



balenciaga

El vestido era para él la casa del cuerpo. Y consideraba que cada cuerpo era distinto a los demás. Por eso buscaba la perfección en todas sus creaciones. “Es un verdadero modisto”, solía decir de él **Coco Chanel**. Cuarenta años después de su muerte, nadie tiene dudas de que **Cristóbal Balenciaga** (1899-1972) elevó la moda a la categoría de arte. Estos días, algunos de sus diseños se pueden admirar en Nueva York, en una exposición de título elocuente: “Balenciaga, maestro español”.

TEXTO *María Zárate* [Com 11]



—**España.** El arte y el folklore españoles, y la inspiración que Balenciaga siempre encontró en sus raíces, forman el contexto en el que se enmarca la exposición *Balenciaga. Spanish Master*, que puede visitarse hasta el 19 de febrero en Nueva York.

EL PASADO 15 DE DICIEMBRE se cumplieron cincuenta años de la boda de **Fabiola de Bélgica**, el primer gran acontecimiento que miles de personas pudieron admirar en directo gracias a la naciente Eurovisión. En Bruselas había nevado y el termómetro no superó los cero grados aquel jueves invernal, pero la joven española que había enamorado a **Balduino** se presentó en la catedral de San Miguel y Santa Gúdula con un deslumbrante traje de novia que el periodista **Fermín Urbiola** ha descrito con algo de detalle en su reciente biografía de la soberana: el vestido era de satén blanco, con una larga cola y varios adornos de piel de visón en el escote y en el talle. El conjunto, “que se ceñía ligeramente al cuerpo”, lo había diseñado “en armonía con el carácter sencillo y elegante” de la

novia el modisto guipuzcoano **Cristóbal Balenciaga**.

Aquellas imágenes nupciales de **Fabiola de Mora y Aragón** que dieron la vuelta al mundo —y que incluso se popularizaron en cromos coleccionables— vinieron a confirmar el prestigio del diseñador español, que ya había cumplido entonces 65 años, y que había visto cómo la fama de su apellido se multiplicaba en revistas de papel *couche* de todo el mundo.

Hoy, medio siglo después, **Balenciaga** sigue siendo una marca que se pronuncia con respeto y admiración. El pasado diciembre se inauguró una exposición con sus diseños en el Instituto Reina Sofía de Nueva York. **Hamish Bowles**, editor europeo de *Vogue* y comisario de la muestra, aseguró que se trataba de la primera ini-

ciativa de estas características que “tiene en cuenta el impacto del diseñador en la cultura, la historia y el arte de España”. Cuesta imaginar que la historia que conduce hasta la frase entrecomillada haya comenzado hace poco más de un siglo en Guetaria, que entonces era un pequeño y desconocido pueblo pesquero de la costa guipuzcoana.

UN DIRECTOR DE ORQUESTA. Guetaria se encuentra cerca de Zarauz, y en Zarauz solían veranear algunas de las grandes familias de la aristocracia española. Una de ellas era justamente la familia **De Mora y Aragón**. **Miren Arzallus** cuenta en la biografía del modisto (*Cristóbal Balenciaga. La forja del maestro*) que la abuela de **Fabiola**, la marquesa de Casa Torres, hacía

Piezas del artista

encargos frecuentes a la madre del futuro diseñador. Se trataba principalmente de arreglos en la ropa de los niños o el servicio que ella realizaba en su modestísima vivienda. Y que fue en el interior de aquel hogar asomado al Cantábrico donde se produjo el punto de inflexión que años después hizo posible el espectacular vestido de novia de la reina de Bélgica. Ocurrió al parecer que el joven **Cristóbal**, en el que ya latía la pulsión creadora, propuso a la marquesa de Casa Torres copiar a mano uno de sus vestidos. Ella aceptó el reto algo incrédula y poco tiempo después se rindió admirada ante la capacidad y a la destreza del muchacho. Desde entonces fue su primera clienta y su mecenas. También su hija **Blanca** se puso en manos del modisto y colaboró con él en numerosas ocasiones. Gracias a esos apoyos, y gracias especialmente a las enseñanzas de su madre, **Cristóbal Balenciaga** pudo desplegar todo su potencial. Era capaz de imaginar cualquier traje y de plasmarlo en la tela con sus manos. Esa forma de trabajar sería desde siempre su insignia: la alta costura.

