

EL NEW LOOK: DISEÑO EN LOS CINCUENTA

"Dior es el nuevo nombre en París. Con su primera colección no sólo se disparó a la fama, sino que restauró la situación general reviviendo el interés en una temporada poco animada... Su tienda estaba decorada a nuevo, sus ideas eran frescas y llevadas a cabo con gran autoridad, sus prendas estaban bellamente confeccionadas, esencialmente parisinas, profundamente femeninas." (VOGUE, abril 1947)

A pesar que el término 'New Look' es a menudo utilizado de una manera generalizada para referirse al re-diseño de un objeto o espacio conocido, cuando la frase es aplicada en un contexto más específico, es inherente al mundo de la alta costura de posguerra: al New Look de Christian Dior.

En febrero de 1947 Dior sobresaltó al mundo con su Colección de Primavera. Rechazando la idea de sastrería austera, transformó de la noche a la mañana la poco favorecedora silueta de hombros cuadrados usada durante la guerra. En su lugar creó una fantasía escultural, exagerando las curvas naturales de la figura femenina donde existían, redefiniéndolas donde no. La nueva silueta se asemejaba a un reloj de arena. "La cintura deja sin aliento", declaró *Vogue* en octubre de 1947. Los contornos del busto estaban destacados por la sastrería adherente; las caderas acolchadas para exagerar la delgadez de la cintura; nuevos 'huesos de cadera' se creaban mediante rígidos pliegues en las chaquetas; y la falda era amplia y extravagante en el uso de tela: esta era la esencia del New Look de Christian Dior.

Dior no estaba solo en esta tendencia hacia la exageración escultural de la figura femenina. Las 'cinturas de avispa' también fueron uno de los rasgos de la Colección de Primavera 1947 de Christobal Balenciaga. En *Vogue*, estos dos modistos -uno francés, el otro español- eran presentados como aliados. La chaqueta de tafeta negra de Balenciaga, con escote ondulado y cadera 'sombriilla' estaba ilustrada en la misma doble página que el influyente traje 'Bar' de Dior, con su chaqueta de seda entallada, acolchada

imitando la curva de una taza de té. Balenciaga, aparentemente, creó su propio New Look exactamente al mismo tiempo que Dior.

La principal queja contra el New Look -no sorprende- se centraba en la profusa utilización que hacía Dior de los textiles. En París una modelo que llevaba un conjunto del New Look fue atacada y su vestido fue destrozado, mientras que en la lejana Chicago el diseñador fue acosado por multitudes de mujeres furiosas con pancartas que exclamaban "Quemen al Sr Dior" y "Christian Dior vuelva a su casa". En una época en la que por toda Europa aún había escasez de materiales, y en Gran Bretaña continuaban el racionamiento y los esquemas gubernamentales de control sobre las prendas (Utility), la propuesta New Look de Dior era realmente alarmante. En Francia, por el contrario, la situación era bastante diferente. Al menos en cuanto a la alta costura concernía. Siendo la moda la fortaleza del país en cuanto a diseño, los modistos franceses más importantes fueron incentivados por el gobierno para desarrollar sus controversiales y extravagantes colecciones. El mismo Dior recibió significativo apoyo de un acaudalado empresario textil, Marcel Boussac, sin cuyo patrocinio e ilimitados suministros de tela el New Look nunca podría haberse concebido.

En retrospectiva, sin embargo, más importante que la controversia inicial que rodeó al New Look fue el radical cambio estético que la colección simbolizaba. Una vez que la indignación pública por el derroche y la indulgencia disminuyeron, no llevó mucho tiempo para que los principios básicos del nuevo estilo fueran aceptados, no a medias sino con entusiasmo. En un lapso de quince meses hasta los vestidos utilitarios eran producidos a partir de un estilo New Look simplificado. En retrospectiva puede verse claramente como el New Look introdujo un cambio fundamental en la concepción de la figura femenina que no era solamente capricho de una temporada, ni tampoco una reacción a la austeridad de los tiempos de guerra: anunciaba

la llegada de un New Look para una nueva década.

