Moda, ocio y socialibilidad en la *Côte Basque* (1854-1939)

Miren Begoña Arzalluz Loroño

María Jesús Cava Mesa
Directora

Miren Arzalluz Loroño
Doctoranda

Programa de Doctorado:
Ocio, Cultura y Comunicación para el Desarrollo Humano

Universidad de Deusto
Bilbao, noviembre de 2021

Aitari,

elegantziaz eta askatasunaz dakidana zuk erakutsi zenidalako.

INDICE

AGRADECIMIENTOS III

NOTA DE LA AUTORA IV

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO 1. LA MODA Y LA GÉNESIS DEL COMERCIO: 1854-1914 16

1.1. "LOS GRANDES VESTIDOS ESTÁN BIARRITZ": LA ÉPOCA IMPERIAL 16

1.2. "EL BACARRÁ DE LAS ELEGANTES": LA EMERGENCIA DE LOS GRANDES ALMACENES EN BAYONA 26

1.3. "LAS GALAS PROCEDENTES DE BIARRITZ Y PARÍS": LA GÉNESIS DEL COMERCIO DE LA MODA EN BIARRITZ 35

1.3.1. Modas y modistas: Biarritz como plataforma de emprendedoras locales *36*

Mademoiselle Brocq y Mademoiselle Vallet: las primeras modistas de Biarritz 36

Mademoiselle Doyhambéhère: una emprendedora local 45

La familia Orossen: el éxito de la alta sastrería local 48

1.3.2. La apertura de las primeras sucursales en Biarritz *51*

Old England: la sastrería inglesa desde París 51

La Maison Larue: la alta costura desde Burdeos 56

La Maison Lewis: la instalación de la primera gran casa parisina 66

1.4. LA COSTA VASCA Y EL DESARROLLO DE LA MODA *SPORT* 71

1.4.1. La apropiación del guardarropa masculino *72*

1.4.2. El ocio y los orígenes del traje sastre *73*

CAPÍTULO 2. LA EMERGENCIA DE LA *CÔTE BASQUE* COMO CENTRO DE MODA: 1914-1929 82

2.1. LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL: CRISIS Y OPORTUNIDAD EN LA COSTA VASCA 82

2.1.1. 1915: Biarritz, "el centro más elegante de Francia" *83*

2.1.2. 1916: Biarritz establece las modas a seguir *90*

2.1.3. 1917-1918: la supervivencia de la alta costura parisina *94*

2.2. LOS AÑOS 1920: LA EDAD DE ORO DE LA ALTA COSTURA EN BIARRITZ 99

2.2.1. Los templos de la moda: el papel de los establecimientos *100*

La casa Worth y el historicismo local 100

La casa Jeanne Lanvin en la villa Duchâtel: un referente histórico 103

La casa Jean Patou y el antiguo ayuntamiento: la transformación de un lugar simbólico 112

La casa Paul Poiret: cultura, publicidad y orientalismo en villa Casablanca 120

2.2.2. Las Colecciones: creación, experiencia y experimentación en la Costa Vasca *132*

2.2.3. "El día de una mujer elegante en Biarritz" *142*

2.2.4. El imperio de la moda sport en la Costa Vasca *148*

CAPÍTULO 3. GABRIELLE CHANEL: LIBERTAD, EXPERIMENTACIÓN Y ÉXITO EN LA *CÔTE BASQUE* 160

3.1. ESTABLECIMIENTO Y ÉXITO EN BIARRITZ 160

3.1.1. La gran guerra: adversidad y oportunidad *161*

3.1.2. Al otro lado de la frontera: el papel de la clientela española en el éxito de Chanel *165*

3.1.3. Libertad y experimentación en la Costa Vasca *174*

3.2. LOS AÑOS DORADOS DE CHANEL EN LA COSTA VASCA 182

3.2.1. El "encanto eslavo" y la conexión rusa en Biarritz *182*

El gran duque Dimitri de Rusia 185

El conde Kutúzov 187

La gran duquesa María Pavlova 191

El papel de las aristócratas rusas en la maison Chanel 199

3.2.2. Los salones de la maison Chanel en Biarritz *203*

3.2.3. Ana de Pombo y la gestión de las relaciones públicas en Biarritz *208*

CAPÍTULO 4. CRISTOBAL BALENCIAGA: FORMACION, CONSOLIDACION Y EXITO EN LA BELLA EASO **217**

4.1. GETARIA: SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN TEMPRANA 217
4.1.1. José Balenciaga *218*
4.1.2. Los marqueses de Casa Torres *225*
Arte 228
Moda 231
4.1.3. Martina Eizaguirre *233*
4.2. LA BELLA EASO: FORMACIÓN Y CONSOLIDACIÓN 240
4.2.1. Balenciaga sastre *242*
New England 243
Au Louvre 246
4.2.2. El salto a la Alta Costura *250*
Gestación de una nueva empresa 252
Balenciaga y Compañía 257
Cristóbal Balenciaga 259
Una empresa familiar: Wladzio d'Attainvile 268
Eisa Costura y la diversificación comercial 274
4.2.3. República y exilio regio *282*
Eisa b. e., la expansión 287
4.2.4. La Guerra Civil: de San Sebastián a París, pasando por Londres *297*
Posicionamiento y relaciones políticas de la casa Balenciaga en París 302
Establecimiento en París y gestión de sus empresas 308

CONCLUSIONES **315**

FUENTES **326**

BIBLIOGRAFÍA **330**

Agradecimientos

Tuve la suerte de tener a María Jesús Cava Mesa como profesora cuando cursaba mis estudios de historia en la Universidad de Deusto ya hace más de veinte años. Además de la doble pasión que me transmitió por la historia de las relaciones internacionales y de la vida cotidiana, dos ámbitos que han marcado mi trayectoria profesional, me dió un gran ejemplo de rigor, perseverancia, honestidad y compromiso que he intentado tener presente en cada paso del camino. Cuando decidí embarcarme en la aventura académica de escribir una tesis doctoral pedí a María Jesús Cava que me guiara una vez más. Estaré siempre en deuda con ella por su consejo, su paciencia, su exigencia y su constancia, y también por su elegante humor, que han sido los pilares sobre los que he trabajado para llevar a término esta tesis.

Querría agradecer a todo el equipo del Palais Galliera, por la comprensión, la generosidad y la ayuda que me han brindado en la última fase de la realización de esta tesis, así como a compañeros y colegas que me han acompañado en este viaje con recomendaciones, referencias, consejos y muchas preguntas, muy especialmente a Emilie Hammen, Marco Pecorari, Antoine Boucher, Catherine Zeitoun, Odile Premel, Laure Harivel, Gaël Mamine, y Gaspard de Massé.

Nire bihotzeko eskerrak familiari. Zuek gabe, zuen etengabeko laguntza eta babesa gabe tesi hau ez litzateke izango.

Nota de la autora

Salvo mención expresa, todas las traducciones han sido realizadas por la autora.

Introducción

El presente estudio tiene como objetivo analizar el fenómeno de la moda en la *Côte Basque* en el contexto de su emergencia y desarrollo como centro internacional de ocio, entre 1854 y 1939. De este modo, nos proponemos estudiar el papel que la moda jugó en dicho proceso, tanto como una actividad económica, así como un elemento clave en la sociabilidad y la vida cultural del litoral vasco.

Adoptamos el término *Côte Basque*, utilizado en Francia en el contexto de la historia del turismo desde mediados del siglo XIX[1], para referirnos a buena parte del litoral vasco, desde Bayona hasta San Sebastián, con su epicentro en la localidad de Biarritz. Aunque dicho término se aplicara fundamentalmente, primero en el ámbito francés y después en el internacional, para referirse a Biarritz y a las localidades situadas en la costa labortana, en territorio francés, incluimos en este estudio el litoral gipuzkoano, muy especialmente, la ciudad de San Sebastián. Las fuentes consultadas, desde los libros de viajes a la hemeroteca, pasando por testimonios y guías turísticas, confirman la relevancia de la capital donostiarra como centro referente de ocio y moda para los visitantes y residentes habituales de Biarritz, la costa labortana y el País Vasco en general, convirtiéndose en un atractivo primordial para la promoción y consolidación del turismo en la *Côte Basque*. Hemos optado por emplear principalmente el término traducido "Costa Vasca" con el objeto de facilitar la lectura, considerando que dicha versión ha sido también utilizada y divulgada históricamente para denominar tanto el área geográfica como el fenómeno turístico que nos ocupan[2].

[1] Aunque el uso del término *Côte Basque* se generaliza en el contexto de la promoción turística a partir de los primeros años del siglo XX, hemos podido observar su aparición temprana desde mediados del siglo XIX. Así, en 1869 el diario *Le Chronique Illustré* publicaba una crónica firmada por Léon Leroy sobre un reciente viaje de París a Madrid, pasando por los Pirineos. Refiriéndose a su visita a Biarritz Léroy afirmaba: "Et quand je dis Biarritz, j'entends désigner toute cette côte basque qui comprend – pour ne parler que du littoral français – les plages de Guettary [sic], de Saint-Jean-de-Luz et d'Hendaye – cette dernière à l'embouchure de la Bidassoa – sans compter nombre d'autres plages intermédiaires non moins charmantes, que les baigneurs envahiront, tôt ou tard et que la spéculation enjolivera de confortables habitations.", en, Léon Leroy, "La Chronique en Voyage", *Le Chronique Illustré*, 8 de agosto de 1869.

[2] La traducción del término *Côte Basque* como "Costa Vasca" se produce sobre todo a partir de los primeros años del siglo XX, momento de consolidación del concepto de territorio turístico en el litoral vasco en torno a Biarritz, tal y como lo conocemos hoy. Así, en una crónica publicada por el *Heraldo de Madrid* en 1904 su autor señalaba que, "no me seducen los paisajes de cromo. Mil veces prefiero las agrestes montañas de Santander y Asturias á la suave planicie del Mediodía francés, los acantilados de Sorrento y de las costas normanda y bretona al uniforme cerco de la costa vasca de esta región. No vale, sin embargo, negar la belleza á estas deliciosas frondas, entre las cuales se hace sin sentir el viaje de Bayona á Biarritz […]", en, "Veraneos del Heraldo. El arca de Noé", *El Heraldo de Madrid*, 31 de julio de 1904.

El periodo delimitado responde a dos fechas que marcaron de forma determinante la historia del turismo en la Costa Vasca, entre la primera estancia de Napoleón III y su consorte la emperatriz Eugenia en el verano de 1854, hasta el estallido de la Segunda Guerra Mundial en septiembre de 1939. Dentro de este marco temporal hemos establecido dos etapas diferenciadas que responden al desarrollo del turismo en la Costa Vasca y a la evolución del fenómeno y del comercio de la moda en este contexto: una primera etapa que arranca en las primeras décadas del siglo XIX, y que se desarrolla fundamentalmente durante el periodo imperial a partir de 1854 y hasta el cambio de siglo; y una segunda etapa que comprende los años del conflicto bélico entre 1914 y 1918, y el periodo de entreguerras, fundamentalmente la década de 1920, época dorada del turismo de élite en la Costa Vasca, hasta el estallido de la Segunda Guerra Mundial en 1939.

Tanto la adopción del concepto *Côte Basque* así como la demarcación y organización temporal han sido inspirados por el trabajo de investigación de Pierre Laborde, muy especialmente su libro *Histoire du Tourisme sur la Côte Basque, 1830-1930.* En lo que es hasta la fecha la obra más completa y exhaustiva sobre el proceso de emergencia y consolidación de la Costa Vasca como territorio turístico, Laborde identifica cuatro etapas diferenciadas. Según Laborde, una primera etapa temprana arranca a finales del siglo XVIII y se desarrolla entre 1814 y 1854, erigiéndose Biarritz en un importante centro para la práctica de los baños de mar como método terapéutico, así como en un centro de ocio para aquellos que buscan placer y distracción. Este primer periodo, protagonizado por visitantes procedentes de localidades próximas, especialmente Bayona, así como bañistas ingleses y españoles, se habría caracterizado, según Laborde, por la libertad, la informalidad y la distensión en la práctica del ocio y de las relaciones sociales en la vida en Biarritz y sus alrededores. Sin embargo, ya para mediados del siglo XIX se habría producido la fijación de las temporadas, así como de las primeras actividades que articularon la experiencia de la vida en Biarritz, especialmente el uso y disfrute de sus playas y los paseos al borde del mar.

La segunda etapa se corresponde con el periodo imperial, entre 1854 y 1870, y se caracteriza por la confirmación y consolidación de Biarritz como destino turístico de moda a nivel internacional que combina salud y ocio, y que atrae a una élite aristocrática y burguesa internacional. Bajo la protección de Napoleón III y a iniciativa de las instituciones locales, Biarritz concretiza en estos años su orientación económica centrada en el turismo, e inicia una profunda transformación a través de la creación de nuevos servicios e infraestructuras que

garanticen una experiencia de ocio al nivel de otras grandes estaciones balnearias en Francia y en el panorama internacional. Es también en estos años cuando se conforma la colonia extranjera que establece su propia temporalidad, con una importante población inglesa que acude a la Costa Vasca en los meses de invierno, una colonia española que visita Biarritz fundamentalmente en los meses de verano, junto con los bañistas franceses, y una colonia rusa que llega al litoral vasco en el otoño. La Costa Vasca se convierte así en un destino de moda durante todo el año con una intensa vida social y cultural protagonizada por una colonia eminentemente foránea

La tercera etapa identificada por Laborde se desarrolla entre 1872 y 1914 en lo que él considera la conformación de la *Côte Basque* como destino turístico, incluyendo no solo Biarritz sino también una serie de localidades costeras, fundamentalmente Bidart, Guéthary, San Juan de Luz, Ciboure y Hendaya. En este periodo el ocio, el placer y el entretenimiento primarían como atractivos de la Costa Vasca sobre otras consideraciones terapéuticas, intensificándose la actividad cultural y las manifestaciones deportivas organizadas en Biarritz y en la Costa Vasca, desde conciertos, galas, y bailes de máscaras en Biarritz; partidos de golf y carreras hípicas en Anglet; corridas de toros en Bayona y San Sebastián; a partidos de pelota en San Juan de Luz y regatas en Hendaya y Fuenterrabía; así, el turismo se expande más allá de las fronteras biarrotas conformando un nuevo espacio de ocio y sociabilidad a lo largo del litoral vasco.

Laborde destaca una cuarta y última etapa en su trabajo, que se inicia con el estallido de la Primera Guerra Mundial y se prolonga hasta las postrimerías de la crisis económica de 1929-1931, y que el historiador identifica como el apogeo del turismo aristocrático en la Costa Vasca. Así, Laborde expone una serie factores que habrían influido de manera determinante en dicha prosperidad turística: el carácter de refugio y lugar de evasión que la Costa Vasca adquirió en el transcurso de la Primera Guerra Mundial para numerosos visitantes que buscaban alejarse de la crisis bélica en el norte de Europa; la devaluación del franco entre 1919 y 1928 que favoreció notablemente a los visitantes extranjeros; la concurrencia de una numerosa y aristocrática colonia española; la modernización de los medios de transporte, con la aceleración de los trayectos en tren y la propagación del automóvil; la belleza del paisaje vasco y la idealización y mistificación de la cultura del País; y la intensificación de la publicidad, más necesaria que nunca para hacer frente a la competencia de otras estaciones balnearias de moda, especialmente las situadas en la Costa Azul. A pesar de la relevancia de Biarritz como destino turístico durante todo el año, es en este periodo cuando se perfilan dos *saisons* o temporadas altas en la Costa

Vasca, una primera en la primavera, en torno a las fiestas de Pascua, y una segunda en verano, especialmente en el mes de septiembre. Así, la Costa Vasca, con su epicentro en Biarritz, se consolida como un destino turístico de élite, un centro de ocio internacional que se promociona incidiendo en la riqueza de su oferta cultural y deportiva, en su cosmopolitismo, en la belleza de su entorno, y en la elegancia que impera en Biarritz y sus alrededores.

En lo que a nuestro estudio se refiere, la investigación se centra fundamentalmente en las tres últimas etapas identificadas por Pierre Laborde, que procedemos a reagrupar en dos, refiriéndonos brevemente a la primera etapa y prolongando la última etapa hasta 1939. Hemos seguido como criterio para dicha organización temporal la importancia del fenómeno de la moda en la Costa Vasca, ya sea como elemento fundamental de la sociabilidad o como actividad comercial relevante.

La presente tesis se inscribe en la investigación histórica sobre el País Vasco y, más concretamente, en la historia del turismo en la Costa Vasca, así como en el área de los estudios de moda. En cuanto a los trabajos en el ámbito que nos ocupa, debemos destacar como referentes para nuestro estudio los publicados por Pierre Laborde, muy especialmente el ya mencionado *Histoire du Tourisme sur la Côte basque, 1830-1930*[3], que analiza en profundidad el desarrollo del turismo en Biarritz y el litoral vasco, "entre el Adur y el Bidasoa"[4], así como las transformaciones económicas, sociales y culturales que dicho fenómeno provocó en el territorio en el transcurso de un siglo, entre 1830 y 1930.