Empezó trabajando por su cuenta, pero en 1919 se asoció con las hermanas Lizaso, dos costureras de San Sebastián, y poco después abrió su primera tienda en el número 2 de la avenida de la Libertad de la capital guipuzcoana. Pronto hubo treinta personas trabajando para él en el establecimiento. Inauguró a continuación otras dos tiendas en Madrid y Barcelona, y su nombre alcanzó gran fama entre las mujeres españolas de cierta posición. Durante la Guerra Civil se trasladó a París y se instaló en un tercer piso de la *avenue Georges V*, un elegante inmueble que aún acoge la representación de la marca. Sólo entre 1954 y 1955, **Balenciaga** abocetó 607 diseños, vendió 2.325 modelos, convirtiéndose en uno de los grandes *couturiers* de la moda.

Entre sus clientas se encontraba lo más selecto de la alta sociedad internacional: desde las actrices **Marlene Die-**

trich o **Greta Garbo** hasta la condesa de Bismarck o la duquesa de Windsor, entre otras muchas. Los elogios a su trabajo se convirtieron en una cantinela que recorría los grandes salones europeos. Quienes le veían trabajar se maravillaban por su habilidad para cortar patrones y unir las piezas a mano. **Coco Chanel**, otra de las referencias indispensables en el mundo de la moda de aquellos años, afirmaba: “Es el único capaz de diseñar, cortar, montar y coser un vestido con sus propias manos”. Para **Chanel**, **Balenciaga** era “un verdadero modisto”; a los demás los consideraba sólo “diseñadores de moda” (y se incluía a sí misma en ese colectivo). **Christian Dior** también quedó hechizado por su trabajo, en el que incluso descubrió algunos paralelismos con la música: “La alta costura es una orquesta que sólo **Balenciaga** sabe dirigir. Nosotros, el resto, seguimos sus indicaciones”. **Hubert de Givenchy** fue otro de sus admiradores más destacados, además de amigo: “**Balenciaga** no sólo ha creado un estilo, sino también una técnica. Es el arquitecto de la alta costura”, declaró en una ocasión.

Balenciaga se inspiraba en el Arte para todos sus diseños. Solía recordar a sus trabajadores que un gran modisto debe ser un arquitecto para las líneas, un escultor para las formas, un pintor para los colores, un músico para la armonía y un filósofo en el sentido de la medida. No era un diseñador común, su peculiar carácter difería del resto de modistos. Era muy discreto, serio, perfeccionista, reacio a los actos sociales y a las fiestas, evasivo con la prensa y, sobre todo, humilde. Cuando en 1968 dejó la moda, había completado una larga carrera de diseños e innovaciones textiles. La sociedad y el mundo de la moda estaban cambiando, y quizá ya no había hueco para él. O quizá él ya no deseaba el espacio que hasta entonces había tenido. Falleció en 1972.

¿BALENCIAGA SIN BALENCIAGA? Desde 1978, la marca que **Cristóbal Balenciaga**



Vestido de cóctel en tafetán de seda estampado de flores. 1957.



Vestido camisero con estampado de motas. Medios de los cincuenta.



Traje de dos piezas. Principios de los cincuenta.



—**Un líder.** Desde 1947 y hasta mediados de los sesenta, Balenciaga fue considerado líder de la alta costura parisina.

puso en marcha en 1919 ha pasado por distintas manos. Hoy pertenece al Grupo Gucci, y su director artístico es **Nicolas Ghesquière**. Como ha ocurrido en otras casas de moda que también perdieron a sus creadores originales, los propietarios nombraron a un director artístico que orientase la línea de los diseños. En la historia más reciente de la moda, las relaciones entre la casa y el director artístico han sido, por lo general, muy intermitentes. La gran mayoría ha permanecido en su puesto muy poco tiempo. **Ghesquière**, sin embargo, es uno de los pocos modistos que mantiene una relación estable con su empresa: trabaja en Balenciaga desde 1997. Hay quienes defienden su labor creativa, pero también se le ha acusado de apartarse de la esencia del modisto.