Este libro, sin embargo, no es sólo acerca de moda, sino acerca de un cambio más amplio en la estética del diseño de los últimos años 40 y primeros '50. El año 1947 marca un punto de quiebre en el diseño internacional. De ahí la razón para la aplicación de la frase New Look fuera de su contexto original para describir la naturaleza de estos cambios. En Italia, por ejemplo, los últimos '40 fueron años de regeneración y revitalización para el diseño -lo que los italianos llamaron '*ricostruzione*'. En EEUU había un gran boom de consumo de posguerra creando nuevos mercados para nuevos productos, y abundantes riquezas para astutos fabricantes que reinvirtieron en diseño. A través de sus audaces y seguros logros en arte abstracto y diseño moderno durante los cincuenta, los americanos afirmaron su identidad cultural y ganaron reconocimiento internacional. En Finlandia, Dinamarca y Suecia este período marca el surgimiento de la estética escandinava moderna, un renacer en el diseño que transformó cada aspecto de sus artes aplicadas.

A pesar de ser una vasta área a cubrir, hay ventajas que pueden obtenerse al inspeccionar el territorio internacionalmente. Es fascinante estudiar el proceso de alimentación cruzada entre diferentes diseñadores, distintos campos o disciplinas y de diversos países. También es revelador examinar el impacto del arte sobre el diseño. Una limitación intencionada de este libro es ocuparse del diseño entendido como diseño de interior y no como diseño objetual. Autos, radios y heladeras ya están muy bien ilustrados en otros libros sobre los cincuenta, mientras que las artes aplicadas aún no han sido completamente exploradas. A pesar de tomar su nombre de la moda, por lo tanto, este es básicamente un estudio sobre mobiliario y accesorios para el hogar. Sus objetivos son resaltar los logros creativos de los cincuenta, y definir las características visuales del New Look.

Los años 1946/47 -durante los cuales el New Look de Dior fue concebido y consolidado- fueron la época en la cual una nueva generación de extraordinariamente talentosos diseñadores internacionales dejaron su huella en los campos de cerámica, vidrio, plata y mobiliario. Estos diseñadores representaron a muchos países diferentes y fueron parte de un creciente movimiento internacional: el modernismo

orgánico. Incluyendo a Tapio Wirkkala y Timo Sarpaneva en Finlandia, Stig Lindberg y Nils Landberg en Suecia, Henning Koppel y Hans Wegner en Dinamarca, Carlo Mollino y Paolo Venini en Italia y Charles Eames y Eero Saarinen en EEUU. Selectiva como es, esta lista revela la magnitud que estaban generando estas transformaciones. Juntos, estos diseñadores fueron responsables de re-formar las formas básicas de las artes aplicadas, y de crear un New Look que, al igual que Dior, revolucionaría la corriente estética principal de los años cincuenta.

El New Look llegó en dos etapas diferentes. La primer oleada, el modernismo orgánico, tomó a la escultura como su fuente primaria de inspiración y afectó a las formas del diseño tridimensional y la arquitectura. La segunda oleada transformó los estampados, y reflejó las influencias de los recientes desarrollos de la pintura abstracta en la decoración de textiles, empapelados y cerámicas.

El año del New Look, 1947, fue también el año en que Jackson Pollock creó su primer obra *action painting* de gran escala. Esta nueva estética dinámica provocó gran controversia y agitación en el mundo del arte, y no transcurrió mucho tiempo para que la influencia del expresionismo abstracto fuera trasladada al diseño de estampados bidimensionales. En general, sin embargo, el New Look en el diseño de estampados se afianzó de alguna manera más tarde que en el diseño tridimensional, especialmente en los rubros más conservadores como el de empapelados y cerámicas industriales. Pero a pesar de la resistencia inicial, una vez que se puso en marcha, la transformación fue tan rápida y exhaustiva como la que había tenido lugar varios años antes en otras ramas de las artes aplicadas.

Estas y otras innovaciones en las bellas artes y en las artes aplicadas apuntan a 1947 como el año en que la marea cambió. En el corazón de este cambio estaba la especial relación que se daba en este momento entre la pintura, la escultura y el diseño.