Además de su trabajo de periodización y análisis del fenómeno del turismo, Laborde profundiza en aspectos que considera esenciales para dicho desarrollo, como los movimientos demográficos y migratorios; la evolución de las infraestructuras de ocio, con especial atención a los establecimientos de baños, los casinos y los hoteles; la modernización de los medios de transporte y su papel facilitador del turismo, tanto en el litoral como en el interior del País; la urbanización y el *boom* inmobiliario; y el desarrollo de una arquitectura propia y diferenciada en la Costa Vasca, incidiendo en el eclecticismo y el estilo neo-vasco imperantes. Todo ello nos permite comprender la complejidad del turismo en la Costa Vasca como fenómeno económico, social y cultural de gran relevancia en la historia reciente del País Vasco.

[3] Pierre Laborde, *Histoire du tourisme sur la Côte Basque, 1830-1930* (Biarritz: Atlantica, 2001).
[4] Laborde, *Histoire du tourisme sur la Côte Basque*, 9.

Sin embargo, una de las cuestiones que Laborde no analiza en su trabajo es la del desarrollo de un importante comercio de lujo, especialmente en Biarritz, que, a nuestro parecer, constituye no solo una oportunidad comercial para emprendedores locales y foráneos y una actividad económica fundamental para la prosperidad local, sino también una importante medida de fidelización de la cosmopolita colonia extranjera en la Costa Vasca. Tal y como el propio Laborde destaca, la elegancia y la distinción de las playas vascas son conceptos explotados de manera recurrente en la promoción del turismo en la Costa Vasca desde el siglo XIX. Dichas nociones estaban íntimamente ligadas a la demostración y exposición de la elegancia a través de los modos y las modas de los bañistas o visitantes de Biarritz. Entendemos por ello que la moda jugaba un papel fundamental tanto para los promotores del turismo en la Costa Vasca, interesados en perpetuar y difundir la idea de un territorio eminentemente elegante, como para los protagonistas de dicho turismo, para los que la demostración de su elegancia constituía un elemento fundamental de su experiencia y socialización en Biarritz. Así, el notable desarrollo del comercio de la moda en Biarritz respondía también a esta necesidad y tendría importantes reverberaciones en la vida social y cultural de la Costa Vasca. Por ello, creemos que un análisis del fenómeno de la moda constituye un enfoque pertinente y una contribución relevante en el contexto de la historia del turismo en la Costa Vasca.

Al igual que en el caso de Laborde, otros trabajos de investigación sobre la historia de Biarritz o sobre el fenómeno del turismo en la Costa Vasca pasan por alto cualquier consideración relacionada con la moda. Del mismo modo, esta cuestión no ha sido abordada en estudios sobre la historia de San Sebastián o del turismo en la capital donostiarra. En la obra editada por Miguel Artola, *Historia de Donostia-San Sebastián*, Luis Castells hace referencia al auge del comercio minorista en la década de 1910-1920, con un notable desarrollo de establecimientos especializados de lujo que respondía, en parte, a la demanda de "un veraneante al que se le presumía una desahogada posición social y al que sus largas estancias hacían que tuviera que gastar su dinero con cierta abundancia en la ciudad"[5]. Castells relaciona así el consumo de productos de lujo con el ocio de los visitantes de San Sebastián, aunque en esta interpretación parece que tales hábitos respondieran más a la lógica del consumo conspicuo[6] defendida por el economista y sociólogo americano Thornstein Veblen, y que explica el consumo de productos

[5] Luis Castells, "La Bella Easo: 1864-1936", en *Historia de Donostia-San Sebastián* (Donostia-San Sebastián: Nerea, 2000), 345.
[6] Thornstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institutions* (Nueva York: Macmillan, 1899).

de lujo como medio de exhibir posición social y prestigio, que a ninguna otra motivación relacionada con la vida social en la capital donostiarra o con las necesidades o experiencias sartoriales de sus protagonistas. El trabajo recientemente publicado por Carmen Gil de Arriba y Carlos Larrinaga sobre el turismo en la cornisa cantábrica incide en la importancia de la oferta de entretenimiento en general y de las manifestaciones deportivas en particular en el desarrollo de un turismo de élite liderado por, y articulado en torno a Alfonso XIII. En relación con el papel que las Regatas del Cantábrico jugaron en este contexto, Arriba y Larrinaga afirman que dichas "celebraciones náuticas congregaban una notable afluencia de barcos y tripulantes extranjeros que se sumaban a la presencia de buques de cruceros con escala en alguno de los puertos cantábricos, dando un aspecto muy vistoso y animado a los frentes marítimos de estos entornos urbanos […] contribuyendo de esta forma a reforzar su imagen de destino elegante" [7]. Los conceptos de elegancia y distinción juegan también un papel determinante en la promoción de San Sebastián, Bilbao y Santander, como destinos turísticos de élite, nociones que los autores relacionan con la presencia de un determinado tipo de visitante. La elegancia que los protagonistas de dichas celebraciones culturales y deportivas conferían a los lugares donde éstas se celebraban se manifestaban a través de su apariencia y de sus elecciones indumentarias. Consideramos que el estudio del consumo y la experiencia de la moda en las estaciones balnearias contribuye así a profundizar nuestro conocimiento sobre el desarrollo del turismo en general, y del turismo en la Costa Vasca en particular.

Además de las investigaciones históricas que han abordado el fenómeno turístico en el País Vasco, este trabajo se sitúa en el ámbito de los estudios de moda en general y de la historia de la moda en particular. En las últimas décadas la moda ha suscitado el interés de numerosos investigadores que han abordado la complejidad de dicho fenómeno desde diversas disciplinas, como la historia y la historia del arte, la antropología, la sociología, la etnografía, la psicología y la literatura, y, más recientemente, desde los estudios culturales, así como los estudios de género, de cine y de comunicación, reconociendo así su importancia como herramienta de expresión de identidad social y política. Algunos de los más importantes estudios históricos sobre moda en las últimas décadas han incidido en la relevancia de la moda como potente actor cultural. En lo que nuestro trabajo se refiere, cabe destacar entre ellos la obra de Valerie Steele,

[7] Carmen Gil de Arriba y Carlos Larrinaga, "La cornisa cantábrica como región turística en las primeras décadas del siglo XX (1902-1931)", *Investigaciones de Historia Económica – Economic History Research* 17 (2021) 26-36.

Paris Fashion: a cultural history[8], una historia cultural de la moda en París que analiza los factores que, desde el siglo XVII hasta la actualidad, han hecho que la ciudad haya sido considerada la capital internacional de la moda, así como la evolución del significado y del simbolismo de la moda parisina. Este trabajo seminal, que se publicó en 1988 y cuya tercera edición data de 2017, ha inspirado a toda una generación de investigadores interesados en la complejidad del fenómeno de la moda y en su significación en la sociedad moderna. Entre las innumerables aportaciones y enfoques novedosos de la obra, y en lo que a nuestro trabajo se refiere, cabe destacar el análisis de Steele sobre la geografía de la moda en París que identifica los nuevos espacios de moda que emergen en la ciudad moderna a mediados del siglo XIX, lugares tanto de exhibición como de ocio, desde los parques y los bulevares, a los cafés, los teatros, las carreras y los establecimientos comerciales, que convierten el *shopping* o ir de compras en una actividad de ocio y placer.

En el contexto de un mundo globalizado, un creciente número de capitales internacionales compiten en la actualidad por convertirse en referentes de moda, conscientes de la importancia de la misma como fuente de capital económico y humano. Esta realidad ha hecho que, en los últimos años, hayamos asistido a un renovado interés en el mundo académico por la cuestión de las geografías de la moda, y muy particularmente de las ciudades o capitales de moda. En este sentido cabe destacar la obra editada por John Potvin, *The Places and Spaces of Fashion, 1800-2007*, así como el trabajo de Christopher Breward, particularmente su libro *Fashioning London: clothing and the fashion metropolis*[9], una historia sobre la manufactura, promoción y significado cultural de la moda en Londres, que muestra cómo las cuestiones de espacio, arquitectura y exhibición o *performance* afectan a la percepción de la moda; y su reciente artículo "Paris, London, Shanghai: Touring the Fashion Imaginary"[10], un estudio histórico comparativo de tres de las principales capitales de moda del panorama internacional basado en el análisis de guías turísticas de las décadas de 1920 y 1930. Así, Breward se refiere a la *tourist gaze* o "mirada del turista", término acuñado por el sociólogo John Urry[11], y subraya el valor de las guías para el estudio de la experiencia de la moda en las ciudades: "en algunos sentidos […] podría afirmarse que la guía turística, al intentar precisar acciones cotidianas y transitorias como vestirse, hacer compras y bailar, se acerca más a capturar el carácter fugaz tanto de la

[8] Valerie Steele, *Paris fashion: a cultural history* (Londres/Nueva York: Bloomsbury, 2017).
[9] Christopher Breward, *Fashioning London: clothing and the fashion metropolis* (Berg Publishers, 2004).
[10] Christopher Breward, "Paris, London, Shanghai: Touring the Fashion Imaginary", en, ed. Valerie Steele, *Paris, Capital of Fashion* (Londres/Nueva York: Bloomsbury, 2019).
[11] John Urry, *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies* (Londres: SAGE Publications, 1990).

moda como de la vida urbana. Construye nuestra comprensión de París, Londres o Shanghai de formas más profundas de lo que podríamos imaginar"[12]. Breward se refiere asimismo al trabajo del jesuita, historiador y filósofo francés Michel de Certeau y su obra *L'Invention du Quotidien*, cuyo "relato de la experiencia urbana [en París] sugiere que podríamos considerar la moda en la ciudad tanto como un objeto concreto, producido y consumido en el tiempo y el espacio, como un código inestable de deseos y actitudes cambiantes"[13].

Los trabajos arriba citados abordan cuestiones como la significación cultural de la moda, la experiencia de la moda o la geografía de la moda en el marco exclusivo de las grandes capitales o las principales urbes del panorama internacional. En nuestra investigación hemos procedido a integrar las consideraciones y los enfoques aplicados hasta hoy en el estudio de las ciudades de moda para analizar tanto la producción, difusión y experiencia de la moda en la Costa Vasca, así como su significación social y cultural. Considerando que la Costa Vasca, especialmente las ciudades de Biarritz y San Sebastián, ofrecían, en su dimensión, una extraordinaria concentración de la experiencia de la ciudad moderna – con sus innumerables espacios e instalaciones de ocio, actividades culturales, manifestaciones deportivas, y comercios de lujo – hemos considerado que dicho enfoque resulta pertinente con respecto al estudio que nos ocupa. Asimismo, creemos que las particularidades de la Costa Vasca en relación con su entorno natural, su condición de espacio internacional de ocio y socialización, así como su emplazamiento fronterizo añaden una dimensión inédita en el estudio histórico de la moda.

Al margen de los trabajos científicos que han abordado las cuestiones que nos ocupan en el marco de este estudio, cabe destacar una obra de carácter divulgativo que trata sobre la moda en Biarritz, publicada en 2015, en el transcurso de nuestras investigaciones. Se trata del libro de Nathalie Beau de Loménie, *Biarritz et la Mode: la haute couture et la mode sur la Côte basque – de 1854 à nous jours*[14], que recorre la historia de Biarritz desde la época imperial hasta la actualidad desde el prisma de la moda. En el contexto de la emergencia de Biarritz como centro turístico, la autora presta especial atención a la presencia de casas de alta costura parisina, así como de emprendedores locales dedicados al comercio de la moda, integrando datos y fuentes diversas que incluyen testimonios orales recopilados por la propia Loménie.

[12] Christopher Breward, "Paris, London, Shanghai: Touring the Fashion Imaginary", en, ed. Valerie Steele, *Paris, Capital of Fashion* (Londres/Nueva York: Bloomsbury, 2019), 70.
[13] Breward, "Paris, London, Shanghai", 70.
[14] Nathalie Beau de Loménie, *Biarritz et la mode: la haute couture et la mode sur la Côte basque – de 1854 à nos jours* (Biarritz: Atlantica, 2015).

Aunque se trata de una obra original y de gran interés por la relevancia de la cuestión y el carácter inédito de algunas de las informaciones que presenta, hemos optado por la prudencia en lo que respecta a las referencias a esta obra.

En lo que a metodología se refiere, y partiendo del marco geográfico y cronológico ya señalado, se ha procedido a la reconstrucción del panorama de la moda en la Costa Vasca en el periodo que nos ocupa, en sus diversas vertientes como actividad comercial, experiencia de ocio y elemento fundamental de la sociabilidad en la vida en Biarritz y el litoral vasco. De este modo, se ha procedido al análisis de una extensa selección de fuentes archivísticas en fondos públicos y privados, fuentes hemerográficas, testimonios orales, colecciones museísticas, fondos gráficos y publicaciones diversas relacionadas con la actividad del turismo, como guías turísticas y comerciales o publicaciones promocionales. Otras fuentes destacables incluyen testimonios orales y memorias inéditas de protagonistas directos de los acontecimientos y procesos que analizamos.

En lo que a las fuentes archivísticas se refiere, los archivos departamentales de los Pirineos Atlánticos, custodios de los archivos municipales de las localidades que conforman dicho departamento, nos han proporcionado una valiosa información en lo que respecta a la actividad comercial de las casas de moda en Biarritz, y muy especialmente sobre sus principales promotores, y sobre los establecimientos y residencias que estos ocuparon o construyeron en la Costa Vasca. A modo de ejemplo, los expedientes administrativos ligados a la reforma o construcción de algunas de las principales casas dedicadas a la moda en Biarritz, especialmente los planos aportados por los arquitectos que concibieron dichas obras, nos han permitido reconstruir el interior de sus establecimientos en la localidad labortana, así como esbozar el funcionamiento interno de los mismos. Asimismo, cabe destacar entre los archivos públicos consultados, los Archives de Paris, o archivos municipales de la ciudad París, que han revelado valiosa información sobre las sucursales de las casas de costura parisinas en Biarritz; el Archivo General de Palacio, cuya consulta nos ha permitido identificar los establecimientos de moda que las reinas María Cristina y Victoria Eugenia, y otros miembros de la familia real, frecuentaban en la Costa Vasca, así como sus preferencias y hábitos indumentarios; el Fondo de los marqueses de Casa Torres, custodiado por la Fundación Cristóbal Balenciaga, cuya importante colección de facturas y libros de cuentas ha contribuido a documentar los hábitos de consumo de una destacada familia aristocrática en el contexto de sus estancias temporales en Getaria y en la Costa Vasca; el Archivo Municipal de Donostia-San Sebastián, que ha

resultado fundamental para la reconstrucción de la actividad comercial de moda en San Sebastián, especialmente la del modisto Cristóbal Balenciaga; así como el Archivo de la Prefectura de la Policía de París y el Archivo General de la Administración, donde hemos hallado datos relevantes sobre Cristóbal Balenciaga y las circunstancias de su partida de San Sebastián y establecimiento en París durante la Guerra Civil. Entre los archivos y colecciones privados han sido especialmente reveladores los fondos de casas de moda aún activas, como las casas Chanel, Lanvin y Balenciaga, que han arrojado luz sobre la historia y la actividad de sus sucursales en Biarritz, así como sobre las creaciones realizadas en exclusiva por estas casas para su clientela de Costa Vasca. Igualmente, hemos podido acceder a información procedente del archivo de la casa Jean Patou, custodiada en la actualidad por la familia de su fundador, especialmente en lo relativo a los libros de cuentas y expedientes relacionados con la gestión de su personal en la sucursal de esta casa de alta costura en Biarritz.