Cuarenta años después de su muerte, la pregunta parece inevitable: ¿Consigue Balenciaga ser **Balenciaga**? La respuesta no es sencilla, pero no cabe duda de que Balenciaga sigue siendo una de las *boutiques* y una de las marcas más prestigiosas de la moda actual.

En realidad, hasta la segunda mitad del siglo xx los grandes costureros no creyeron que su nombre sobreviviría a su muerte. Consideraban que los modistos más jóvenes que se habían formado con ellos crearían sus propias marcas. En el caso de **Balenciaga** ocurrió algo de ese estilo con los aprendices **Emanuel Ungaro** y **André Courrèges**, a quienes él mismo animó a montar sus propios talleres. Gracias a la reputación de su maestro, sus firmas se han perpetuado hasta la actualidad.

Inicialmente, la casa Balenciaga la heredó la familia del diseñador, que mantuvo el negocio vendiendo perfumes y accesorios. Seis años más tarde se hizo con ella el grupo alemán Hoechste, que en 1986 la vendió al grupo francés de perfumes Bgart, dirigido entonces por **Jacques Koncier**. **Lesley Ellis Miller** cuenta en su libro *Balenciaga* que la operación pretendía aprovechar la tradición de **Balenciaga** y no olvidar su aportación a la moda. Paradójicamente, los beneficios de la empresa en el 2000 se debieron principalmente a las ventas de perfumes, y no a la ropa. Un año después la compró el grupo Gucci. **Domenico De Sole** y el diseñador tejano **Tom Ford** deseaban convertir el nombre de Balenciaga en una marca global de lujo. Tenían experiencia porque ya eran los

dueños de los bolsos y zapatos de Bottega Veneta, de la ropa de Yves Saint Laurent, de los diseños de Stella McCartney y Alexander McQueen, de los zapatos de Sergio Rossi o de las joyas de Boucheron. El grupo Gucci compite en la actualidad con otro gran conglomerado de marcas de moda: Louis Vuitton Moët Hennessy.

EL PAPEL DE GHESQUIÈRE. En esa dura relación de Balenciaga con el grupo Gucci ha sido muy importante la aportación de Nicolas Ghesquière. En las casas de moda, el director artístico es el responsable de que todos los diseños, telas, bordados, puntadas, dobladillos y bocetos suenen con el mismo tono, siempre perfectamente afinados. Al principio, el joven Nicolas Ghesquière –se hizo con la batuta cuando sólo tenía 26 años– dirigió la orquesta sin alejarse de las partituras originales de Balenciaga. No le fue mal porque obtuvo el Premio al Mejor Diseñador del Año en el 2000 y, doce meses después, el Premio al Mejor Modisto Internacional. Sin embargo, acabó centrando sus esfuerzos en el *prêt-à-porter*, un concepto muy alejado de la alta costura. Esta consiste en diseños exclusivos: se trata de coser a mano y a medida una prenda única para el cuerpo de una mujer concreta. Por el contrario, el *prêt-à-porter* o “listo para llevar” se limita a producir ropa en serie con patrones que se repiten. Por supuesto, el *prêt-à-porter* también puede ser diseño de lujo. Sin embargo, el uso de esta fórmula por parte de Ghesquière abría la posibilidad de que las melodías de Balenciaga –la esencia de su estilo– pudieran desafinarse.

Ana Balda, por ejemplo, sostiene que la moda que hace ahora Ghesquière no se identifica del todo con el espíritu de Balenciaga. Su afirmación es relevante porque lleva meses trabajando en una tesis doctoral sobre el mundo visual del modisto guipuzcoano. Dirige su trabajo Jorge Latorre, profesor de la Universidad de Navarra y doctor en Historia del Arte. A juicio de Ana Balda, Ghesquière

es uno de los modistos con más talento creativo y proyección del panorama actual de la moda: “Hay cosas que llevamos que podemos ver en desfiles suyos de hace cinco temporadas. Probablemente en eso se parece mucho a Balenciaga: en que crean tendencia. Pero sus estilos son distintos, independientemente de que siga haciendo o no alta costura”.

