemnidad, porque crearon un “air of hauteur and exclusivity” (Hill 3). Ellas también apreciaron el conservadurismo de Balenciaga porque atrajo clientes maduras y conservativas. Balenciaga “did not concern himself with young, or rather, unmarried women…his designing was rooted in an age-old patrician society composed of a privileged few” (Bowles 32), como la de España durante su niñez. El prefería vestir una matriarca majestuosa con una contextura afuera de lo ideal que una joven cursi con un cuerpo ideal desde los estándares del mundo de la moda al momento. De la ropa de Balenciaga y el tipo de cliente que él escogió, Balenciaga dijo “a women has no need to be perfect or even beautiful to wear my dresses, the dress will do that for her” (Cole). Una cliente de toda la vida resonó esta frase como un epitafio para el diseñador después de su muerte diciendo que la ropa de Balenciaga siempre les hizo hermosas a las mujeres que la llevaban (Charleston 1). A tal fin, Balenciaga seleccionó los modelos “for how they reflected the different body types of his clients rather than for conventional allure,” que era diferente de los salones de Dior, Balmain y Chanel que seleccionaron sus modelos por su belleza convencional (Bowles 25). Él ordenó su comportamiento como el de sus otros empleos, y les exigió “never to smile, never to look at the public, at the people, but

to look over their heads" (Bowles 25), una práctica que perpetuó la reputación de la casa de Balenciaga como altivo y exclusivo. Además de servir clientes de edad madura, Balenciaga prefería trabajar con mujeres aristocráticas que compartían la ideología conservativa y católica de él. La cliente ideal para Balenciaga siempre era una aproximación de la Marquesa de Casa Torres, su primera cliente y patrocinadora.

Balenciaga tenía una relación fuerte con sus raíces españoles y tomó casi toda su inspiración de la cultura española – la historia, el arte, las instituciones – pero vivía la mayoría de su vida como expatriado en Paris. Aparte de las influencias obvias de su niñez en sus hábitos y métodos de trabajar, Balenciaga tomó influencia del resto de España para guiar la estética de la ropa que creyó. Durante su vida y carrera en Francia, Balenciaga "remained forever a Spaniard" (Bowles 15) y es dudoso que él habría salido de España si la violencia de la Guerra Civil de España no le hubiera forzado a cerrar sus boutiques y le desterrado de España (Charleston 1). La violencia amenazó a Balenciaga y sus tiendas, pero peor que el peligro físico era el efecto de la guerra en sus clientes; "his designs were favored by the Spanish royal family and fashionable members of the aristocracy" (Charleston 1), que eran el blanco del golpe de estado y las personas que tuvieron que huir de España al principio de la guerra. Es imposible trabajar como diseñador y vendedor de la alta costura sin clientes con suficiente dinero para comprar sus creaciones. Después de salir de España, Balenciaga fue a Londres y entonces a Paris pero siempre incluyó sus raíces en su ropa. Balenciaga no fue exclusivo cuando incorporó a España en su arte, y es fácil ver la influencia de los maestros artísticos, la historia de la monarquía, y "the bullrings, the flamenco dancers, the fishermen in their boots and loose blouses, the glories of the church and the cool of the cloisters and monasteries" (Bowles 15) en sus

colecciones. Su gama distinta vino de la historia de España y los artistas españoles – usó el negro majestuoso de la monarquía española (Bowles 83) y del duelo estricto de la región vasca de su niñez (Hill 3). También usó el "Balenciaga brown" que fue inspirado por las gamas de los artistas españoles, y el rojo dramático del clavel que es la flor nacional de España, "thrown in tribute at the feet of the victorious matador and embroidered on religious vestments and altar clothes" (Bowles 19) [Imagen 4]. La cultura española apareció en manifestaciones más concretas en su ropa también – su casquete popular fue una adaptación de la birreta de los soldados y cleros españoles, el rojo clavel aparecía como diseño estampado en muchos vestidos y chaquetas, y su famoso "vestido de la infanta" vino directamente de los retratos de los 1650 de la Infanta Margarita por Diego Velázquez (Charleston 1) (Bowles 35).