Además de la valiosa e inédita información hallada en los referidos archivos, la consulta de la hemeroteca ha resultado fundamental para nuestra investigación. Diarios, revistas femeninas, revistas de moda, revistas ilustradas y culturales ligadas al turismo en la Costa Vasca, panfletos, gacetas, guías comerciales y publicaciones promocionales han arrojado luz sobre cuestiones fundamentales no documentadas en los archivos oficiales, como las fechas de apertura y cierre de las casas de moda estudiadas; los ciclos de presentación de colecciones y ventas especiales; la presencia de los propios creadores en la Costa Vasca; los cambios de establecimientos y el interior de los mismos; la visita a los comercios de moda de personalidades de la vida pública; así como la percepción en la sociedad biarrota y vasca de la moda y de sus protagonistas. Entre las fuentes consultadas destacan muy especialmente *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, periódico fundado en 1893 como "diario republicano independiente literario, mundano y de interés local", publicado hasta 1944, y cuya consulta ha resultado esencial para nuestra investigación. Otras publicaciones periódicas importantes para nuestro estudio son los diarios *L'indépendant biarrot* (1901-1910) y *L'Indépendant des Basses-Pyrénées* (1867-1944), y las revistas ilustradas *La Côte basque: revue illustrée de l'Euzkalherria* (1924-1931) y *Biarritz Illustré et Côte basque-Pyrénnées* (1926-1931). Entre los diarios más relevantes para el estudio de la moda en San Sebastián destacamos igualmente *La Voz de Guipúzcoa* (1885-1936), *El Pueblo Vasco* (1903-1936) y *El Día* (1930-1936), junto con el semanario ilustrado *Novedades* (1909-1916). Del mismo modo, se ha procedido a un vaciado de publicaciones periódicas internacionales, tanto diarios como revistas femeninas o especializadas de moda, especialmente en Francia, España, Estados Unidos y Reino Unido. Entre ellas, cabe destacar el

análisis de las revistas de moda, como *Vogue*, tanto de su edición francesa (1920-) como de la estadounidense (1892-); las revistas especializadas francesas *Femina* (1901-1954); *Les Modes (*1901-1937); *Le Figaro-Modes* (1902-1906); *L'Art et la Mode* (1880-1972); *L'Officiel de la Mode* (1921-); *La Gazette du Bon Ton* (1912-1914; 19222-1925); *Art, Gôut, Beauté* (1920-1937); o *Les Elegances Parisiennes* (1916-1924); las revistas estadounidenses *Harper's Bazaar* (1867-) y *Women's Wear Daily* (1910-), con especial relevancia de esta última, por tratarse de una revista profesional con información detallada sobre el negocio de la moda en general, y de la actividad de las sucursales de moda en Biarritz en particular; las revistas españolas *La Moda Elegante* (1842-1927); *La Dama y la Vida Ilustrada* (1908-1911); o *Elegancias* (1923-1926); y la revista británica *The Queen* (1864-).

Entre las fuentes bibliográficas consultadas han cobrado una especial relevancia las guías turísticas y los libros de viajes que tratan sobre Biarritz, la Costa Vasca y el País Vasco en general, editadas desde mediados del siglo XIX. Más allá de las habituales descripciones sobre el paisaje, sus habitantes y las principales atracciones y actividades de ocio, dichas fuentes nos ofrecen un testimonio directo de la vida cotidiana en la Costa Vasca, incluyendo interesantes observaciones sobre de la moda y su relevancia en este contexto. Hemos podido contar igualmente con diversos testimonios orales, recogidos directa o indirectamente, que han proporcionado datos inéditos sobre algunos creadores y la historia de su actividad en la Costa Vasca, como Gabrielle Chanel, Jean Patou y Cristóbal Balenciaga. Asimismo, cabe destacar los fondos gráficos consultados, como la colección de ilustraciones custodiada por el Museo ABC de Madrid, el fondo fotográfico de los hermanos Seeberger en la Biblioteca Nacional de Francia, o el Fondo Jacques Henri Lartigue donado al Estado francés por el propio fotógrafo en 1979 y gestionado en la actualidad en París por la Donation Jacques Henri Lartigue.

Por último, se han estudiado colecciones de moda custodiadas en diversas instituciones museísticas y archivos privados con el objeto de identificar modelos creados por modistos de París exclusivamente para la Costa Vasca. Cabe destacar entre ellos el Palais Galliera, Musée de la Mode de la Ville de Paris; el Victoria and Albert Museum de Londres; el Costume Institute del Metropolitan Museum de Nueva York; el Museo Cristóbal Balenciaga de Getaria; así como las colecciones de las casas Chanel, Lanvin y Balenciaga en París. Este análisis ha sido realizado mediante el contraste entre las creaciones de moda de los principales modistos activos en la Costa Vasca y presentes en las mencionadas colecciones, y los bocetos y fotografías identificados en diversos de los archivos y fondos ya citados, así como en la hemeroteca.

La estructura del presente estudio se articula en dos partes principales; una primera parte con dos capítulos que abordan, de manera cronológica y temática, el fenómeno de la moda en la Costa Vasca, desde 1854 hasta 1939; y una segunda parte de dos capítulos que constituyen sendos estudios de caso de dos creadores de moda con una destacada actividad en la Costa Vasca: Gabrielle Chanel y Cristóbal Balenciaga.

En cuanto al contenido de la primera parte del estudio, el primer capítulo analiza el fenómeno de la moda en Biarritz y la Costa Vasca en el siglo XIX y la primera década del siglo XX; se trata del periodo que arranca con la primera visita de la pareja imperial en 1854 y la consiguiente construcción en 1855 de su residencia de veraneo en Biarritz, y que finaliza con el estallido de la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914. En este recorrido cronológico se ha procedido a analizar la importancia de la moda en la experiencia de ocio y sociabilidad en Biarritz desde los orígenes del fenómeno turístico a mediados del siglo XIX, y el ulterior y progresivo desarrollo de un comercio de moda local en las últimas décadas de la centuria. De este modo, se suceden en este proceso varias etapas. Una primera etapa caracterizada por la emergencia de Biarritz como nueva escena de moda donde se reproducen los hábitos y rituales sociales de las grandes urbes europeas, incluyendo los modos vestimentarios y los elaborados guardarropas encargados en París, Londres, Madrid y San Petersburgo. Una segunda etapa en la que, como respuesta a la preeminencia de la moda en la Costa Vasca y a la creciente demanda de su colonia extranjera, se produce el desarrollo de un comercio local, fundamentalmente localizado en Bayona, que sigue el modelo de los grandes almacenes parisinos y sus innovadores métodos comerciales. Por último, abordamos en una tercera etapa la proliferación de comercios de moda en Biarritz fundados por emprendedores locales, así como la llegada a la Costa Vasca de las primeras sucursales de consolidadas casas de moda de París, a través del análisis de una selección de casos que hemos juzgado particularmente representativos: las casas de Vallet et Taillefer, Doyhambéhère, y Orossen, y las sucursales de Old England de París, la Maison Larue de Burdeos y la Maison Lewis de la capital francesa. Este fenómeno da inicio a la conformación de un nuevo espacio de moda, profundamente influido por las tendencias procedentes de los principales centros productores y prescriptores de tendencias, fundamentalmente París y Londres, pero progresivamente autónomo en cuanto a su capacidad de generar un estilo propio y diferenciado se refiere. El primer capítulo finaliza así con un análisis del nacimiento y desarrollo de la moda *sport* y el papel fundamental que las estaciones balnearias en general y la Costa Vasca en particular juegan en dicha evolución.

El segundo capítulo del estudio aborda lo que podemos considerar como la edad de oro del comercio de la moda en Biarritz y la consolidación de la Costa Vasca como centro internacional de moda en la década de 1920 y en la primera mitad de la década de 1930. Siguiendo con el esquema cronológico, analizamos de forma exhaustiva los años de la Primera Guerra Mundial, las particulares circunstancias sociales, políticas y económicas que se producen en la Costa Vasca durante este periodo, y las consecuencias de dicha excepcionalidad en el sector de la moda, tanto en París, como en Biarritz y la Costa Vasca. El estudio expone el extraordinario desarrollo del comercio de la moda en la Costa Vasca tras el fin de la contienda, caracterizado por la apertura en Biarritz de sucursales de algunas de las más reputadas casas de alta costura parisinas, así como el impacto que dichos establecimientos ejercieron sobre el paisaje urbano, la vida social y cultural, y la experiencia de ocio en la Costa Vasca. Así, analizamos particularmente el caso de cuatro casas de alta costura: las casas Worth, Jeanne Lanvin, Jean Patou y Paul Poiret, junto con otras casas como Madeleine Vionnet, Lucien Lelong o Molyneux. Del mismo modo, y siguiendo con el proceso iniciado en los últimos años del siglo XIX, se analiza la consolidación de la Costa Vasca no solo como lugar de validación de estilos, sino como espacio de experimentación y creación de nuevas tendencias, y se aborda la cuestión de la creación, identificando, en su caso, los modelos que modistos como las hermanas Callot, Jeanne Lanvin o Paul Poiret habrían concebido exclusivamente para Biarritz y la Costa Vasca, los criterios que habrían guiado el diseño de dichas colecciones, así como los elementos y circunstancias propias de la cultura y la vida en la Costa Vasca que habrían influido la moda del periodo que nos ocupa. Al igual que en el capítulo primero en lo referente a los grandes almacenes de Bayona, este segundo capítulo incide en la moda en Biarritz como experiencia de ocio en sí misma, así como en el papel central que la moda jugó en la sociabilidad en la Costa Vasca.

La segunda parte del estudio consta de dos capítulos dedicados a Gabrielle Chanel y Cristóbal Balenciaga respectivamente. A diferencia de otros modistos cuya presencia en la Costa Vasca se expone en el presente estudio, hemos procedido a desarrollar ambos casos de una manera más exhaustiva. Gabrielle Chanel llegó a Biarritz como una modista en ciernes, precedida de cierta notoriedad por la radicalidad y frescura de sus propuestas, pero con un largo camino que recorrer en lo que respecta a la creación de moda. El éxito incontestable y casi inmediato del que gozó en Biarritz durante la Primera Guerra Mundial, y las consecuencias que dicho éxito tuvieron en su larga y fructífera carrera hacen que su caso sea especialmente relevante en

relación con el fenómeno de la moda en la Costa Vasca. Del mismo modo, consideramos que el caso de Cristóbal Balenciaga es fundamental para ilustrar la dimensión del fenómeno de la moda en la Costa Vasca y su impacto sobre la moda en San Sebastián, por lo que hemos creído oportuno integrarlo en este estudio. Parte de esta investigación fue iniciada en el marco del Programa de Doctorado en Historia que cursé en la Universidad de Deusto entre 2008 y 2010 y que fue publicado en una monografía editada conjuntamente por la Diputación Foral de Gipuzkoa y la editorial Nerea en octubre de 2010, con ocasión de la apertura del Cristóbal Balenciaga Museoa en junio de 2011. Dicho trabajo suponía una aportación considerable en lo que respecta a los estudios que sobre Balenciaga se habían publicado hasta la fecha, pues reconstruía la biografía y la trayectoria profesional de éste antes de su establecimiento en París, un periodo que había sido sistemáticamente ignorado e incluso menospreciado. Este trabajo ha sido desarrollado, completado y corregido, incidiendo especialmente en los aspectos relacionados con la tesis general del estudio.

El capítulo dedicado a Gabrielle Chanel aborda la actividad de esta creadora en Biarritz y en la Costa Vasca, desde la apertura de su casa de alta costura en septiembre de 1915, hasta el cierre de su sucursal en 1933. Así, analizamos las circunstancias del establecimiento de Chanel en Biarritz en los inicios de su trayectoria en la moda y en el contexto de la Primera Guerra Mundial. Del mismo modo, profundizamos en el papel que la clientela española en general y la reina Victoria Eugenia en particular jugaron en su primer gran éxito en la década de 1910, así como las consecuencias de dicho logro en su consolidación como creadora y mujer empresaria en París a partir de 1918. En el contexto de este primer periodo durante el conflicto bélico, analizamos las innovaciones que caracterizaron el trabajo de Chanel, el papel que Biarritz y la Costa Vasca jugaron en la concepción y validación de sus radicales propuestas, y su aportación al estilo *sport*, que dominaría la moda internacional en la década de 1920. En lo que a este periodo se refiere, estudiamos la importancia de las relaciones que Gabrielle Chanel cultivó durante sus estancias en la Costa Vasca, muy especialmente con la colonia aristocrática rusa exiliada en Francia desde el estallido de la Revolución en 1917, y el impacto que estas relaciones tuvieron tanto en su creación como en la organización de su empresa. Hemos realizado igualmente un estudio del espacio que Chanel ocupó en Biarritz, muy especialmente la villa Larralde, edificio emblemático de la localidad biarrota que llegó a ser conocida como la villa Chanel. A través de la reconstrucción de los cambios, reformas e interiores de la villa Larralde hemos podido esbozar la experiencia de una clienta en la casa Chanel de Biarritz. Finalmente, analizamos la política de relaciones públicas de Chanel, a través del testimonio de

Ana Pombo, quien ejerciera de directora de la casa Chanel en Biarritz en el verano de 1932, un año antes de su cierre definitivo.

La segunda parte del estudio finaliza con el capítulo sobre la trayectoria de Cristóbal Balenciaga en San Sebastián, entre la apertura de su primera casa en la capital donostiarra en 1917 y la fundación de su casa de alta costura en París en agosto de 1937. Así, analizamos la infancia de Cristóbal Balenciaga en Getaria, su entorno familiar y las relaciones que jugaron un papel fundamental en su vida y en la elección de su oficio, muy especialmente la marquesa de Casa Torres. Procedemos asimismo a analizar su primera formación profesional como sastre en reputados establecimientos de San Sebastián, así como la fundación de su primer establecimiento en la capital donostiarra en 1917. Dedicamos especial atención a estudiar el desarrollo de su empresa, detallando sus diversas iniciativas y subrayando el papel que jugaron algunos de sus colaboradores más cercanos, principalmente su socio y compañero Wladzio d'Attainville, en la concepción, evolución y éxito de su proyecto. Abordamos igualmente el notorio papel que Cristóbal Balenciaga jugó en la vida cultural donostiarra, sobre todo a partir de 1925, fecha en que la reina María Cristina adquirió por primera vez las creaciones presentadas por Balenciaga en su establecimiento de la avenida de la Libertad. De este modo, incidimos en la consolidación de la reputación del modisto, trascendiendo los límites de la Costa Vasca ya en la década de 1920. La proclamación de la II República en 1931 y el consiguiente exilio de la familia real y de buena parte de la aristocracia española supusieron un duro golpe para negocio de Balenciaga. Así, analizamos el modo en que el modisto hubo adaptarse a la nueva realidad política, económica y social, mediante una inteligente estrategia de diversificación comercial. La última parte de este capítulo está dedicada al análisis de la actividad y la vida de Balenciaga durante la guerra civil. Hemos considerado oportuno integrar esta investigación en el capítulo que nos ocupa ya que contribuye considerablemente a esclarecer una cuestión sobre la que se ha especulado en los últimos años: tanto los movimientos de Cristóbal Balenciaga durante este convulso periodo, así como su decisión de partir a París y sus motivaciones para hacerlo.

Capítulo 1. La moda y la génesis del comercio: 1854-1914

La moda jugaba un papel esencial en la vida de Biarritz y la Costa Vasca, erigiéndose en elemento primordial de la expresión individual y de las relaciones sociales de sus habitantes. Las infraestructuras que fueron creándose y evolucionando desde principios del siglo XIX posibilitaron el desarrollo del turismo y se convirtieron en espacios de sociabilidad y de performatividad similares y alternativos a los que caracterizaban la experiencia de la emergente ciudad moderna. Del mismo modo, otro fenómeno resultó igualmente remarcable para comprender la consolidación de Biarritz como ineludible centro de moda: el desarrollo de un importante comercio que satisficiera las exigencias de una clientela habituada al consumo de productos de lujo y que nutriera sus necesidades para participar plenamente de la experiencia individual, social y cultural que Biarritz ofrecía. El florecimiento de dicho comercio, protagonizado por emprendedores tanto locales como forános, no solo reforzó la centralidad del fenómeno de la moda en la Costa Vasca, sino que facilitó la experimentación creativa y la emergencia de este territorio turístico en foco generador de nuevas ideas y tendencias.

1.1. "Los grandes vestidos están Biarritz": la época imperial

Las fuentes que nos hablan de Biarritz en la primera mitad del siglo XIX, los años de su génesis como centro balneario, se centran en la multiplicación de los servicios e infraestructuras que rápidamente fueron desarrollándose para acoger a una creciente colonia de visitantes; sin embargo, apenas hacen referencia al comercio de la aun pequeña localidad costera. Durante las primeras décadas de dicho siglo, Bayona continuó siendo la villa comercial por excelencia, mientras que Biarritz se transformaba en un nuevo centro de ocio y de sociabilidad de renombre internacional en el que la moda jugaría un papel fundamental.