El diseñador Pablo Durán también cree que ha habido una ruptura. Él hizo su proyecto fin de carrera sobre Balenciaga y hoy trabaja en el taller del modisto cántabro Ángel Schlessler, por lo que se maneja bien en el plano teórico y en la práctica. “Ghesquière no guarda la esencia de la antigua casa –indica–. Continúa con el mismo estilo en general, asume mucho de las formas, de las líneas, las mangas, las costuras, pero no lleva la misma esencia. La casa ya no hace alta costura sino *prêt-à-porter*”.

Pero también hay especialistas que sostienen lo contrario. Uno de ellos es Iñaki Carvajal, estudiante de Periodismo y Moda en el centro Saint Martins de Londres, que se ha hecho famoso por su blog de moda *So vip zone*, un espacio de tendencias muy visitado. Frente a las opiniones de Ana Balda y Pablo Durán, él cree que el apellido Balenciaga y la marca Balenciaga siguen compartiendo la misma esencia. Y lo explica: “Lo que caracteriza a las casas tradicionales de moda no son los cortes exactos que sus fundadores crearon, sino la motivación y la base de sus creaciones. En el caso de Balenciaga, eso pasaba por crear ropa fácil de llevar, que realizase lo bueno y ocultase lo malo, y que ofreciera además una estética diferente a cualquier otra cosa disponible en el mercado. En mi opinión, hoy día la marca reúne exactamente las mismas características”. Carvajal también defiende sin paliativos la labor de Ghesquière como director artístico: “Lo que le caracteriza como diseñador es la forma en la que juega con materiales. Cristóbal Balenciaga había hecho lo mismo observando cómo un mismo



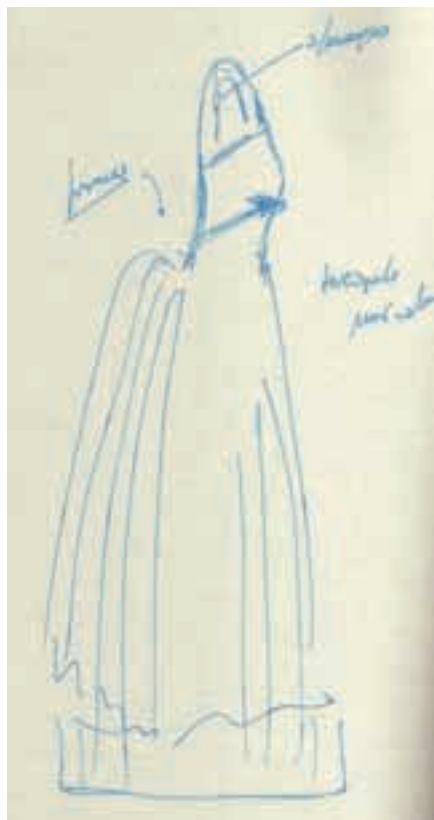
Vestido de cóctel estampado en seda. 1955 o 1956.



Vestido de cóctel en crepé de seda negro. 1967.



Capa de líneas rectas en lana amarilla. 1965.



—**El proceso.** Balenciaga diseñaba sus colecciones a partir del estudio del comportamiento de los tejidos y construía los vestidos directamente sobre la maniquí.

color varía del *tweed* al tafetán y al *moiré*. La diferencia es que **Ghesquière** lleva ese planteamiento más allá, haciendo uso de la tecnología moderna para crear nuevos materiales y transformarlos en prendas. Por ejemplo, la técnica láser para cortar los materiales. Aun así, los acabados se hacen a mano, siguiendo las delicadas técnicas de la alta costura. Todo son paralelismos entre **Ghesquière** y **Balenciaga**”.

Es un debate complejo, también porque las circunstancias y las personas son distintas respecto a las de hace unas décadas. **Ana Balda** señala que no se puede perder de vista que la moda actual se ha uniformizado más: “Las tendencias han cambiado, como la propia sociedad. Antes había una liga de grandes diseñadores (**Chanel**, **Dior** y **Balenciaga**) y una elite

minoritaria que se vestía en esas casas de moda. Desde fines de los ochenta, con la aparición de las marcas de *low cost*, la moda se ha ‘democratizado’ y la tendencia es que incluso las personas con más medios mezclan el *prêt-à-porter* de lujo con marcas baratas que cada vez están presentes en más ciudades del mundo”.