El famoso vestido de la Infanta debutó en el invierno de 1939, tres años después del exilio de Balenciaga de España, y fue parte de una colección de moda que era más un homenaje a España que una exhibición de la creatividad e innovación de Balenciaga [Imagen 5]. Los críticos de la moda describieron esta colección como vestidos "direct from the exhibition of the Prado paintings in Geneva" (Snow 165). Esta descripción identificó la inspiración de la colección y significa que Balenciaga atentamente recreó las imágenes de Velázquez y de la monarquía anciana española, pero la descripción no elogió los aspectos únicos de la ropa de Balenciaga como los artículos sobre las otras colecciones de Balenciaga antes y después de 1939, que las describieron como "newsworthy" y "noteworthy" a causa de sus innovaciones (Hickman). El vestido de la Infanta, el vestido icónico de la colección del invierno de 1939, es casi la imagen de la Infanta Margarita en el retrato de 1654, hasta la manera que Balenciaga diseñó la modelo

[Imagen 6]. Balenciaga imitó los colores y los materiales, una seda marfil con acentos de encaje negro en el mismo diseño (Bowles 35). El drama que el vestido trajo venía del "strong, scrolling pattern of black velvet appliquéd on white satin" (Druesedow 59). La parte desacostumbrada para Balenciaga era que no jugó con las proporciones ni la silueta del vestido. El dibujo de Velázquez no era una inspiración para este vestido, abierto a interpretaciones o la creatividad por la que Balenciaga era famoso; el retrato de la Infanta era un guía, punto final. Balenciaga, que vivía en Paris y nunca regresó a España antes de su retirada porque quería la seguridad y libertad de hacer su costura. Sin embargo, siempre hizo referencias abiertas y encubiertas a su país natal y a veces sacrificó su creatividad y su arte para atentamente hacer homenajes al país del que se había ido.

Balenciaga era apasionadamente orgulloso de su patrimonio vasco y dedicado a la preservación de la cultura vasca, pero aunque Franco quería subyugar la región y cultura vasca, él parecía ser franquista. Balenciaga expresó sus sentimientos personales desde su moda. Demostraba su amor para España y su Guetaria, sus raíces, con colecciones basadas en el arte de Velázquez, accesorios basados en los soldados vascos y cleros vascos, y una gama basada en los rojos y negros de España. Desde su ropa, hizo homenajes a su país natal, su devoción al catolicismo, y su madre. Esta expresión de nostalgia y anhelo por España y la región vasca en particular manifestó más y más al final de su carrera, "in Balenciaga's later work the clothing of his Basque homeland resonates most clearly" (Bowles 188). Por eso es muy interesante que ese hombre fielmente vasco que vivía como expatriado durante todo el reinado de Franco decidió diseñar el vestido de boda para la hija y la nieta del Generalísimo (Madrid (UPI)). En el caso de Carmen Martínez-Bordiu Franco, la nieta de Franco, Balenciaga salió de su retirada para hacer su

vestido.

El movimiento de los separatistas vascos comenzó en 1898, inmediatamente después del nacimiento de Balenciaga (Payne 37), y continuó ganando fuerza hasta la Guerra Civil cuando la región vasca trató de ganar su independencia durante el caos. Para Franco, las regiones con movimientos para independencia, como la región vasca y Cataluña, eran una amenaza a la estabilidad de la España unida bajo de él. Por eso, "the Civil War thus brought the complete defeat of all the Spanish regional nationalist movements" (Payne 48). Balenciaga debería ofenderse por Franco y su actitud sobre la región vasca, pero al contrario, Balenciaga le sustentó con su ropa, la única manera en que Balenciaga expresó sus sentimientos al público. Él también legitimó el Generalísimo con el estilo de los vestidos que creyó para su hija y nieta. El vestido de boda de María del Carmen Franco y Polo, la hija de Generalísimo Franco, evocó "a Zurbarán Madonna" [Mira: Imagen 7] del maestro pintor español Zurbarán de quien Balenciaga tomó algunas inspiraciones de gama. El vestido de boda de María del Carmen Martínez-Bordiu y Franco, la nieta del Generalísimo, "evoked the glories of fifteenth century Spanish court dress in its linear purity and restrained medieval embellishment" (Bowles 32) [Mira: Imagen 8]. El vestido de Martínez-Bordiu y Franco fue "un conjunto de raso natural blanco, con ciertos reflejos grises y rosáceos, de manga larga, y dotado de un bordado en el que predominaban las flores de lis, especialmente la que destacaba sobre el pecho" (Zárate 55). Este vestido magnífico "was a dress that might have been fashioned for Isabella I, queen of Castile and Léon, unifier of Spain and supreme champion of the Catholic faith" (Bowles 32). Al invocar la monarquía anciana española y especialmente esta reina bien respetada, el vestido de Balenciaga compara la dinastía de Franco con la

de los reyes legítimos y bien respetados. Algunas ideas políticas de Franco coincidirían con los valores y propósitos católicos de Isabella I, como “the restauration of the church’s privileges” y leyes y regulaciones “aimed at preserving the traditional role of the family” (Solsten). Balenciaga compartía estos valores conservativos y es posible que estaba de acuerdo con algunas acciones de Franco, pero sus sentimientos sobre la región vasca eran opuestos y deberían separarlos aunque posiblemente tenían algunos valores en común.