Publicado en Bayona en 1859, el libro *Une saison d'été à Biarritz* nos ofrece un interesante relato sobre Biarritz en un momento clave de su transformación en estación balnearia. El anónimo escritor se presenta como "una habitual de los baños de mar en Biarritz" y se trata muy probablemente de un miembro de la burguesía comercial de Bayona que frecuentaba la costa labortana como lugar de esparcimiento y de ocio desde principios del siglo XIX. Este informado y asiduo visitante relata con nostalgia sus recuerdos de niñez en una Biarritz donde reinaba la simplicidad, tanto en los modos como en las modas. Afirma así que la moda nunca formó parte de las consideraciones de aquellos primeros y despreocupados veraneantes y

describe con detalle el vestido que hombres y mujeres lucían en sus días de baños y paseos en Biarritz. Mientras los hombres vestían un gran sombrero de paja, una sencilla chaqueta de algodón bordado de pequeñas flores azules o rosas, un pantalón de tela ligera y común, y zapatos de badana sin media ni calcetines[15], las mujeres se paseaban por Biarritz con gran sombrero de paja común, amplia bata "cuya forma o calidad aun no estaban disimuladas por los formidables artefactos de la moda actual", y zapatos a medio camino entre un *soulier*[16] y una pantufla[17]. El autor observa las profundas transformaciones que a este respecto se han producido en Biarritz en pocos años:

> Hay un abismo de al menos diez siglos entre las exigencias de entonces y las de hoy, entre el descuido franco y modesto de esa época y los caprichos modernos de la moda orgullosa que hoy en día exige que nos bañemos en vestido de seda, esclavina de encaje y zapatos de satén. Entonces solo vivíamos para nosotros y para nuestro interior, mientras que ahora vivimos fundamentalmente para los demás y para el exterior; no nos preocupábamos como ahora de la aprobación o desaprobación de la multitud.[18]

Aun en el verano de 1843, en el marco de su viaje por los Pirineos, Víctor Hugo describía con emoción la villa de Biarritz como un lugar admirable por "su cordial población, sus hermosas casas blancas, sus anchas dunas, su arena fina, sus grutas enormes, su mar soberbio"[19]. Del mismo modo destacaba la espontaneidad que observó en aquel lugar donde la gente se bañaba "como en Dieppe, como en El Havre, como en Le Tréport, pero con no sé qué libertad que inspira el hermoso cielo y que el suave clima tolera". A ojos de Hugo, dicha libertad se manifestaba a través de la actitud desenfadada de las bañistas y también del atuendo que éstas vestían en las playas de Biarritz:

> Las mujeres, ataviadas con el último sombrero llegado de París, envueltas en un gran pañolón de la cabeza a los pies y con un velo de encaje sobre el rostro, entran con los ojos bajos en una de esas barracas de tela de las que está salpicada la playa; momentos después, salen con las piernas desnudas, vestidas con una simple camisa de lana oscura que apenas llega a la rodilla y corren riendo a lanzarse al mar […] Las chicas del pueblo

[15] *Une saison d'été à Biarritz* (Bayona: Lamaignère, 1859), 32-33.
[16] Un tipo de zapato de vestir de corte bajo.
[17] *Une saison d'été à Biarritz*, 33.
[18] *Une saison d'été à Biarritz*, 33.
[19] Víctor Hugo, *Viaje a los Pirineos y los Alpes* (Barcelona: Alhena, 2021), 61-72.

> y las bellas modistillas de Bayona se bañan con camisas de sarga, a veces muy agujereadas sin preocuparse mucho de lo que los agujeros muestran y de lo que las camisas ocultan.[20]

Víctor Hugo mencionaba así las modas venidas de París, muy probablemente lucidas por las bañistas foráneas, al tiempo que puntualizaba que las *grisettes* o modistillas que se divertían en la playa no eran jóvenes locales, sino que procedían de Bayona. Ante los cambios que se intuían cuando Víctor Hugo escribió estas impresiones el escritor-viajero mostraba su inquietud por el futuro de la villa costera afirmando que, "solo albergo un temor: que se ponga de moda. Ya vienen de Madrid, pronto vendrán de París". Asimismo, citaba una serie de "síntomas que ya anuncian la próxima transformación de Biarritz", como la evolución en el transporte, con la llegada del ómnibus, la ocupación de otras playas del litoral más allá del Puerto Viejo, y la proliferación de hoteles que sustituían a las antiguas y escasas posadas. El comercio de Biarritz no representaba aun un factor de transformación destacable en este periodo.

Pocos años después de las impresiones de Víctor Hugo, en julio de 1850, un visitante español describía Biarritz como "una población muy pintoresca con magníficas fondas, con elegantes cafés y pastelerías y con casas para hospedaje, cómodas, lujosas y aseadas"[21]. En agosto de 1856, un año después de la inauguración de la Villa Eugénie, la nueva residencia de Napoleón III y la emperatriz Eugenia en Biarritz, una de las innumerables crónicas periodísticas sobre la estancia de la pareja imperial en la localidad labortana relataba: "sus Majestades han encontrado, a su llegada a Biarritz, más de 2,000 bañistas. Nunca había Biarritz tenido que alojar a tanta gente; así, cada casa ha sido transformada en posada, cada tienda en café o restaurant"[22].

Así, en detrimento incluso del comercio local, todos los esfuerzos de las autoridades y de los habitantes de Biarritz se centraron en estos años en mejorar los servicios e infraestructuras básicos para acoger a un creciente número de visitantes que, desde París y otros lugares de Europa, seguían a la pareja imperial en su veraneo anual en la Costa Vasca. La creación de hoteles y casas de huéspedes, de restaurantes y cafés, así como la construcción de casetas y establecimientos de baños constituyeron el primer paso a la consolidación de Biarritz como

[20] Hugo, *Viaje a los Pirineos*, 62-63.
[21] "Estudios de Viages. San Sebastián y Biarritz", *Museo de las familias*, 25 de julio de 1850, 454.
[22] E. M. de Lyden, "Chronique", *Jounal du Cher*, 23 de agosto de 1856.

estación balnearia. En el libro publicado por Augustin Chaho en 1855 sobre Biarritz y sus alrededores encontramos una lista de establecimientos al final de la obra que viene a constituir una breve guía para el viajero en Bayona y especialmente para su estancia en Biarritz[23]. Dicha guía provee información detallada sobre el servicio médico y la Sociedad de Salvamento en Biarritz, así como una relación de casas de huéspedes y hoteles, de establecimientos hosteleros, de servicios de casetas para los baños, de marinos propietarios de embarcaciones de recreo, y de lo que el autor denomina *marchands de costumes*, un término genérico que se refiere a los comercios dedicados a la venta de productos relacionados con la moda, ya sean tejidos, artículos de mercería, accesorios o prendas confeccionadas. En contraste con los 105 establecimientos de hospedaje (100 casas de huéspedes y 5 hoteles), y los 6 cafés y restaurantes detallados, la lista incluye tan solo 4 establecimientos dedicados al comercio de la moda: "Conrié; Moreau, sastre; Nathan; Vivier"[24].

En 1857 una de las primeras guías turísticas jamás editadas sobre Biarritz[25] señalaba sucintamente que "se encontrarán, cerca de los principales hoteles, diversos *marchands de costumes*"[26]. A pesar de lo escueto de la expresión, el término "diversos" sugiere que en pocos años se habría producido un aumento del comercio de moda en Biarritz, aunque no alcanzaría aun la relevancia de otros establecimientos y servicios públicos. Esta referencia revela igualmente que dichos comercios de moda se habían establecido en el entorno de los nuevos hoteles con el objeto de captar y de satisfacer al creciente número de visitantes que llegaban a Biarritz cada temporada. La misma guía de 1857 señalaba que "la moda ha hecho de ella [Biarritz] una de las estaciones balnearias más celebradas y frecuentadas de las costas de Francia. Hoy sus habitantes ejercen prácticamente todas las profesiones de bañeros, cocheros, posaderos, propietarios de cafés, tenderos, etc."[27]. Cabe destacar en esta lista de nuevas profesiones la ausencia de referencia alguna a costureras, modistas, sastres, zapateros, planchadoras, merceras o marchantes de tejidos, actividades todas ellas relacionadas con la moda y los comercios y servicios derivados de la misma. Biarritz era por el momento "una gran posada que crece cada año, pero que ha comenzado desde hace cierto tiempo a buscar la

[23] Augustin Chaho, *Biarritz entre les Pyrénées et l'Océan* (Bayona: A. Andreossy, 1855), 299-304.
[24] Chaho, *Biarritz entre les Pyrénées et l'Océan*, 302.
[25] La primera guía turística sobre Biarritz y el País Vasco se publicó un año antes, en 1856: Alfred Germond de Lavigne, *Autour de Biarritz, promenades à Bayonne, à la frontière et dans le pays basque* (París: Richard et Ad. Joanne, 1856).
[26] Adolphe Joanne, *De Bordeaux à Bayonne, à Biarritz, à Arcachon, à Saint-Sébastien, à Mont-de-Marsan et à Pau. Itinéraire historique et descriptif* (París: L. Hachette, 1857), 95.
[27] Joanne, *De Bordeaux à Bayonne, à Biarritz*, 106-107.

elegancia y el confort que justifiquen el extraordinario favor del que goza en todo el continente"[28]. El comercio de moda sería una de las grandes asignaturas pendientes de Biarritz en su ambición por convertirse en un centro internacional de moda.

Sin embargo, la moda constituía, ya a mediados del siglo XIX, uno de los aspectos más destacados por cronistas, viajeros, guías y protagonistas que escribieron sobre la vida en la localidad labortana. Joanne dedicaba a la moda las siguientes reflexiones en su ya citada guía (observaciones que repetiría en su reedición de 1879[29]):

> La moda, que a veces comete monstruosos desatinos, acertó al tomar a Biarritz bajo su protección y al reunir cada año a una sociedad numerosa y heterogénea. Artistas, enfermos, *fashionables*, todos aquellos a los que les gusta contemplar grandes y bellos paisajes, que tienen sufrimiento físico que curar o aliviar, que sienten la necesidad de mostrar a otros espectadores, a falta de su inteligencia, su vestido o su figura – un tonto encuentra siempre a uno más tonto que lo admire – están seguros, cuando vengan a Biarritz, de no decepcionarse en sus expectativas. Los vestidos son tan ridículos allí como en París, Baden o Vichy.[30]

A pesar del sarcasmo del autor, sus observaciones (al igual que las del anónimo autor bayonés antes citado) muestran la importancia que adquirieron las consideraciones sartoriales en la vida social en Biarritz.

La pareja imperial formada por Napoleón III y Eugenia de Montijo jugó un papel fundamental tanto en la consagración de Biarritz como estación balnearia, como en su transformación en una nueva e ineludible escena de la moda en el panorama internacional. La propia emperatriz era considerada una de las mujeres más elegantes de su época, y sus elecciones vestimentarias no solo reflejaban sus propios gustos y personalidad, sino que también aspiraban a representar el dinamismo industrial, la superioridad artística y la influencia cultural de la Francia del Segundo Imperio en el mundo. La prensa francesa e internacional cubrían con detalle tanto la actividad política como la vida de la corte, los viajes de la pareja imperial, la salud del príncipe, y muy

[28] Joanne, *De Bordeaux à Bayonne, à Biarritz*, 107.
[29] Adolphe Joanne, *De Bordeaux à Bayonne, à Biarritz, à Arcachon, à Saint-Sébastien, à Pau, à Mont-de-Marsan, à Tarbes et à Bagnères-de-Bigorre* (París: L. Hachette, 1879), 99.
[30] Joanne, *De Bordeaux à Bayonne, à Biarritz*, 99.

especialmente el vestido de la emperatriz, cuyo estilo era imitado en todas cortes europeas, así como entre las mujeres de la emergente burguesía industrial al otro lado del Atlántico. En agosto de 1854, con ocasión de la primera estancia de Napoleón III y la emperatriz Eugenia en Biarritz, la revista de moda *La Sylphide* publicaba lo siguiente:

> Los grandes vestidos están en Biarritz. Son los vestidos de corte. Todas las maravillas de la industria y del buen gusto despliegan sus esplendores artísticos. Los ricos y excepcionales tejidos de la casa *Page* están allí: los vestidos de ramos y cestas de flores, los vestidos de drapeados de encaje y lazos de cinta tejidos en la tela, los vestidos mosaico, los vestidos sombreados, los vestidos deshilachados, los vestidos de gasa, de tul y de crepé, bordados en oro, en plata y de flores.[31]

El doctor Ernest Barthez, médico del príncipe imperial Luis Napoleón Bonaparte desde 1856, nos ofrece en su correspondencia a su familia un vívido y detallado testimonio de la vida en la Villa Eugénie a donde se trasladaba cada verano acompañando a la familia imperial. Los baños matinales de la emperatriz y los paseos del emperador, las excursiones, las visitas de grandes dignatarios, aristócratas, artistas e intelectuales, las cenas y los bailes, los momentos íntimos, son narrados por el doctor Barthez a su esposa y a sus hijas con regularidad. Tal y como relata el doctor, la vida en Biarritz era sencilla en contraste con la ceremonia y la etiqueta que caracterizaban la corte en París[32]. Sin embargo, el vestido y la moda constituyeron un elemento central e irrenunciable de la dinámica social y cultural establecida por los regentes en su villa de veraneo. Barthez describe con familiaridad el estilo de la emperatriz que observa a diario: "Se cambia de vestido a menudo. Desde que llegamos, no creo haber visto más de dos veces el mismo vestido, aun así, no hay muchos de ellos que hayan tenido el honor, de haber sido vestidos dos veces[33].

La lealtad y admiración del doctor hacia la emperatriz queda de manifiesto en su correspondencia, lo que no impide que exponga sus opiniones sobre la personalidad y el estilo de la soberana. Así en septiembre de 1856 este afirmaba:

[31] Vicomtesse de Renneville, "La saison de couronnes", *La Sylphide*, 30 de agosto de 1854, 92.
[32] Docteur Barthez, *La famille impériale à Saint-Claude et à Biarritz* (París: Calmann-Lévy, 1913), 82-83.
[33] Barthez, *La famille impériale*, 94-95.

> La he visto en todo tipo de traje, en el simple y feo traje de baño, […]; la he visto en vestido de mañana y de noche, en vestido de paseo y en vestido de baile – dondequiera y siempre, la he admirado. Pero decididamente el vestido y el sombrero de paseo son los que menos le favorecen.

Barthez también es testigo del entusiasmo de Eugenia por el novedoso miriñaque, "una especie de armazón de hierro muy flexible […]que nos parece muy poco agraciada e incómoda"[34], de su digno peinado "cuyo fondo es siempre el mismo y que solo varía mediante la aplicación de algunas flores en la parte trasera"[35], o de la sencillez que predica en los adornos, pues según el doctor, "ella se muestra tal como es"[36]. Además de las numerosas consideraciones que Barthez expresa sobre la emperatriz, éste también nos habla de las recepciones organizadas en la Villa Eugénie: "desde que estamos en Biarritz, ha habido un baile, casi siempre dos veces por semana. No creo haber visto nunca una reunión tan multitudinaria de mujeres tan bellas"[37].

Tanto la pareja imperial, como los habituales invitados a la Villa Eugénie, así como aquellos que llegaban a Biarritz siguiendo la moda promovida por los soberanos, se hacían con un guardarropa completo para la temporada de baños que reflejara las últimas tendencias y novedades en formas, tejidos y accesorios. Para hacerlo, contrataban los servicios de las mejores modistas y sastres de París o Londres. Uno de los modistos cuyas creaciones más se admirarían en la Villa Eugénie sería, sin duda, Charles Frederick Worth.

Worth ha pasado a la historia como el modisto que dominó la moda parisina en la segunda mitad del siglo XIX, y sus creaciones han sido consideradas como el símbolo de la elegancia de este período[38]. Nacido en Inglaterra en 1825, Worth trabajó como aprendiz y ayudante en Swan & Edgar y Lewis & Allenby, dos de las más reputadas casas de tejidos de Londres, adquiriendo un profundo conocimiento de los materiales, así como del negocio de los modistos a quienes proveía. Se mudó a París en 1845, donde, tras varios años como dependiente en los grandes almacenes La Ville de Paris, consiguió empleo como vendedor de mostrador en la Maison Gagelin, un conocido establecimiento de la rue de Richelieu dedicado a la venta de los

[34] Barthez, *La famille impériale*, 95.
[35] Barthez, *La famille impériale*, 97.
[36] Barthez, *La famille impériale*, 97.
[37] Barthez, *La famille impériale,* 98.
[38] Para la historia y trayectoria de la casa Worth, véase Elizabeth Anne Coleman, *The Opulent Era: Fashions of Worth, Doucet and Pingat* (Brooklyn: Brooklyn Museum, 1989); Diana de Marly, *Worth: Father of Haute Couture* (Nueva York: Holmes & Meier, 1990).

más selectos tejidos. Debido a su destacada capacidad de persuasión, Worth pronto se convertiría en el responsable de la novedosa sección de confecciones y fue allí donde se decidió a introducir sus propias creaciones con la inestimable ayuda de su modelo favorita y futura esposa, Marie Augustine. Sus diseños fueron adquiriendo un progresivo éxito entre las clientas de la casa y contribuyeron a incrementar considerablemente la reputación de Maison Gagelin con modelos que fueron expuestos y premiados en la Gran Exposición de Londres de 1851 y la Exposición Universal de París de 1855. En 1857 Worth decidía, junto a su socio sueco Otto Gustav Boberg, establecer su propia casa de costura en el número 7 de la rue de la Paix, que pronto se convertiría en la avenida de la moda por excelencia.

El auge de Worth en el mundo de la moda coincidió con el establecimiento del Segundo Imperio en Francia. La restauración de la casa real con Napoleón III como emperador convirtió París en capital imperial y en lugar de numerosos acontecimientos de Estado. La demanda de productos de lujo, incluyendo tejidos y vestidos de moda, alcanzó niveles solo comparables a los que precedieron a la Revolución francesa de 1789[39]. Cuando Napoleón III contrajo matrimonio con Eugenia de Montijo, fueron los gustos de esta los que marcaron el estilo de la corte. Gracias precisamente al favor de la emperatriz Eugenia, Worth consiguió una sólida reputación como modisto a partir de su nombramiento como proveedor oficial de la corte imperial en 1859. A partir de este momento, no solo la mayoría de las cortes europeas, sino también las damas de la alta sociedad y las celebridades de la época se convertirían en fieles clientas del modisto inglés.