¿Balenciaga sigue siendo **Balenciaga**? Es complicado responder a una pregunta cuya respuesta siempre estará inducida por los gustos y la cultura visual de cada observador. Las opiniones recogidas en los párrafos anteriores revelan que hay varias interpretaciones posibles. Es indudable que **Ghesquière** ha conquistado una plaza en la moda actual gracias a su permanencia en la casa. Y también es cierto que su contribución profesional

a la firma ha permitido que la marca **Balenciaga** no se haya visto zarandeada por cambios bruscos de diseño e imagen. El actual director de Dior es **John Galliano**, que se incorporó a la empresa en 1997, como **Ghesquière**, pero antes que él habían pasado por el puesto **Yves Saint Laurent** (un año), **Marc Bohan** (31 años) y **Gianfranco Ferré** (ocho años).

UNA FORMA DE ARQUITECTURA. La moda es Arte. Son Arte los diseños que se crean y también lo es el procedimiento que se emplea para crearlos. **Balenciaga** sabía muy bien cómo componer excelentes melodías utilizando el Arte como instrumento: la arquitectura, la pintura, la escultura, la música y hasta la filosofía estaban presentes de un modo intangible

en cada uno de sus vestidos. El modisto guipuzcoano logró establecer lazos muy estrechos entre la arquitectura y la moda: más que diseñar vestidos, los construía. “Si la estructura es buena, se puede construir lo que sea”, afirmó una vez. **Ana Balda** lo explica con referencias concretas: “Para él el vestido era la casa del cuerpo, bonito o feo, con imperfecciones o no. Era la forma de esconder lo peor y resaltar lo mejor. Por eso, jugaba con las siluetas, las cambiaba. Si creía que algo no era el punto fuerte, decidía centrar la atención en una zona distinta del cuerpo, con sutileza. Ese creo que era su arte y en lo que estaba permanentemente concentrado. Para él no existían solo el talle o el busto, estaban también la espalda o la nuca, y se permitía crear vestidos que eran distintos vistos de frente, de perfil o desde atrás. Era eso lo que resultaba tan moderno y lo que expertos y no expertos admiraban de una mujer vestida de Balenciaga”.

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. Y eso que **Balenciaga** prescindía con frecuencia de los bocetos iniciales por miedo a limitar su espontaneidad. Después de encontrar la tela y el material adecuado, calculaba los patrones y las líneas con una perfección geométrica. El resultado era una arquitectura de volúmenes y originalidad en las mangas, en el cuello o en el talle. Dotaba a los vestidos, a las faldas, a las chaquetas o a los abrigos de un carácter arquitectónico que conseguía que la ropa y el cuerpo de la mujer se confundieran y se complementasen al mismo tiempo.

Ese planteamiento creativo era además compatible con fuentes de inspiración muy pegadas al terreno. Por ejemplo, la indumentaria tradicional de los pescadores que conoció y trató en su Guetaria natal tuvo un papel destacado en el origen de algunas de sus creaciones. La pintura fue otra de sus musas, sobre todo a la hora

decidir los colores y algunas formas de sus vestidos. **Cecil Beaton**, fotógrafo inglés de *Vogue* y de otras publicaciones del sector, lo bautizó como “el **Picasso** de la moda”. Hay un parentesco muy estrecho entre sus diseños y las pinturas de **Goya**, **Pantoja de la Cruz**, **Zurbarán**, **Velázquez** o **Zuloaga**. Influidos por la plástica del barroco español, **Balenciaga** se decantó por los colores austeros y oscuros en algunos de sus diseños. Fue amigo de **Joan Miró**, al que envidiaba porque no necesitaba a nadie para componer sus cuadros. Y así se lo hizo saber: “Tienes suerte porque tus obras de arte las pintas tú solo; yo necesito a 500 personas”.