Aunque Balenciaga era un diseñador muy prolífico y hay muchas exhibiciones y reseñas críticas de su trabajo, es muy difícil analizar su vida personal porque era muy privado y misterioso con la prensa durante su vida. Balenciaga era sobre todo un modisto dedicado a su métier y ese hombre muy serio y conservativo también era muy privado y no hablaba mucho con la prensa sobre su ropa, y nunca les hablaba sobre su vida privada ni sobre la política. Helena Rubenstein le llamó “the Spaniard That Nobody Ever Sees” porque aunque su moda viajó el mundo y era bien conocido, el modisto evitó la publicidad y a los periodistas como de la peste (Bowles 26). María Zárate describió la marca de Balenciaga como una marca “perdurable” a pesar de que el hombre Balenciaga “siempre trató de vivir alejado de los focos y los micrófonos” (Zárate 55). Por eso, es necesario leer lo que sus clientes, contemporáneos y críticos escribieron sobre él, su ropa y su legado.

Los contemporáneos de Balenciaga más conocidos eran Coco Chanel y Christian Dior. Él admiró mucho a Chanel porque “he admired the modernity and ease of movement in Chanel’s clothes,” y estaba de acuerdo con su filosofía que la mujer debe “look exceptional but not outrageous nor vulgar” (Hill 5). Chanel también elogió los talentos de Balenciaga, “el verdadero modisto.” Ella era su buena amiga y su rival feroz

durante toda su carrera en Paris (Zárate 55). Su relación con Dior era más polémico porque a veces Dior era más como una seguidora de Balenciaga que una contemporánea. Dior siempre elogió Balenciaga, pero Balenciaga no hizo lo mismo; "Dior's profound respect for Balenciaga's work was not reciprocated" (Bowles 29). Aunque algunas críticas dicen que el famoso "New Look" de Dior tiene raíces en el trabajo de Balenciaga (Font 45) y que Dior tomó inspiración de otros aspectos del trabajo de Balenciaga, cuando encontró la ropa de Dior, Balenciaga era "appalled" de la frivolidad y los aspectos recocidos de la ropa de Dior, y rezongó "Christian is mad, mad!" (Bowles 29). De estas opiniones de los contemporáneos de Balenciaga sobre él y sus propias opiniones sobre ellos, es posible deducir que Balenciaga era muy respetado por el mundo de la moda pero que, como siempre, su comportamiento severo y conservativo le prohibieron completamente abrazar los aspectos liberales y frívolos del mundo de su métier. Los contemporáneos de Balenciaga tuvieron mucho que decir sobre su alta costura, pero casi nada que decir sobre Balenciaga, el hombre.

El legado de la moda de Balenciaga existe en las adaptaciones de sus innovaciones y su ropa por los otros diseñadores y las grandes empresas, y también en la marca de Balenciaga que pertenece al Grupo Gucci y es dirigido por el diseñador Nicholas Ghesquière. La marca de Balenciaga es bien conocida y ha tenido éxito económicamente, ganando dinero desde 2001 (Zárate 50,51). La pregunta es si Ghesquière está perpetuando la esencia de Balenciaga el hombre en la marca de Balenciaga bajo Gucci. Las críticas no pueden acordarse porque se disputan la definición de su esencia: su propósito y sus pasiones o sus estilos concretos. Algunos dicen que Ghesquière pone demasiado énfasis en el mercado de "pret-a-porter," o listo para llevar,

y insuficiente énfasis en la alta costura que era la gran pasión de Cristóbal Balenciaga (Zárate 51). Pero otros críticos piensan que la esencia de un diseñador “es la forma en que juega con materiales” y dicen que Ghesquière ofrece la misma estética de Balenciaga porque juega con las telas y proporciones de la ropa en la misma manera y así él sigue con los estilos concretos de Balenciaga (Zárate 51,52). La cuestión sobre si el legado de Balenciaga verdaderamente sigue la esencia de Balenciaga es tan complicado como la vida y carrera del hombre y es imposible saber exactamente cuál es la respuesta.