Aunque Worth realizaba diseños exclusivos para sus clientas más importantes, fue famosa su iniciativa de seleccionar una serie de modelos y organizar en su establecimiento un pase con jóvenes maniquíes de su elección ante un distinguido grupo de clientas, quienes elegían el modelo que les interesaba para hacérselo a su medida. Asimismo, Worth defendió el carácter eminentemente creativo del trabajo de los modistos e incluyó su propia firma en las etiquetas que cosía a sus creaciones, como si de un pintor que rubrica su obra se tratase. La casa Worth no fue la única en adoptar este tipo de medidas; sin embargo, la agresiva autopromoción de su fundador le valió el título de "padre de la alta costura y primer diseñador"[40].

[39] Jessa Krick, "Charles Frederick Worth (1826-1895) and The House of Worth", en *Heilbrunn Timeline of Art History* (Nueva York: The Metropolitan Museum of Art, 2000). Consultado el 10 de septiembre de 2020. http://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd_wrth.htm
[40] Krick, "Charles Frederick Worth (1826-1895) ".

Los diseños de Worth se caracterizaban por el uso de suntuosos tejidos y aplicaciones, por su atención al corte y, sobre todo, por la incorporación de elementos de indumentaria histórica, los cuales eran reinterpretados y adaptados con gran habilidad a las modas contemporáneas. A pesar de no haber recibido una formación superior, Worth era un gran aficionado al arte y efectuaba numerosas visitas tanto a la National Gallery como al Museo del Louvre, donde pasaba horas tomando notas y realizando bocetos que utilizaba para el estudio de modas históricas, junto con antiguos grabados de moda que coleccionaba. Le fascinaban las modas imperantes en el siglo XVIII, y así los tejidos, bordados, y vestidos característicos de esta época se convertirían en temas recurrentes de sus creaciones en décadas consecutivas. Tras la muerte de Charles Frederick Worth en 1895, fueron sus hijos Gaston-Lucien y Jean-Philippe quienes se pusieron al frente de la casa, que mantuvo su prestigio y sus señas de identidad hasta bien entrada la década de 1950. Los diseños de Jean-Philippe siguieron la filosofía del fundador de la casa, insistiendo en la utilización de tejidos de extraordinaria calidad y la suntuosidad en los adornos.

Aunque en la historia de la moda la emperatriz Eugenia ha sido identificada como la gran responsable del éxito de Charles Frederick Worth, ésta contó con otros inestimables colaboradoras cuyos nombres son hoy menos conocidos, como son Madame Vignon o Madame Moga, *couturières* o modistas de la emperatriz, Madame Ode, la célebre *modiste* o creadora de sombreros de la Rue de la Paix, o el famoso peluquero M. Leroi, quien la acompañaba allá donde ella fuera, incluyendo la temporada de verano en Biarritz[41], pues "un peinado en el que Leroi no haya puesto sus manos sería tan incompleto como lo sería, en un estado constitucional, un decreto que no fuera validado por uno de sus Ministros"[42]. En septiembre de 1863 un artículo publicado por la revista británica *The Lady's Newspaper* sobre las últimas novedades de la moda, enviadas por su corresponsal en París, informaba a sus lectoras de que, "la Corte está en Biarritz, y muchos encantadores vestidos son enviados allí diariamente. Para el día se están preparando varios vestidos en franela blanca, con paletós a juego, e igualmente faldas realizadas en el mismo material, siendo las tres prendas decoradas con cinta de terciopelo negro. Hay también un material de lana llamado *ratine*; es suave y abrigado, y es muy apropiado para ir y volver del baño […] Muchas damas que están ahora residiendo en Biarritz han encargado vestidos en *ratine*; ya sea en color violeta Napoleón, o en azul Hortensia, se confeccionan

[41] "Eugenie, Empress of the French", *Harper's Bazaar*, 19 de diciembre de 1868, 954.
[42] "Eugenie, Empress of the French", *954.*

vestidos sencillos, pero de mucho gusto con este material"[43]. Las elegantes que se desplazaban a Biarritz, así como mujeres de todo el mundo, seguían con gran interés las elecciones de la emperatriz Eugenia y los vestidos lucidos por la soberana, tanto en París como en sus residencias de Compiègne y Biarritz. En noviembre de 1863 la corresponsal de la revista *The Queen* escribía desde París:

> De vez en cuando me piden que describa vestidos sencillos, como los que podría hacer una sirvienta en casa; con el estilo actual de los adornos esto es difícil; sin embargo, aquí hay tres que vi hace unos días en Mme. Vignon's, la modista de la Emperatriz. El primero era para la propia Emperatriz, y estaba hecho de fina cachemira azul – en un encantador tono azul, ni demasiado claro ni demasiado oscuro. La falda estaba recogida sobre una enagua de cachemira blanca, con pliegues de caja de color azul alrededor del borde, y rematada con cinco bandas azules; un paletó corto forrado con seda azul y adornado con cordoncillo de cachemira formaba el cuerpo; éste tenía solapas en cachemira blanca, también bolsillos adornados con blanco: el vestido ya ha sido enviado a Biarritz."[44]

La supuesta simplicidad a la que aluden las corresponsables británicas no era percibida del mismo modo por todo el mundo. En 1866 la prensa parisina afirmaba que "es imposible dar una idea de la variedad, la elegancia, y también la excentricidad de los vestidos que recorren la playa [de Biarritz]"[45]. En este mismo sentido se expresaba Prosper Mérimée en una de las numerosas cartas que envió desde la Villa Eugénie donde pasaba largas temporadas con la pareja imperial. Escribiendo en septiembre de 1861 a su amigo Antonio Panizzi, entonces bibliotecario de la British Library, Merimée explicaba que "Biarritz está lleno de gente de todo el mundo. Hay muchas mujeres de todo rango y de toda virtud, todas con los vestidos más extraordinarios que podamos imaginar. La playa parece un baile de carnaval"[46]. En una misiva enviada a la condesa de Boigne el 18 de septiembre de 1861, el escritor expresaba a ésta su añoranza por París, "a pesar de todas las bellas damas en vestidos imposibles que se pasean por la playa y que se preguntan a qué especie de bípedo pertenezco. No sé si lo fantástico en materia

[43] "The Parisian fashions", *The Lady's Newspaper*, 19 de septiembre de 1863, 914.
[44] "The Parisian fashions", *The Queen*, 12 de septiembre de 1863, 179.
[45] "Variétées", *Le Journal des marchandes de mode*, 1 de octubre de 1866, 14.
[46] Alexandre Hurel, *Je vous écris de Biarritz* (Urrugne: Éditions Pimientos, 2014), 74.

de vestido se lleva tan lejos como aquí en Trouville, pero lo dudo. Tenemos a polacas y españolas ante quienes hay que quitarse el sombrero"[47].

Tal y como nos muestra la hemeroteca, la emperatriz, su corte, así como las mujeres que les seguían en sus estancias en Biarritz, hacían confeccionar sus modelos para la temporada junto al mar en sus habituales modistas de confianza de París. Sin embargo, algunos profesionales del sector basados en la capital francesa pronto intuyeron las oportunidades comerciales que se presentaban en esta nueva escena de la moda. Así, en julio de 1866 la revista profesional de las marchantes de modas de París[48], *Le Journal des marchandes de mode,* anunciaba que "Petit (109, boulevard Richard-Lenoir), se prepara para partir a Vichy y a Biarritz, apresúrate en encargarle tus fantasías orientales"[49]. Unos meses después, en octubre del mismo año, la misma publicación informaba con entusiasmo "Petit […] vuelve de Biarritz; ha reabierto su museo oriental, y estamos deslumbradas por tanta riqueza, sedas de las Indias y de China, lana de Argel, joyas de todos los países; es imposible salir de allí con las manos vacías, la bolsa ni la menciono"[50]. Es muy probable que, tal y como hiciera el mencionado Petit, otros comerciantes siguieran el itinerario de sus clientes a las diversas estaciones balnearias de moda, especialmente Biarritz entre julio y octubre, cuando la sociedad parisina y europea se daba citan en la Costa Vasca.

1.2. "El bacarrá de las elegantes": la emergencia de los grandes almacenes en Bayona

La colonia veraniega de Biarritz también hacía excursiones a la vecina Bayona, un centro comercial histórico del país donde podían adquirir novedades llegadas de París o hacerse confeccionar nuevas prendas por las modistas y los sastres bayoneses de acuerdo a las tendencias que procedían de París y que evolucionaban en la propia Biarritz. La conocida revista de moda española *La Moda Elegante* daba cuenta en octubre de 1883 de las múltiples diversiones de la vida en Biarritz en el mes de septiembre, como los bailes en villas particulares, las veladas en el Casino, a donde "iban ellas muy elegantes y ellos siempre de frac"[51] y donde

[47] Hurel, *Je vous écris de Biarritz*, 74.
[48] Las marchantes de moda eras mujeres comerciantes especializadas en la venta de artículos destinados a la ornamentación de vestidos, fundamentalmente artículos de mercería, flores artificiales, tocados, echarpes, cinturones y otros accesorios. Estas comerciantes se organizaban desde 1776 en torno a un gremio independiente del gremio de merceros de París.
[49] Comtesse de Brécourt, "Lettres Parisiennes", *Le Journal des marchandes de mode*, 15 de julio de 1866, 13-14.
[50] Comtesse de Brécourt, "Lettres Parisiennes", *Le Journal des marchandes des modes*, 1 de octubre de 1866, 11.
[51] "De vuelta de baños", *La moda elegante, periódico de las familias*, 6 de octubre de 1883, 296.

"el *baccarrat* sigue haciendo estragos"[52]. La cronista pasaba a referirse a otra actividad habitualmente obviada en las guías y los relatos de viajeros: "el sexo femenino tiene también su *baccarat*, que es Bayona"[53], donde, [ellas] no pueden dejar de visitar las preciosas y respectivas tiendas de la Fournier y de Guesnu, ya sea para adquirir adornos destinados à hermosear sus casas ó sus personas, aunque eso mismo puedan encontrarlo aquí [en Madrid] en casa de Bach ó de Eguía, sin las molestias de empaquetarlo y repagarlo en Irún, ya entrando en la joyería de Orteon [sic][54], donde menos bonitas y más caras encuentran las novedades que tiene aquí Marzo"[55].

El comercio de la moda en Bayona contaba desde mediados del siglo XIX con una serie de establecimientos que se habían convertido en referencias ineludibles, también para los visitantes de Biarritz. En su libro *Biarritz y sus cercanías* el periodista y escritor Pascual Millán[56] nos ofrece un valioso testimonio de la vida en Biarritz y en Bayona a finales del siglo XIX, proporcionando información inédita sobre diversos comercios y sus propietarios, así como sobre la contribución de los mismos a la prosperidad de ambas villas y a la sociabilidad de la colonia veraniega. Entre los establecimientos que Millán refiere en Bayona, caben destacar la casa Charpentier et Constantin, fundada en 1828 y que comenzó como una pequeña tienda dedicada a la venta de tejidos para muebles y vestidos[57]. Para 1897, el establecimiento consistía en dos grandes tiendas que ocupaban una extensa superficie, entre la calle Víctor Hugo y el Pont Mayou, y que ofrecía a sus clientes toda clase de géneros a precios diversos. Millán describe con detalle el interior del establecimiento:

> En las galerías bajas halláis enormes pilas de tejidos formados en columnas de honor, como los grandes ejércitos en las grandes paradas. En el primer piso están los salones de confección, los gabinetes destinados á la prueba, los *bureaux* de encargos y el departamento de artículos para mueblaje. Allí véis grandes armarios que ocultan un sin fin de pelerinas, chaquetas, abrigos, esperando que alguna mujer distinguida pronuncie el levántate y anda, y los saque de su cautiverio. Y en el piso superior se encuentra el

[52] "De vuelta de baños", 296.
[53] "De vuelta de baños", 296.
[54] Se refiere a la joyería Artéon de Bayona.
[55] "De vuelta de baños", 296.
[56] En relación con la biografía de Pascual Millán ver, Manuel Ossorio y Bernard, *Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX* (Madrid: J. Palacios, 1908), 279.
[57] Pascual Millán, "La Casa Charpentier et Constantin", *Biarritz y sus cercanías, notas e impresiones* (Madrid: El enano, 1897), 303-312.

gran taller de costura, donde trabajan constantemente una veintena de mujeres bajo la dirección de la 1ª y 2ª *coupeuses*.[58]

Otro de los comercios de referencia para los veraneantes de Biarritz era el establecimiento Les Grands Magasins du Printemps, fundado en 1871 por Bernard Iribarnegaray. Lo que empezó como un almacén de novedades se convirtió, sobre todo a partir de su extensión en 1886, en un comercio que seguía el modelo de los *Grands Magasins* o grandes almacenes parisinos que revolucionaron el comercio de la moda en el siglo XIX.

En la Europa de la segunda mitad del siglo XIX la denominada "haussmanización de París"[59], las reformas urbanísticas iniciadas bajo el mandato del barón Haussmann, prefecto de la policía del emperador Napoleón III, sentaron las bases teóricas y prácticas de lo que hoy conocemos como ciudad moderna[60]. "Una de las características de la nueva metrópoli es la gran importancia que cobra el espacio público por la apertura de bulevares, plazas y grandes espacios, así como por la supresión o rectificación del trazado laberíntico medieval. El espacio público es cedido a la burguesía en detrimento de las clases más populares y de las actividades que estas desarrollaban antes en la calle, entre otras la actividad comercial. El comercio urbano se aburguesa al abandonar calles y plazas, y se incorpora a edificios que va a hacer suyos, dando lugar a todo un fenómeno arquitectónico: el desarrollo tipológico del gran almacén parisino"[61]. Al mismo tiempo, la moda entra en una nueva fase económica en la que la producción tradicional se desarrolla en nuevas direcciones (se diferencia el concepto de *grande couture*, o la exclusiva producción de grandes modistos, del nuevo concepto de *confection*, o producción seriada e industrial de prendas), y se produce una revolución en la comercialización de la ropa. El placer de realizar compras en París había constituido una de las principales atracciones de la capital francesa durante siglos, pero el modo de hacerlo cambió de manera radical en la medida en que la ciudad fue reconstruida[62].

Así, se construyeron auténticos palacios destinados a la compra como experiencia y actividad de ocio. La revolución de los grandes almacenes se basaba en un concepto comercial novedoso,

[58] Millán, "La Casa Charpentier et Constantin", 311.
[59] Valerie Steele, *Paris Fashion, a Cultural History* (Londres: Berg, 1998), 135.
[60] Rafael Serrano Saseta, "Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad del siglo XIX", *Scripta Nova*, vol. X, n.º 211 (15 de abril de 2006). http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-211.htm
[61] Serrano Saseta, "Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París".
[62] Steele, *Paris Fashion*, 147.

en contraposición a los antiguos métodos utilizados en los pequeños establecimientos tradicionales. Mientras los comercios tradicionales y los almacenes de novedades compraban y ofrecían una cantidad limitada de género, los grandes almacenes adquirían grandes cantidades de variados artículos y confecciones. Los clientes podían por fin hacerse con todo tipo de efectos, desde tejidos hasta perfumes y calzados, pasando por las prendas realizadas en sus propios talleres, sin por ello verse obligados a recorrer los establecimientos especializados en cada artículo que deseaban adquirir. Asimismo, los grandes almacenes establecieron la práctica de precios fijos, marcados claramente sobre cada producto, para evitar el regateo, usual hasta entonces en el comercio tradicional; ofrecían los productos a precios inferiores a los del resto de establecimientos mediante la reducción del margen de beneficios en un 15 o un 20%, o incluso un 40%, que se compensaba con un volumen de ventas superior; se utilizaban mostradores anchos y bajos, tanto laterales como centrales, donde se exponía la mercancía, en contraste con las oscuras tiendas de la época donde todo permanecía empaquetado y guardado; se diseñaban escaparates amplios, luminosos y atractivos y se recurría a la publicidad en la prensa; el cliente gozaba de total libertad para entrar en el establecimiento, y se utilizaban llamativos carteles en las puertas para que lo hiciera; además, se garantizaba la calidad de los productos ofreciendo al cliente la posibilidad de que los devolviera en caso de que no quedara satisfecho con su compra. Finalmente, se estimulaba a los empleados a través del pago de una comisión sobre las ventas, con el propósito de que atendieran cuidadosamente al cliente[63].

El primer establecimiento de estas características fue el fundado en París por Aristide Boucicaut en 1852 bajo el nombre de Au Bon Marché. Aunque comenzó su andadura como tienda especializada en tejidos, ocho años después de su inauguración ya se había convertido en un gran establecimiento que ofrecía más de un centenar de artículos. En 1869 Boucicaut construyó un gran edificio con cinco plantas en superficie y tres subterráneas. Bajo su cúpula de vidrio y acero, Au Bon Marché se convirtió en un gran almacén con secciones diferenciadas, al frente de las cuales se pusieron experimentados vendedores que conocían bien el género que ofrecían a sus clientes.