Balenciaga era un genio de las proporciones. El cuerpo de la mujer era para él una escultura viva que la moda podía completar. A partir de 1947, comenzó a dibujar líneas que se despejaban del cuerpo: los abrigos de la línea *tonneau*, en forma de barril; los vestidos *balloon*, en forma de globo; los trajes semi-ajustados; los vestidos *baby doll*, aniñados y espaciosos; y los vestidos *queu de paon*, es decir, “cola de pavo real” (corta por delante y larga por detrás), fueron las creaciones más innovadoras y exitosas de aquella época. Apostó también por la túnica, carente de toda forma, austera como él mismo, y, sin embargo, muy sofisticada. El escultor donostiarra **Eduardo Chillida**, gran amigo de **Balenciaga**, esculpió una obra para homenajear la labor del modisto. Se trata de una pieza en la que se advierte la figura de una mujer entre dos piezas de acero: toda una metáfora de la filosofía que animaba el trabajo del diseñador. Sus modelos no tenían que ser guapas ni altas ni muy delgadas: la perfección del diseño era suficiente. Tampoco se prodigó en desfiles espectaculares o grandes fiestas: el vestido tenía que ser lo fundamental.

EL FINAL DE UNA ÉPOCA. Sin embargo, el ímpetu creador de **Balenciaga** no fue capaz de sustraerse a los cambios de mentalidad que la segunda mitad del siglo xx im-



Vestido de noche en gazar rosa pálido. Posterior a 1960.



Vestido de cóctel en otomán estampado azul y negro. 1957.



Traje de noche negro. Colección de Invierno 1967.



—**El presente.** Nicolas Ghesquière representa desde 1997 la nueva imagen de Balenciaga.

puso en Francia. La agitación estudiantil de mayo del 68 fue quizá la manifestación más visible de que se avecinaba una nueva época, pero hubo antes otros síntomas, también en el mundo de la moda.

La alta costura, que hasta hacía poco se había considerado un arte, se convirtió en pocos años en un procedimiento arcaico e inaccesible: los jóvenes que intentaban amortiguar su desengaño con algunas ideas procedentes del marxismo dejaron de identificarse con ese lujo textil que tanto había atraído a las generaciones anteriores. La primera muestra de que algo importante iba a pasar en el ámbito de la moda se produjo cuando la revista *Elle*, todavía en 1952, dedicó un reportaje al *prêt-à-porter*. Y también *Vogue* y *Harper's Bazaar* publicaron varios artículos sobre

la nueva tendencia. Muchas casas de costura empezaron a producir ropa en serie. Ni siquiera Dior se resistió a la nueva técnica. Fue igualmente entonces cuando **Yves Saint Laurent** cedió al esmoquin todo el protagonismo en una de sus colecciones de temporada. El pantalón se impuso como elemento transgresor: era el “masculino *chic*”. En 1965, **André Courrèges**, uno de los aprendices de **Balenciaga**, abandonó el taller del modisto vasco y creó su propia casa de moda, de donde saldría poco después la minifalda, que causó furor entre las jóvenes. Para él, la creación de diseños se obtenía a través de la máquina de coser, y no manualmente.

Balenciaga asistió con tristeza a estos cambios. La prensa lo nombró “*grand old man of couture*”, el gran anciano de la cos-

tura. No comprendía ni aceptaba ninguna de las innovaciones de **Yves Saint Laurent** o de **Courrèges**. Y menos aún las de **Mary Quant**: odiaba la minifalda. Pero la moda estaba tomando otros rumbos, y sus diseños fueron progresivamente reemplazados por los de otros creadores. Fue una época difícil que **Ana Balda** resume así: “**Balenciaga** no entendía el *prêt-à-porter* básicamente por dos razones: en primer lugar, porque creía que cada cuerpo es distinto y no todo quedaba igual a todas. Y en segundo lugar, por su perfeccionismo: él era un artista en el sentido estricto del término, y un cuello o una manga tenían que quedar perfectos en quien los llevaba. Era su mentalidad y la tenía muy arraigada. Por eso, cuando vio que la producción en serie no garantizaba sus aspiraciones

artísticas, entendió humildemente que su tiempo se había terminado y se marchó”.