A causa de su evitación de la prensa y la publicidad y la falta de información sobre su vida personal por sus contemporáneos y críticas, es difícil saber qué Balenciaga pensaba y por qué hizo lo que hizo en muchas situaciones, pero hay evidencia en lo poquito que sabemos y en la ropa que sobrevivió. Un análisis de su costura, su ambiente de trabajo y sus patrones revela que los elementos que parecen dispares o contradictorios para nosotros, no lo fueron para Balenciaga. Si consideraba su carrera como una obligación religiosa para hacer ropa innovadora, especialmente para las buenas mujeres dentro del sistema patriarcal del catolicismo, es fácil integrar las innovaciones de proporción y silueta con el ambiente de trabajo como una casa de rezar más que una casa de moda y frivolidad. El papel del Papa era de salvar el alma de las mujeres y el papel de Balenciaga era de salvar la belleza y sofisticación en el mundo, empezando con las buenos matriarcas católicas.

Las contradicciones de habitación y política de Balenciaga también son difíciles a conciliar porque aparecen contra-intuitivo. Pero, desde el punto de vista de Balenciaga es posible ver su decisión de vivir como expatriado en Paris como un sacrificio que era necesario para tener éxito con su métier; en España, había leyes de modestia y lujo que

habría dificultado la alta costura y el uso de telas lujas como la seda que Balenciaga le gustaba. El sacrificio de salir de su país natal por su arte cobró un gran precio y Balenciaga esperó retirar a España y regresar, finalmente por la primera vez en muchos años, a Guetaria (Bowles 32). Por eso tiene sentido que Balenciaga no quería enojar al Generalísimo y aceptó las comisiones de los vestidos de boda de los miembros de la familia de Franco. Eso no explica por qué él decidió coser vestidos que evocaron la monarquía anciana de España y probablemente nunca vamos a saber por qué Balenciaga hizo exactamente lo que hizo en la mayoría de las situaciones porque nunca habló con la prensa ni escribió unas memorias para el público. Balenciaga, el rey de la alta costura, era un hombre complejo y misterioso, un verdad enigma con un legado además complicado.

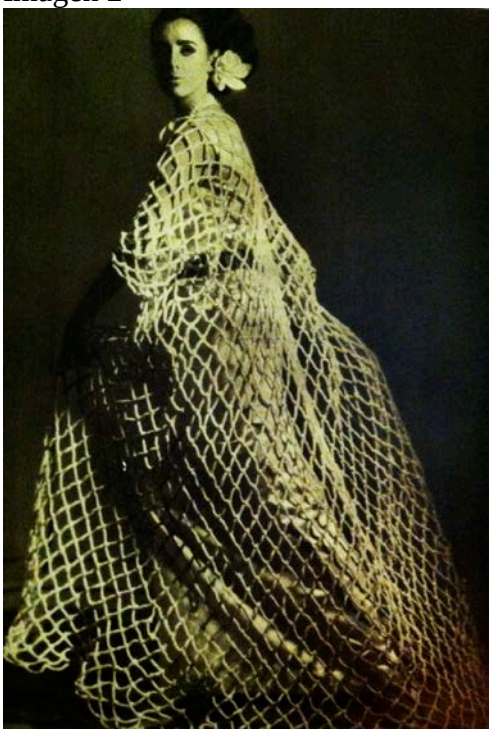
Apéndice

Imagen 1

Traje de noche de terciopelo negro con los estrás y el bordado de abalorio por Rébé (1967) – Cristóbal Balenciaga

Fuente: Bowles 118

Imagen 2



Chaquete de “red de pesca” en terciopelo blanco (1964) – Hecho por Judith Barbier para Cristóbal Balenciaga

El mantón imita el red de pesca, y sirve como un reconocimiento de los pescadores de Guetaria y un homenaje a la madre de Balenciaga, que cosió los redes.

Fuente: Bowles 22

Imagen 3

Jacqueline Kennedy Onassis

Una imagen icónica de Jackie O, llevando su casquete de pillbox signatura.

Fuente:<http://fiftieswedding.com/blog/wp-content/uploads/2011/02/jackie-o-pillbox.jpg>

Imagen 4

Traje de noche de seda tafetán blanca imprimado del rojo clavel (1956) – Cristóbal Balenciaga

Este vestido es uno de muchas prendas con el rojo clavel como diseño estampado.