La fórmula del gran almacén adquirió tal éxito que fue rápidamente imitada por otros empresarios como Alfred Chauchard, Auguste Hériot y Charles Eugene Faré. Los tres socios alquilaron en 1855 el Grand Hôtel du Louvre que acababa de abrir sus puertas en la rue de

[63] Pilar Toboso Sánchez, "Grandes almacenes y almacenes populares en España. Una visión histórica", documento de trabajo del Programa de Historia Económica (Madrid: Fundación SEPI, 2002), 9-10.

Rivoli, en un edificio construido en 1852 por los hermanos Péreire, con ocasión de la Exposición Universal, a petición del barón Haussmann. Ese mismo año decidieron establecer un comercio de modas en los bajos de dicho edificio al que llamaron Les Galeries du Louvre. El éxito de la iniciativa fue tal que en 1875 Chauchard y Hériot (Faré había abandonado la empresa en 1857) compraron todo el edificio y trasladaron el Hôtel du Louvre a otro inmueble situado en la Place du Palais-Royal, para fundar Les Grands Magasins du Louvre en 1877. Dirigidos a la clase alta de París, los grandes almacenes del Louvre pasaban por ser los más atrevidos de la ciudad[64].

A estos pioneros les siguieron otros establecimientos similares, como el Bazar de l'Hôtel de Ville (1856), Printemps (1865), La Samaritaine (1869) o Galeries Lafayette (1889). Por otro lado, el fenómeno de los grandes almacenes se extendió a otros territorios franceses, donde se abrieron sucursales de los más destacados almacenes parisinos, y a otros países como Reino Unido (Harrod's, John Lewis, Liberty & Co., Selfridges), Alemania (Karstadt), Austria (Kastner & Ohler) o los Estados Unidos (Lord Taylor, Jordan March, Macy's).

Inicialmente los grandes almacenes buscaron su clientela en la clase media de las ciudades, pues al principio la clase alta fue reacia a acudir a ellos, lo que se debía, según Jeanne Gaillard, "a la preponderancia de una tradición aristocrática según la cual toda persona elegante debe tener su zapatero, su sastre, etc."[65]. Otros autores se expresan en términos parecidos cuando señalan que: "Obligado a abrirse paso entre una multitud variopinta [al visitar el gran almacén popular, el individuo de clase alta] prefería seguir siendo fiel a sus pequeños comerciantes, acostumbrados a sus gustos un poco pasados de moda, y cuyos locales ofrecían mayor intimidad y discreción"[66].

Sin embargo, la variedad y calidad de los artículos disponibles, la cuidada atención al cliente y la posibilidad de disponer de servicios complementarios como salas de descanso, salones de té, zonas de recreo para los niños, lugares de reunión, de exposiciones, etc., terminaron atrayendo a lo más granado de la sociedad parisina y europea. Lo cierto es que hasta el más sofisticado de los clientes debía de sentirse abrumado ante el espectáculo que ofrecía el interior de ese microcosmos que era un gran almacén parisino como el Louvre, con una magnífica escalera

[64] Toboso Sánchez, "Grandes almacenes y almacenes populares en España", 11-12.
[65] Jeanne Gaillard, *Paris, la ville (1852-1870)* (París: Honoré Champion, 1977), 525.
[66] Paul Jarry, *Les magasins de nouveautés. Histoire rétrospective et anecdotique* (París: Barry et fils, 1948), 130.

central, o un ascensor-tranvía que se desplazaba tanto vertical como horizontalmente sobre raíles para conducir a los clientes de un lado al otro del edificio.

Aunque los Grands Magasins du Printemps de Bayona carecían de este tipo de instalaciones técnicas, fueron juzgados por sus contemporáneos como "incontestablemente, los almacenes de novedades más importantes del sur de Francia"[67], así como un modelo de éxito y de innovación comercial, a la altura de sus homólogos en París.

Un artículo publicado en *Le Panthéon del'industrie*, una revista semanal centrada en la innovación industrial y comercial en Francia, ensalza la excelencia de dicho establecimiento y nos ofrece una detallada descripción de la oferta y la disposicion de los artículos a la venta en el mismo. El edificio fue construido con motivo de la extensión del establecimiento e inaugurado en julio de 1886 ante la expectación de las más de15.000 personas que asistieron al evento[68]. Los nuevos almacenes se elevaban sobre los arcos de la calle de Port Neuf y de la calle Gambetta de la capital labortana. Dotado de una puerta monumental decorada con cariátides, los clientes accedían por una puerta giratoria de grandes espejos a un hall central que pronto se convertiría en lugar de encuentro de "todas las elegantes que frecuentan Bayona y las playas meridionales del Golfo de Gascuña"[69]. En la planta baja dichas elegantes admirarían los mostradores de guantes, mercería, pasamanería, cintas, y el mostrador de lencería, así como una importante sección de sedas "cuya riqueza no tiene nada que envidiar a nuestros almacenes de novedades de París"[70]. A cada lado de la escalera se encontraban las secciones de paraguas y parasoles "donde encontramos los modelos más elegantes y novedosos", y en un segundo *hall* la sección de punto o de lanas para vestidos donde "las damas tienen a su disposición una completa selección de todas las novedades del año y de la temporada exactamente como en nuestras tiendas parisinas de *Louvre* o de *Bon Marché*"[71]. Por la escalera central se accedía al primer piso, donde se situaban las secciones de confecciones, para mujeres y para hombres, los abrigos, trajes y vestidos de niños, todo ello presentado en "espléndidas vitrinas interiores". También se hallaban en este piso los salones de pruebas,

[67] E. Robert, "Les magasins du Printemps à Bayonne", *Le Panthéon de l'industrie*, 23 de enero de 1887, 14.
[68] Robert, "Les magasins du Printemps à Bayonne", 14.
[69] Robert, "Les magasins du Printemps à Bayonne", 14.
[70] Robert, "Les magasins du Printemps à Bayonne", 14.
[71] Robert, "Les magasins du Printemps à Bayonne", 14.

> Salones que son contiguos a los talleres de corte y a los talleres de costura. Podemos llegar a los salones de pruebas por una escalera especial, sin pasar por las tiendas. Allí nos encontramos, los caballeros como en el establecimiento de un sastre, y las damas como en casa de una modista, con todo el confort necesario y todas las facilidades deseables para que los clientes se sientan cómodos. Del mismo modo, se hallan en el primer piso los salones de pruebas para los corsés, puntos y otro género de prendas de interior, destinados a las damas.[72]

En su novela *El paraíso de las damas*[73], Émile Zola describió con fascinación el nuevo imperio de los grandes almacenes parisinos y el entusiasmo que estos provocaron a finales del siglo XIX entre el público femenino. Para ello, Zola realizó durante meses un intenso y riguroso estudio de campo en los numerosos almacenes que entonces ya poblaban las principales arterias del París de Haussmann, base sobre la cual creó el ficticio establecimiento llamado *El paraíso de las damas*. Gracias a las observaciones de Zola, podemos hacernos una idea del funcionamiento interno de los almacenes y de los hábitos de consumo de las mujeres que los frecuentaban. La protagonista y particular heroína de la obra de Zola, Denise, trabaja como vendedora en la sección de confecciones para señoras. Si atendemos al relato de Zola, la sección de confecciones contaba con una atractiva y variada muestra de prendas realizadas por los talleres de confección de la propia casa, diseñadas de acuerdo con las modas imperantes en el momento. Las clientas pedían a las vendedoras que les mostraran los últimos modelos, por lo que estas seleccionaban una muestra siguiendo su instinto y su experiencia. En caso de que la clienta se interesara por alguna de las prendas que las vendedoras exhibían sobre el mostrador, esta se realizaría una prueba para así ajustarla a sus medidas. Tras la prueba, la prenda iría de vuelta a los talleres de donde había salido inicialmente para llevar a cabo los pertinentes arreglos. La sección de confecciones también ofrecía a sus clientas la posibilidad de realizar el modelo de la sección que les hubiera cautivado en un tejido más de su gusto, eligiéndolo de entre aquellos ofertados por la casa en cualquiera de sus innumerables secciones. Una vez seleccionados tejido y modelo, los talleres de confección realizarían la nueva prenda, citando a la clienta a las pruebas que para ello se consideraran necesarias. Así, los grandes almacenes parisienses basaban gran parte de su éxito en la comercialización de prendas confeccionadas. Sin embargo, las secciones de confecciones podían permitirse diversificar la oferta y

[72] Robert, "Les magasins du Printemps à Bayonne", 14.
[73] Emile Zola, *El paraíso de las damas* (Barcelona: Alba, 1999). La primera edición del libro se publicó en París en 1883 bajo el título *Au Bonheur des Dames*.

proporcionar a sus clientas la posibilidad de personalizar los modelos diseñados por los talleres de la casa mediante la selección individual de tejidos y adornos.

Tanto la oferta de confecciones como la experiencia que proporcionaban estos templos de la moda convirtieron a los grandes almacenes como Les Grands Magasins du Printemps en auténticos centros de consumo, pero también de ocio y de socialización. Pascual Millán nos ofrece una irónica impresión del ambiente que se vivía durante la temporada de Biarritz en dicho establecimiento:

> En estos almacenes, que constituyen una especie de bazar de lujo […] hay, en verano especialmente, una animación extraordinaria. Mujeres hermosas que los visitan, dandys "paganos" que las acompañan, obreras que entran y salen con encargos, mirones que van á matar el tiempo, amantes que citan allí á sus *niñas*; y por todas aquellas galerías altas y bajas, por todas aquellas calles formadas con telas caprichosas, con muebles, con baules [sic], con sombrillas, con trajes *á la derniere* puestos en maniquís, se oye hablar español. Diríase que es un establecimiento fundado para nosotros exclusivamente.[74]

Así, a falta de establecimientos similares en Biarritz, sus visitantes realizaban regularmente excursiones a Bayona con visita obligada a sus grandes almacenes. El artículo de *Le Panthéon de l'industrie* subrayaba la lealtad de las colonias inglesa y española a los grandes almacenes de Iribarnegaray, y las innumerables entregas a domicilio que se realizaban cada día en todos los barrios de Bayona y de Biarritz. Del mismo modo, el cronista ensalzaba la considerable ampliación de la oficina de envíos desde la que los grandes almacenes surtían a una creciente clientela en todo el suroeste francés y en España a precios idénticos a los de los grandes almacenes de París. Asimismo, destacaba la iniciativa del empresario vasco de abrir sucursales en otras localidades como San Juan de Luz, Dax y Espelette[75]. Pronto llegarían a Biarritz los primeros almacenes de novedades, como Biarritz-Bonheur en 1894 y la sucursal del establecimiento parisino Le Bon Marché unas décadas más tarde en 1920.

A pesar de los placeres de los innovadores grandes almacenes, París seguía siendo la meca indiscutible de la moda, la capital de las grandes casas de alta costura y los establecimientos de

[74] Pascual Millán, "La Casa Charpentier et Constantin", *Biarritz y sus cercanías, notas e impresiones* (Madrid: El enano, 1897), 245-246.
[75] Robert, "Les magasins du Printemps à Bayonne", 14.

lujo. Ni los establecimientos de Bayona, ni los avisados, pero aun escasos comerciantes venidos de París a Biarritz, podían aun sustituir la experiencia que la capital francesa ofrecía. En 1885, *La Moda Elegante* relatada de esta forma el fin de la temporada de baños en Biarritz y en otras localidades de la Costa Vasca:

> La emigración ha sido numerosísima en Madrid, y es todavía considerable.
> Aún hay gente en los puertos de mar, en San Sebastián, en Zarauz, en Biarritz; pero mucha más en París, donde los placeres de la gran ciudad, las modistas y los sastres, detienen gratamente entretenidas, á damas elegantes y aristocráticas.
> Algunas han regresado ya, cargadas con las obras de Worth, Pingard, mesdames Lafferrière y Virot: la mayoría no llegarán hasta fines del presente mes ó principio del próximo, dejando entre tanto desiertos sus palacios y vacíos sus palcos del teatro Real.[76]

En 1894, un artículo publicado en el diario biarrota *La Gazette de Biarritz* criticaba la actitud de las mujeres locales que seguían prefiriendo hacer sus compras en París, o que hacían sus pedidos desde la Costa Vasca a los distintos establecimientos de la capital francesa, pues estos realizaban envíos con facilidad allá donde sus clientas lo requirieran. El cronista aseveraba: "para ellas, Bayona o Biarritz, es la barbarie; ellas no tienen ni el privilegio del gusto, ni el de la elegancia, ni el de la novedad. No es posible vestirse decentemente si no es en París. Los propietarios de las casas cuyos bajos están ocupados por grandes almacenes, se dirigen ellos mismos al Louvre o al Bon Marché [se refiere a los grandes almacenes de París]. ¡Y después nos sorprendemos de que el comercio bayonés decaiga!".[77] Tras criticar duramente lo que el autor entiende como una profunda falta de respeto y de solidaridad, se refiere de nuevo sus compatriotas, sobre todo las del sexo femenino, preguntándose si "¿acaso necesitan imitar a las Parisinas en sus modas excéntricas? ¿No les es suficiente, para estar irresistibles, acordarse de los vestidos tan sencillos y a su vez tan encantadores, inspirados, en torno a ellas, por el ingenio de una coquetería eminentemente local?"

La severidad del cronista anónimo con respecto a las mujeres locales está en línea con la visión de la moda que imperaba en la cultura occidental del siglo XIX. La moda era considerada como un fenómeno exclusivamente femenino, un ámbito en el que las mujeres se expresaban con la frivolidad y la vanidad que caracterizaba al sexo débil. Según el articulista, estas mujeres y su

[76] "Crónica de Madrid", *La moda elegante, periódico de las familias*, 22 de octubre de 1885, 310.
[77] "Le commerce local", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et de Saint Jean de Luz*, 18 de marzo de 1894.

innata superficialidad eran las responsables del declive comercial de Bayona y de su decepcionante situación en Biarritz. Huelga decir que los hombres de Bayona y Biarritz compartían los mismos hábitos de consumo con respecto a los artículos de lujo y de moda que sus homólogas femeninas, y constituían un elevado porcentaje de la clientela de los tan denostados grandes almacenes. En cualquier caso, podemos afirmar que las mujeres locales jugaron un papel determinante en el desarrollo y florecimiento del comercio de la moda en Biarritz en las décadas siguientes.

1.3. "Las galas procedentes de Biarritz y París": la génesis del comercio de la moda en Biarritz

En noviembre de 1895 el marqués de Villa Alegre[78] escribía para *La Moda Elegante* una larga crónica desde Madrid dando cuenta de las novedades que caracterizaban la recién comenzada temporada de invierno, en la que el teatro jugaba un papel fundamental: "lo que ocupa – lo que preocupa hoy – á la *high life* son los teatros. Allí se lucen las galas procedentes de Biarritz y París: allí se cuentan las familias, las personas conocidas que han llegado, y las que aún se encuentran ausentes"[79]. A juzgar por las palabras del cronista, aquellos que volvían a Madrid después de la temporada de verano habrían hecho nuevas adquisiciones para su guardarropa no solo en París, como venía siendo el caso durante décadas, sino también en los comercios de Biarritz. Numerosas fuentes apuntan a un punto de inflexión en el desarrollo del comercio de moda en la estación balnearia labortana en la última década del siglo XIX. Atraídos por las oportunidades comerciales que se presentaban en Biarritz, profesionales y empresarios del sector de la moda se establecieron en la localidad costera procedentes de otros lugares, desde la vecina Bayona, a otras localidades como Burdeos o Pau, hasta las grandes capitales europeas como París o Londres. La proliferación de establecimientos dedicados a la alta moda, especialmente a la costura y la sombrerería, jugó un papel fundamental tanto en el desarrollo económico de Biarritz como en la formación, la especialización y la profesionalización de emprendedores locales.

[78] Ramón Navarrete y Fernández Landa (1820-1897) fue escritor y periodista e iniciador de las crónicas del mundo elegante. Como periodista utilizó los seudónimos José Núñez Lara y Tavira, Pedro Fernández, Leporello, Mefistófeles, Marqués del Valle Alegre, Asmodeo. En "Navarrete, Ramón de, 1818-1897", Biblioteca virtual del patrimonio bibliográfico. Consultado el 10 de septiembre de 2020 https://bvpb.mcu.es/teatro/gl/consulta_aut/registro.do?id=54122

[79] Marqués de Villa Alegre, "Crónica de Madrid", *La moda elegante*, 6 de noviembre de 1895.