En 1968 decidió probar suerte con el *prêt-à-porter* cuando Air France le propuso diseñar los uniformes de sus azafatas. Pero se resistía: a pesar de que el diseño era idéntico, el veterano modisto pidió que le acondicionaran un sitio en el aeropuerto de Orly donde poder probar los uniformes a cada azafata para garantizar que les quedaran bien. Insistía en que sólo la alta costura le permitía crear. Aquel mismo año, mientras los estudiantes trataban de encontrar la playa bajo los adoquines de París, el maestro se retiró. Fue una decisión que entristeció y sorprendió a casi todos sus admiradores. Cerró las casas París, Madrid y San Sebastián, y volvió a su tierra natal para recluírse en su caserío del Monte Igueldo, junto a la capital guipuzcoana. Durante algunas temporadas también se refugió en Jávea (Valencia). Su última aparición pública fue en 1971, en el funeral de su rival y amiga **Gabrielle Coco Chanel**, que se celebró en la iglesia de la Madeleine, en París.

EL ÚLTIMO DISEÑO. Ya retirado, **Balenciaga** accedió a crear un último vestido: el que llevaría en su boda **Carmen Martínez Bordiú**, duquesa de Cádiz y nieta del general **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. Como había hecho con **Fabiola** unos años antes, diseñó el vestido en armonía con el carácter de la novia.

Aquella boda que la televisión y las revistas llevaron hasta el último rincón de España vino a ser el epílogo de uno de los más grandes *couturiers* de la moda. Los diseños, los tejidos, los cortes y los colores de **Balenciaga** abrieron nuevas posibilidades, emocionaron a sus clientas y convirtieron el apellido del modisto en una marca perdurable, a pesar de que él siempre trató de vivir alejado de los focos y los

micrófonos. **Prudence Glynn** fue la única periodista que tuvo la suerte de entrevistar a **Cristóbal Balenciaga**. En agosto de 1971, con toda justicia, *The Times* anunció el texto como una “exclusiva mundial”. Quizá ese carácter peculiar, tan reservado, haya privado a su propia historia de una mayor popularidad, como la de **Chanel**.

Eso sí, permanecen su marca y sus diseños. En 1973, sólo un año después de su muerte, se organizó la primera exposición sobre su obra en el Metropolitan de Nueva York. Desde entonces ha habido iniciativas similares en la Fundación de Moda de Tokyo, en el Museo Histórico de Tejido (Lyon), en la Power House de Sidney, en el Museo de la Moda y Textil (París) o, el año pasado, en el Museo de Bellas Artes de Bilbao. Asimismo, las muestras promovidas por distintas casas de subastas han contribuido a revalorizar su obra. **Blanca Ramos Jarque**, redactora de la revista *Subastas del siglo XXI*, asegura que **Balenciaga** es un gran reclamo en firmas como la Kerry Taylor Auctions de Londres. En el mundo de la alta costura, es la marca más demandada.

En el 2000, el Ayuntamiento de Gueztaria creó la Fundación Balenciaga con el objetivo de dar a conocer la trascendencia que el diseñador ha tenido en la historia de la moda mundial. Y se prevé que dentro de poco concluya la construcción de un museo permanente. La marca tiene hoy *boutiques* abiertas en Nueva York, París, Hong Kong, Tokio, Cannes, Londres, Milán, Los Ángeles, Dubai, Osaka, Bangkok, Shangai, Las Vegas, Moscú y Atenas, entre otras capitales de los cuatro puntos cardinales. Su nombre conserva un prestigio que perdura en el tiempo y una herencia que pocos diseñadores han logrado, algo que parecía improbable cuando aquel joven que trataba de emular a su madre y a su abuela en un pequeño pueblo pesquero de la costa vasca dibujó sus primeros diseños. Hablar de **Balenciaga** es hablar de uno de los mejores modistos que el mundo de la moda ha conocido. Hablar de **Balenciaga** es hablar de Arte, con mayúscula. **86**



Vestido brocado en seda e hilo dorado. Posterior a 1960.



Vestido de día en lana beige, ligeramente fruncido en la parte del talle. Posterior a 1960.



Abrigo en otomán de seda fucsia y botones forrados. 1950.