Fuente: Bowles 183

Imagen 5

Traje de noche de la Infanta (1939) – Cristóbal Balenciaga

Fuente: Bowles 51

Imagen 6

Infanta Margarita (1653) - Diego Velásquez

Fuente: Bowles 50

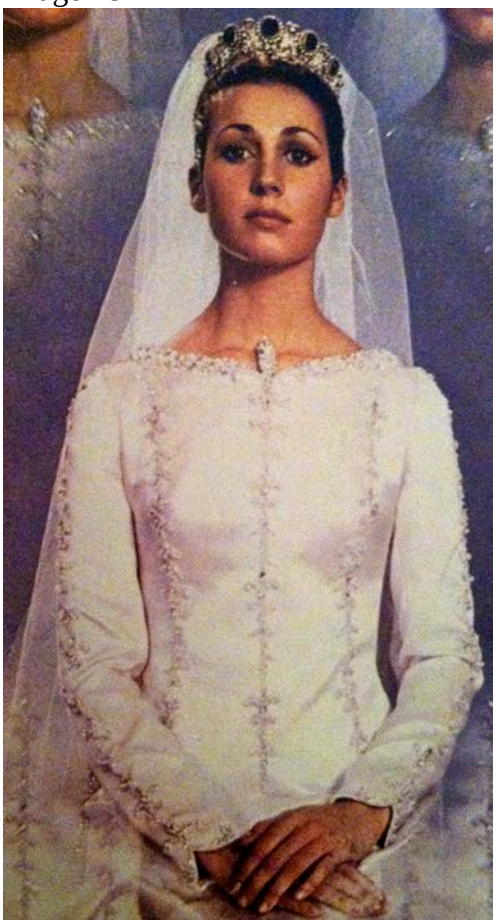
Imagen 7

Boda de María del Carmen Franco y Polo y Cristóbal Martínez-Bordiu (1950)

Balenciaga diseñó el vestido de boda que evocó el "Zurbarán Madonna."

Fuente: <http://www.generalisimofranco.com/Album/vida/pag7.htm>

Imagen 8



Vestido de boda de Doña María del Carmen Martínez-Bordiu y Franco (1972) – Cristóbal Balenciaga

Fuente: Bowles 33

Obras Citadas

Blum, Dilys E. "Ahead of Fashion: Hats of the 20th Century." Philadelphia Museum of Art Bulletin 89.377 (1993): 1+4-48. Print.

Bowles, Hamish. Balenciaga and Spain. New York: Fine Arts Museum of San Francisco, 2011. Print.

Callahan, William J. "Was Spain Catholic?" Revista Canadiense de Estudios Hispánicos 8.2 (1984): 159-182. Print.

Charleston, Beth Duncuff. "Cristobal Balenciaga (1895-1972): Thematic Essay." The Metropolitan Museum of Art 2000: sec. Heilbrun Timeline of Art History. Web. 1 Apr. 2012. <http://www.metmuseum.org/toah/hd/bale/hd_bale.htm>.

Cole, Shaun. "Balenciaga, Cristobal." GLBTQ, Inc 2002. Web. 29 Apr. 2012. <www.glbtq.com/arts/balenciaga_c.html>.

Druesedow, Jean L. "In Style: Celebrating Fifty Years of the Costume Institute." The Metropolitan Museum of Art Bulletin 45.2 (1987): 1+5-63. Print.

Font, Lourdes. "Dior Before Dior." West 86th 18.1 (2011): 26-49. Print.

Freudenberger, Herman. "Fashion, Sumptuary Laws and Business." The Business History Review 30.1/2 (1963): 37-48. Print.

Hickman, Louise. "Tunic Effects Dominate Style." The Anderson Herald 6 Aug. 1965: 5. Print.

Hill, Tamara W. "Fashion as Refined Art." Ornament Magazine 34.4 (2011). Print.

Madrid (UPI). "Wedding to be at El Pardo." The Stars and Stripes 20 Jan. 1972: 4. Print.

Payne, Stanley. "Catalan and Basque Nationalism." Journal of Contemporary History 6.1 (1971): 15-33+35-51. Print.

Rivière, Margarita. "La Moda (Elementos para una reflexión)." El Ciervo 19.192 (1970): 12-13. Print.

Snow, Carmel and Mary Louise Aswell. The World of Carmel Snow. New York: McGraw Hill, 1962. Print.

Solsten, Eric and Sandra W. Meditz, ed. Spain: A Country Study. Washington: GPO for the Library of Congress, 1988. Print.

Zaráte, María. "Balenciaga." Nuestro Tiempo Enero&Febrero (2011): 47-55. Print.