1.3.1. Modas y modistas: Biarritz como plataforma de emprendedoras locales

Entre los numerosos emprendedores que fundaron establecimientos dedicados a la moda destacan una serie de mujeres, modistas y sombrereras, que se decidieron a abrir empresas siguiendo el modelo de las grandes casas de París. Muchas de estas mujeres habían nacido en Biarritz o en otras localidades del País Vasco, pero también tuvieron una gran relevancia aquellas que procedían de ciudades destacadas de la región de Aquitania, fundamentalmente Burdeos y Pau. A falta de centros de formación especializados, la mayoría de ellas habría aprendido el oficio trabajando para otras mujeres modistas, con experiencia previa, en Biarritz o fuera de ella. Con el fin de facilitar su promoción en el seno de la exigente clientela de Biarritz, estas emprendedoras decidieron en muchas ocasiones adquirir el negocio de otras consolidadas profesionales que abandonaban Biarritz o se retiraban, y para las que también habrían trabajado. En su determinación por ofrecer un servicio de la más alta calidad, era frecuente que, una vez establecidas, estas se convirtieran en compradoras de los más reputados creadores de París, de quienes adquirían una selección de modelos que después presentaban en sus salones de Biarritz. En otras ocasiones, confiaban en su conocimiento de la moda y de la clientela, así como en su capacidad creativa, y se lanzaban a proponer sus propias colecciones de modelos, consolidándose como creadoras ineludibles tanto para sus clientas en Biarritz como para sus colegas en París o en Madrid.

Mademoiselle Brocq y Mademoiselle Vallet: las primeras modistas de Biarritz

Una vez más, la hemeroteca revela el éxito que muchas de estas mujeres alcanzaron entre las clientas de la colonia española en Biarritz. En noviembre de 1876 el diario madrileño *La Época* anunciaba:

> Las primeras modistas de París han dado en hacer excursiones à Madrid, donde no deben hacer malos negocios, à juzgar por lo que menudean las visitas. Después de Mad. Prat, anúnciase para el 12 ó el 13 del actual la venida de Mlle. Brocq, bien conocida de aquellas de nuestras damas que han pasado la temporada de verano en Biarritz.[80]

Marie Brocq, nacida en Pau en 1835[81], ejerció como modista en su localidad natal al menos desde 1856[82] y muy probablemente llegó a la Costa Vasca buscando captar una nueva clientela

[80] "Noticias generales", *La Época*, 9 de noviembre de 1879.
[81] *L'Independant des Basses Pyrénnées*, 30 de junio de 1887.
[82] *L'Independant des Basses Pyrénnées*, 30 de junio de 1887.

entre las elegantes que seguían a la corte imperial. En julio de 1869 podemos situarla, procedente de Pau, entre los visitantes del balneario de Eaux-Bonnes[83], una estación termal que vivió su época dorada durante el Segundo Imperio gracias a la promoción de la emperatriz Eugenia. Se trataba, por lo tanto, de una meditada estrategia empresarial que consistía en ofrecer sus servicios en los centros balnearios de moda de la región, donde se concentraban un gran número de potenciales clientas y donde la moda se erigía en un aspecto esencial de su sociabilidad. Aunque no hemos hallado rastro documental sobre la fecha del establecimiento de Marie Brocq en Biarritz en los archivos consultados, una información relacionada con su hermana, Balbine Coustères[84], nos permite formular una hipótesis al respecto. En julio de 1896, siguiendo la aplicación de un decreto de 16 de julio de 1886, y con ocasión de la Fiesta nacional, el ministro de comercio e industria decidía conceder medallas de honor a los empleados que contaran con 30 años consecutivos de servicio en el mismo establecimiento industrial o comercial. Entre ellos se hallaba, por el departamento de los Bajos Pirineos, "Mme. Coustères (Balbine), modista en la casa Brocq, en Biarritz"[85]. Teniendo en cuenta que la casa Brocq se declaró en quiebra el 1 de febrero de 1895[86], podríamos concluir que la creación de la Maison Brocq de Biarritz data de 1875, un año antes de la anteriormente citada reseña en la prensa madrileña. En tan solo un año de actividad en Biarritz, Mlle. Brocq se había convertido en una modista de referencia para la colonia española. Tras su apertura en 1875, la modista de Pau se forjó una larga y exitosa carrera desde su casa, sita en el número 7 de la Place Saint-Eugénie, vistiendo a algunas de las mujeres más elegantes del panorama internacional y consolidándose como proveedora oficial de diversas casas reales. En 1893 el diario de Pau *Le Mémorial des Pyrénées* informaba con orgullo sobre sus logros:

> Hemos sabido que una de las más competentes modistas de Biarritz, Mlle. Brocq, bien conocida en nuestra ciudad, donde vivió durante mucho tiempo, ha sido convocada por la Princesa, hija mayor del duque de Parma, cuya próxima boda con el Príncipe Fernando de Bulgaria hemos anunciado. La futura princesa de Bulgaria ha encargado a Mlle. Brocq, la confección de su ajuar de boda. Esta elección honra a Mlle. Brocq quien,

[83] "Liste des étrangers à Eaux-Bonnes", *Journal des Eaux-Bonnes*, 28 de agosto de 1869.
[84] Nathalie Beau de Lomanie, *Biarritz et la mode. La haute couture et la mode sur la Côte basque – de 1854 à nos jours* (Biarritz: Atlantica, 2015), 67.
[85] *Journal Official de la République Française. Lois et décrets*, n.196, 21 de julio de 1896, 4170.
[86] *Archives commerciales de la France, journal hebdomadaire*, 13 de febrero de 1895, 206.

> desde hace largo tiempo, se ha ganado la confianza de diversas soberanas, y principalmente de las cortes de España y de Bélgica.[87]

La princesa María Luisa de Parma pasó su niñez entre Suiza y Biarritz tras la muerte de su madre, María Pía de Borbón-Dos Sicilias, en 1882. Es muy probable que la princesa fuera ya una fiel clienta de Mlle. Brocq antes de su boda con el príncipe Fernando de Bulgaria el 20 de abril de 1893, y que fuera precisamente la confianza que le inspiraba la *maison* de Biarritz la que le moviera a encargar a dicho establecimiento algo de tal importancia en este contexto como su ajuar de boda.

Tan solo unos meses antes de declararse oficialmente en quiebra Mlle. Brocq traspasó su célebre casa a una joven *couturière* que se presentó antes sus nuevas clientas como Mlle. Vallet. Dos facturas expedidas a la marquesa de Casa Torres por la Maison Brocq constatan el cambio que se produjo en el transcurso del año 1894: mientras que una factura de mayo de 1894[88] presentaba en su membrete el nombre de Mlle. Brocq, visible bajo el escudo de la casa real belga y sobre el texto que leía "proveedora se S. M. la Reina de los Belgas", una segunda factura de octubre del mismo año anunciaba a Mlle.Vallet como sucesora de la casa Brocq, desapareciendo la referencia a su fundadora, Mlle. Brocq[89]. El membrete también añadía una nueva casa real a la mencionada belga. Como consecuencia, sin duda, de la satisfacción de la princesa María Luisa de Parma tras el encargo de su ajuar, esta hizo a la casa Brocq su proveedora oficial en Biarritz desde su nueva posición como princesa de Bulgaria.

Al igual que su predecesora, Mlle. Vallet pronto se hizo con una reputación intachable entre sus clientas, muy particularmente entre las veraneantes de la colonia aristocrática y burguesa española. Pascual Millán le dedicó un capítulo de su ya citada obra *Biarritz y sus cercanías* de 1897, afirmado que "desfilan por aquellos salones todas las damas de algún nombre en el mundo social"[90]:

---

[87] *Le Mémorial des Pyrénées*, 25 de febrero de 1893.
[88] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Factura de Mlle. Brocq a la marquesa de Casa Torres, 8 de mayo de 1894.
[89] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Factura de la Maison Brocq a la marquesa de Casa Torres, 19 de octubre de 1894.
[90] Pascual Millán, "La Casa Charpentier et Constantin", *Biarritz y sus cercanías, notas e impresiones* (Madrid: El enano, 1897), 137.

> [Entre las modistas], y *muy* en primera fila, figura Mlle. Vallet, objeto de este capítulo, y figura de tal modo, que siendo Biarritz una villa en la cual se reúnen las mujeres más elegantes de todos los países, muchas de ellas parisienses, es aquí donde se *da el último grito de la moda,* y gran número de sus caprichos nacen en estos salones de la *Placa* [sic] *Sainte Eugenie,* donde Mlle. Vallet exhibe sus creaciones, que son después llevadas á todas partes, lo mismo á la capital de Francia que á Madrid (donde la modista hace tres viajes por año) á las modestas provincias que á las cortes más exigentes.[91]

Millán nos informa sobre la importancia que la moda adquiere en la vida social y cultural de Biarritz, así como de la emergencia la estación balnearia como centro de experimentación y creación de moda, desde el que se difunden nuevas tendencias a la sociedad internacional más exigente e informada. También nos habla de los recurrentes viajes a Madrid de la nueva directora de la casa Brocq, cuestión que diversas fuentes confirman. Tan pronto como abril de 1895 *La Correspondencia de España* publicaba el siguiente anuncio: "Madeimoselle Vallet, sucesora de Mlle. Brocq, tiene el honor de informar a su honorable clientela que se hallará en Madrid, Hotel de la Paix, a partir del Martes 2 de abril con los modelos de la temporada"[92]. En el siglo XIX era una práctica habitual que la persona que se hiciera con la dirección de la empresa siguiendo a un traspaso de actividad se anunciara como sucesor o sucesora de su predecesor o predecesora, sobre todo en el caso de empresas o establecimientos que se hubieran forjado una sólida reputación y gozaran de gran prestigio entre su clientela. Cuando, como era el caso de la casa Brocq, un comercio hubiera sido además nombrado proveedor de una o diversas casas reales, la conservación de dicho prestigio se tornaba esencial para el devenir del proyecto empresarial.

Como se ha mencionado anteriormente, la sociedad creada por Mlle. Marie Brocq se declaró en quiebra en febrero de 1895[93], por lo que ambas mujeres trabajaron juntas durante los meses que en 1894 precedieron la marcha de Mlle. Brocq. Esto facilitaría la transición a la nueva situación, permitiendo a Mlle. Brocq anunciar su propia partida y presentar a su sucesora a las fieles clientas que acudieron a su establecimiento de la place Saint-Eugénie en la temporada de verano de 1894. El hecho de que ya en octubre de 1894 Mlle. Vallet contara con el apoyo de la princesa María Luisa de Bulgaria confirma que la joven modista logró muy pronto ganarse la

[91] Millán, "La Casa Charpentier et Constantin", 135.
[92] *La Correspondencia de España*, 2 de abril de 1895.
[93] *Archives commerciales de la France*, 13 de febrero de 1895, 206.

confianza de la fiel y aristocrática clientela de la fundadora de la célebre *maison*. Desconocemos cómo y en qué circunstancias se conocieron ambas mujeres o durante cuánto tiempo trabajaron juntas antes de que se produjera el traspaso, pero es probable que se limitara a algunos meses en el transcurso de 1894. En agosto de 1895 encontramos a Mlle. Vallet en la "lista de extranjeros" publicada regularmente por *La Gazette de Biarritz* residiendo temporalmente en el Hôtel d'Angleterre. Tal y como era el caso de la mayoría de los identificados en este tipo de lista, el periódico indicaba el lugar de procedencia o domicilio de la persona referida; en el caso de Mlle. Vallet se señala la ciudad de Burdeos. Así, al igual que Marie Brocq, se trataba de una joven modista que dejaba una ciudad importante de la región para establecerse en Biarritz, un emergente centro del comercio del lujo y de la moda, caracterizado por la exigencia de su clientela y excelencia de su oferta, y que se situaba progresivamente al mismo nivel que las grandes capitales europeas. En este contexto Biarritz se erigía a finales del siglo XIX en plataforma de excepción para numerosas mujeres con ambición profesional que encontraban en el sector de la moda una vía para su propia independencia, tanto económica como personal. En agosto de 1885 un periódico de la estación termal de Eaux-Bonnes, que se hallaba en el apogeo de la temporada, incluía en su lista de extranjeros a "Mme y Mlle Vallet, rentistas, Burdeos"[94], alojadas en el Hôtel de France de la conocida localidad. Procedente de la burguesía bordelesa, y conocedora de los usos, modos y modas de la sociedad francesa e internacional, Mlle. Vallet comenzó en Biarritz lo que sería una larga y fructífera carrera como creadora y empresaria en el negocio de la alta costura.

Mlle. Vallet se instala en la villa Lissalde de Biarritz en 1897[95] y se integra rápidamente en la vida biarrota participando en las iniciativas organizadas por las asociaciones que tienen como fin la promoción del turismo y del comercio en la localidad labortana. Así en 1898 contribuye con 20 francos a la suscripción organizada a iniciativa del Comité de Fiestas de Biarritz para financiar el ambicioso programa de eventos para la temporada de verano[96], entre los que destacaban, entre otros, la carrera de automóviles (con la colaboración del Automobile Club de France, su homólogo de Burdeos y varios diarios del sudeste francés), la fiesta vasca y las regatas. Junto con Mlle. Vallet también contribuyen con sus aportaciones otros comercios dedicados a la moda, como el establecimiento de *modes* o sombreros A la Fileuse; M. Gaston, peluquero; Au Prince de Galles, conocido establecimiento dedicado a la sastrería inglesa, y

[94] "Liste des étrangers, neuvième liste", *Journal des Eaux-Bonnes*, 15 de agosto de 1885.
[95] "Liste des étrangers", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint-Jean de Luz*, 24 de junio de 1897.
[96] "Souscription pour le Comité des Fêtes et de Publicité", *La Gazette Illustrée de Biarritz*, 23-30 de junio de 1898.

Mme. Coustères, hermana y colaboradora de Mlle. Brocq. Durante algún tiempo, después del traspaso de la Maison Brocq, ambas hermanas continuaron trabajando juntas y presentando creaciones de París a sus antiguas clientas en Madrid[97]. Balbine Coustères se establecería en solitario en Biarritz[98], al tiempo que su hermana Marie Brocq hacía lo propio en el número 5 de la donostiarra calle de San Marcial[99].

Mientras se consolidaba en Biarritz, Mlle. Vallet continuó presentando regularmente sus colecciones en Madrid para su fiel clientela española. En noviembre de 1896, la casa Brocq anunciaba a sus clientas, en un texto publicado en francés, que Mlle. Vallet se hallaría en Madrid a partir del 15 de noviembre en el Hotel de Sevilla de la calle Alcalá "con una gran selección de modelos de vestidos, abrigos y sombreros para la temporada de invierno". Del mismo modo, el anuncio precisaba que "un cortador especial para señoras ha sido asociado a la casa, y Madeimoselle Vallet tendrá igualmente una selección de modelos de corte sastre absolutamente novedoso[100]. El anuncio de Mlle. Vallet nos informa del auge de la sastrería femenina que se produjo en la moda de las últimas décadas del siglo XIX y de la gran importancia que se confería al corte en este tipo de prendas. Con el objeto de satisfacer las expectativas de su clientela, la modista informaba sobre la incorporación en la casa de un sastre, probablemente formado en la célebre sastrería inglesa, mientras que ella asumía un rol eminentemente creativo. El 27 de enero de 1900 Mlle. Vallet creó, junto a la *tailleuse* o sastra Julie Taillefer, la sociedad Vallet et Taillefer, sita en el número 7 de la place Saint-Eugénie, dedicada a la confección de vestidos y abrigos, por una duración de 10 años y con un capital de 30.000 francos[101]. Una vez más, se confirmaba su rol como empresaria, gestora y creadora de los modelos llamados de *flou*[102], asociándose a una profesional que garantizaba la excelencia técnica de sus creaciones de sastrería. Cabe destacar en este sentido una reseña sobre la casa Vallet et Taillefer publicada en el diario *La Época* en noviembre de 1902:

---

[97] "Mad. Balbine y Mlle. Brocq de Biarritz participan a su numerosa clientela que piensan llegar del 10 al 15 del mes corriente, con un gran surtido de modelos de París. Avisarán á sus parroquianas del día exacto de su llegada á Madrid.", en *La Época*, 2 de marzo de 1897.
[98] "Biarritz. Robes et Manteaux", *Annuaire général de la mode. Couture, mode, corset, lingerie et tous commerces et industries s'y rattachant*, editado por la revista *L'Art de la mode*
(París: L'Art et la Mode, 1903), 74.
[99] *Anuario-Riera, 1903* (Barcelona: Riera, 1903), 1242.
[100] *El Imparcial*, 4 de noviembre de 1896, 4.
[101] "Informations commerciales et judiciaires. Formations de sociétés", *Bulletin des soies et des soieries de Lyon*, 24 de febrero de 1900, 5.
[102] Se denomina "flou" a un tipo de técnica en la costura, diferente de la técnica de "tailleur" o sastrería, y que se utiliza para la confección de prendas fluidas y desestructuradas, como vestidos, conjuntos y blusas.

> Como tuviésemos noticia de su llegada de Biarritz, pensamos desde luego en visitarlas, con el fin de enterar á nuestras lectoras de las novedades traídas para la próxima estación. Con la amabilidad característica de nuestros vecinos de allende el Pirineo, nos recibió Mme. Vallet, mostrándonos la inmensa variedad de confecciones que acaba de traer del extranjero. Su casa de la place Sainte-Eugénie no fuese tan conocida, bastaría sólo con ver el gusto que en sus obras impera para considerarla como árbitro de la moda.[103]

La cronista, apodada Chifon, destacaba entre las creaciones de ambas mujeres "las *toilettes* ligeras para la noche, en tul, gasa y muselina de seda", así como los abrigos "de gusto muy delicado" [104], muy especialmente "uno, bordado, en terciopelo verde, que hace efecto muy artístico"[105]. Asimismo, se refería al "corsé *Mystere*, del cual es única depositaria para Madrid"[106].

La casa Vallet et Taillefer siguió presentando colecciones regularmente en Madrid en diferentes hoteles de la ciudad, hasta la apertura de un establecimiento estable que se convirtiera en lugar de referencia para sus clientas españolas. El *Directorio madrileño*[107] de 1905 confirma que Mlle. Vallet tenía su sede en la ciudad en el número 15 de la calle Almirante, al menos desde 1902[108]. En años consecutivos se producen varios cambios de sede mudándose al número 21 del paseo de Recoletos en 1906[109], al número 2 de la calle Conde de Xiquena en 1911[110], y finalmente al número 2 de la plaza de la Independencia, donde la casa Vallet y Tallefer se establecerá a partir de 1912[111].

---

[103] Chifon, "Madames Vallet & Taillefer", *La Época*, 11 de noviembre de 1902.
[104] Chifon, "Madames Vallet & Taillefer".
[105] Chifon, "Madames Vallet & Taillefer".
[106] Chifon, "Madames Vallet & Taillefer".
[107] *Directorio madrileño 1905, guía especial de Madrid y su Provincia* (Barcelona: Anuario Riera, 1905), 896 y 1.005.
[108] Hemos observado que en los anuncios que Mlle. Vallet y su asociada publicaron a partir de noviembre de 1902 en la prensa madrileña informando de su llegada a la capital no aparece referencia a dirección específica alguna. Por ello, podemos concluir que sus clientas eran ya conocedoras de su nueva sede de la calle Almirante donde Vallet et Taillefer se habría establecido antes de noviembre de 1902. Los citados anuncios se publicaron en: *La Época*, 11 de noviembre de 1902; 13 de noviembre de 1903 y 20 de enero de 1904.
[109] *La Época*, 12 de noviembre de 1906; *Anuario-Riera 1908* (Barcelona: Riera, 1908), tomo segundo, 2485 y 2876.
[110] *Anuario de comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración* (Madrid: Bailly-Bailiere, 1911), n. 1, 756.
[111] "La casa Vallet-Taillefer tiene el placer de informar a su honorable clientela que transferirá sus salones, Plaza de la Independencia, 2 duplicado, y que a partir del lunes, primero de Abril, comenzará la Exposicion de nuevos modelos de vestidos, abrigos, vestidos de noche, etc.; de las primeras casas de París.", en *La Época*, 25 de marzo de 1912.

El éxito de Vallet et Taillefer en Biarritz permitió a la sociedad trasladarse a un nuevo y más amplio edificio en la avenida Víctor Hugo. Una noticia sobre el conflicto entre el ayuntamiento de Biarritz y Mlle. Vallet en torno a la expropiación por motivos urbanísticos de parte del terreno de la Maison Vallet (81m² de su parcela) nos informa sobre la nueva sede de la casa en Biarritz, al menos desde junio de 1908[112]. La hemeroteca también nos informa de su bien tejida red de contactos y relaciones en Biarritz, así como de su participación en los eventos organizados por la llamada colonia extranjera. Así, en 1906 Vallet et Taillefer participaba en una exposición de objetos de arte que recibiría la visita de la princesa Beatriz de Battenberg, y de su hija Ena, la futura reina Victoria Eugenia de España, durante la estancia de ambas en la villa Mouriscot de Biarritz, propiedad de la princesa Federica de Hannover. La prensa seguía con gran interés los movimientos de las princesas, muy especialmente durante el periodo de visitas del rey Alfonso XIII a Biarritz, entre el 26 de enero y el 2 de febrero de 1906, con motivo del anuncio de su compromiso con la princesa Ena. En la mencionada exposición, organizada por la Maison Bégué de Biarritz, la futura reina tuvo la ocasión de admirar "lujosas vajillas y cristalerías, objetos decorativos, mantelería de alta gama", "muebles artísticos" y "maniquíes que dispuestos en torno a la mesa" lucían "toilettes originales y deliciosas, firmadas «Vallet et Taillefer»"[113]. Del mismo modo, la casa dirigida por Mlle. Vallet participó en la *soirée* Biarritz-España, un gran evento con diversas manifestaciones organizadas paralelamente por la colonia española en Biarritz, con el objeto de recaudar fondos para las familias de los soldados fallecidos en la Guerra de Melilla[114]. La iniciativa se componía de un concierto de gala, una *kermesse* y una tómbola organizada en el teatro y en los salones del Casino municipal. Numerosos comerciantes de Biarritz hicieron importantes donaciones para la tómbola que contó con innumerables lotes, entre los que destacaban "maravillas de lencería" de la Maison Vallet et Taillefer, un exquisito abrigo en seda azul y negro de la Maison Larue, un bello abrigo de color rosa antiguo de la Maison Lafontan, un abrigo de punto azul cielo de la Maison Raulet-Simon, dos deliciosos sombreros de Lewis, un abrigo blanco de punto de Old England, y una bella creación de la *modiste* Mlle. Doyhambehére[115].

[112] "Alignement Vallet", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 14 de junio de 1908.
[113] "Exposition", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 11-18 de febrero de 1906; "Exposition", *L'Independant biarrot*, 15 de febrero de 1906.
[114] Se trataba muy probablemente de los soldados fallecidos en el llamado Desastre del Barranco del Lobo, acaecido el 27 de julio de 1909, que causó una profunda conmoción en España.
[115] "Biarritz-España", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 14 de agosto de 1909.

En julio 1914, días antes del estallido de la Primera Guerra Mundial, Mlle. Vallet traspasó su negocio a una modista llamada Jeanne Puyvert, conocida en Biarritz como Madame Simone[116]. Así, en mayo de 1914 Mlle. Vallet presentaba su última colección de modelos en los salones de la casa en la plaza de la Independencia de Madrid[117] antes de que los acontecimientos bélicos de precipitaran tan solo unos meses después, en julio del mismo año. En octubre de 1914, el mismo diario en el que la Maison Brocq, la Maison Vallet, y la Maison Vallet et Tallefer se habían anunciado desde el siglo anterior informaba a sus lectoras en los siguientes términos:

> La Maison Simone, Sucesora de la Maison Vallet et Tallefer tiene el placer de informar a su honorable clientela de que a partir del jueves 22 de Octubre, abrirá sus salones, Plaza Independencia, 2 duplicado, donde se expondrán los últimos modelos para la temporada de invierno.[118]

La Maison Simone continuó su actividad en Biarritz y en Madrid durante los años de la contienda, periodo durante el cual la Costa Vasca acogió el particular exilio de aquellos que se refugiaban en sus villas o en los hoteles que siempre habían frecuentado en Biarritz y las localidades limítrofes, como San Juan de Luz, Anglet o Bidart. El negocio de la moda vivió en este contexto un auge excepcional, alimentado en gran parte, y como había ocurrido históricamente, por la colonia española en Biarritz y la corte y la aristocracia españolas que se reunían cada temporada en San Sebastián. El éxito de la Maison Simone, también durante estos años, se manifiesta en los anuncios que publicó en la prensa biarrota. Al tiempo que sus empleados producían voluntariamente bufandas para los soldados movilizados en el frente, la casa anunciaba la presentacion de su nueva colección de modelos de forma simultánea en el número 8 de la avenida Víctor Hugo (la que hubiera sede de la Maison Vallet et Tallefer desde 1908), así como en el número 13 de la céntrica place de la Liberté. Del mismo modo, Mme. Simone buscaba frecuentemente reforzar sus talleres con nuevo personal[119]. Destacan sus anuncios en 1916 solicitando primeras de taller para las secciones de *flou*, sastrería y peletería[120].

[116] "Maisons qui se créent, ou changements de propiétaires", *Archives commerciales de la France*, 25 de julio de 1914, 1008.
[117] *La Época*, 16 de mayo de 1914.
[118] *La Epoca*, 19 de octubre de 1914.
[119] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 10 de septiembre de 1916.
[120] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 21 de septiembre de 1917.

A pesar del creciente desarrollo del comercio del lujo en Biarritz, irónicamente amplificado en tiempos de guerra, Biarritz y sus habitantes no escaparon al drama bélico que impregnó la existencia millones de europeos entre 1914 y 1918. El 23 de junio de 1917 *La Gazette de Biarritz* anunciaba con emoción la pérdida de unos de un conocido soldado biarrota:

> Hemos sabido de la muerte gloriosa de nuestro conciudadano Francis Schreiber, contable de la maison Simone, subteniente muerto en el asalto de las trincheras *boches*[121] del monte Cornillet, el 20 de marzo de 1917 […] Hemos leído con emoción la carta de su capitán, los numerosos testimonios de simpatía que la viuda de Francis Schreiber recibe de todos los que la han conocido (y son numerosos en Biarritz especialmente entre las modistillas de la maison Simone). […] Propuesto en dos ocasiones para la Legión de Honor en febrero y junio de 1916, este subteniente espera todavía en su tumba gloriosa la recompensa que se le debe a los valientes como él.[122]

Mademoiselle Doyhambéhère: una emprendedora local

En este contexto de florecimiento económico y comercial de Biarritz, numerosas jóvenes biarrotas y vascas se desarrollaron en los talleres de costura y de otras artesanías asociadas con la moda que sostenían muchos de los establecimientos de lujo de la estación balnearia. Primeras de taller, sastras, costureras, *modistes* o sombrereras se formaron en la excelencia siguiendo el modelo de las grandes casas de París. Asimismo, la iniciativa de mujeres como Mlle. Brocq, Mlle. Vallet, o Mme. Simone inspiraron proyectos locales que gozaron del mismo prestigio y de igual éxito empresarial. Félicie Doyhambéhère, creadora de sombreros nacida en el seno de una familia vasca, fue una de ellas.

Félicie Doyhambéhère nació el 21 de junio de 1858 en la localidad bajonavarra de Larceveau-Arros-Cibits[123], única hija de Pierre Doyhambéhère, "gendarme à cheval" o gendarme montado[124], nacido en Ascain (Labort) en una familia dedicada a la agricultura, y Marie

---

[121] *Boche* es un término peyorativo para designar a un soldado alemán o una persona de origen alemán. Fue inicialmente utilizado durante la guerra franco-prusiana de 1870, y más ampliamente por los soldados franceses, belgas y luxemburgueses durante la Primera Guerra Mundial.

[122] "Mort au champ d'honneur", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 23 de junio de 1917.

[123] Archives des Pyrénnées-Atlantiques, Registres paroissiaux et d'état civil, Larceveau-Arros-Cibits, Naissances 1853-1862, Acta de nacimiento de Félicie Doyhambéhère, 21 de junio de 1858. Consultado el 15 de septiembre de 2020 en http://earchives.le64.fr/archives-en-ligne/ark:/81221/r23252z11ktrvk/f26

[124] Archives des Pyrénnées-Atlantiques, Registres paroissiaux et d'état civil, Saint-Jean-Pied-de-Port, Mariages 1853-1862, Acta de matrimonio de Pierre Doyhambéhère y Marie Hauscarriague, 30 de abril de 1857. Consultado el 24 de octubre de 2020 en http://earchives.le64.fr/archives-en-ligne/ark:/81221/r27451zb7k7zrk/f32

Hauscarriague, cocinera y natural de Saint Etienne de Baigorry (Baja Navarra), hija de Dominique Hauscarriague, agente de aduanas en Lasse y de su esposa y de Feliciana Etchart. Pierre Doyhambéhère se había incorporado al cuerpo de gendarmes en 1847[125] y en el momento del nacimiento de Félicie se hallaba destinado a Larceveu-Arros-Cibit, donde la pareja se estableció tras su matrimonio el 30 de abril de 1857[126]. Aunque nos ha sido imposible identificar la fecha exacta del establecimiento de la familia en Biarritz, sabemos que Pierre Doyhambéhère se hallaba domiciliado en el número 8 de la calle Cité Broquadis de la localidad labortana, al menos desde diciembre de 1883[127]. Allí Pierre y su familia se reunirían con otros miembros de la familia Doyhambéhère, que residían en Biarritz y que habían estado íntimamente ligados a su desarrollo como estación balnearia en el transcurso del siglo XIX. Así, en la guía escrita por Augustin Chaho en 1855 destaca la casa de huéspedes Maison Doyhambéhère o el Café du Jeu de Paume, ambos propiedad de la familia que nos ocupa[128].

En una guía sobre Biarritz publicada en 1892 Félicie Doyhambéhère era referida como *modiste* o creadora de sombreros bajo el nombre de "Demoiselle Doyhambéhère"[129], trabajando desde su domicilio familiar de la calle Cité Broquadis. Su padre, que había sido condecorado con la medalla militar en 1876[130], contaba ya con 68 años y gozaba de una pensión de jubilación con la que financiar los gastos de la familia. La misma guía nos informa de que los Doyhambéhère completaban sus ingresos mediante el alquiler de habitaciones amuebladas[131], tal y como hacían muchos de los habitantes de Biarritz (incluida Mlle. Brocq en su domicilio de la place Sainte-Eugénie[132]). Muy probablemente como consecuencia de la buena marcha de su empresa, Félicie pudo trasladarse a una nueva sede en el número 3 de la avenida Víctor Hugo donde numerosos establecimientos de lujo comenzaban a aflorar (tal y como se ha citado anteriormente, la casa Vallet et Tallefer se instalaría en el número 8 de la misma dirección en 1908). Una factura emitida por Félicie Doyhambéhère a nombre de Madame Singher[133] el 20 de agosto de 1900

[125] *Journal officiel de la République française*, 13 de enero de 1876, 354.
[126] Archives des Pyrénnées-Atlantiques, Acta de matrimonio de Pierre Doyhambéhère y Marie Hauscarriague, 30 de abril de 1857.
[127] "Vente pour liquidation", *Le Glaneur d'Oloron et des Basses Pyrénnées*, 29 de diciembre de 1883.
[128] Augustin Chaho, *Biarritz entre les Pyrénées et l'Océan* (Bayona: A. Andreossy, 1855), 299 y 302.
[129] "Modistes", *Biarritz guide illustré*, 88.
[130] "Médaille militaire", *Journal de la gendarmerie de France*, 15-21 de enero de 1876, 35.
[131] "Maisons de familles (Loueurs d'appartements meublés)", *Biarritz guide illustré* (París: F. Hermet, 1892), 83.
[132] "Maisons de familles", 86.
[133] Madame Singher era la esposa de Paul Singher, miembro de una conocida familia biarrota de origen suizo que se instaló en Biarritz en el siglo XVIII y que fundó en 1872 la histórica pastelería y sala de té conocida desde 1880 como Miremont. Ambos eran los padres del célebre barítono Martial Singher: "Nouvelles diverses à Biarritz", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 30 de noviembre de 1927.

constata que la *modiste* se hallaba en esta dirección al menos desde 1899. Pronto buscaría un emplazamiento aún más céntrico y quizá más conveniente para una creadora de accesorios que no necesitaba los grandes salones de pruebas ni los extensos talleres de las casas de costura, pero sí mucha visibilidad para atraer a una clientela interesante y posicionarse con respecto a la creciente competencia. Una tarjeta de visita[134] no fechada nos informa que Mlle. Doyhambéhère Modes tenía una nueva sede en el número 11 de la place de la Mairie. Asimismo, dos anotaciones manuscritas detallan las direcciones de sendas sucursales que habría abierto en el número 6 de la calle Columela de Madrid, así como en el número 3 de la calle Oquendo de San Sebastián, a escasos metros del lugar donde en 1913 se inauguraría el Hotel María Cristina. La tarjeta de visita está ilustrada con un delicado dibujo de una joven coronada con un gran sombrero de ala levantada sobre las que destaca un penacho de *aigrettes* o plumas de garza blancas. Se trata de un estilo que caracterizó la moda de los sombreros en torno a 1910, lo que nos permite concluir que esta podría ser la fecha en la que se imprimió la tarjeta de visita en cuestión.

Al igual que la casa Vallet et Tallefer, Doyhambéhère participó activamente en la vida social de Biarritz, contribuyendo a las diferentes iniciativas que promovían la organización de fiestas y eventos, como ocurrió en mayo de 1904 para el programa que denominaron "Biarritz-Printemps"[135]. Junto con la casa Doyhambéhère destacaban en la larga lista de suscritores otros célebres comercios de moda de Biarritz, como Lafontan, Old England, Orossen, y por supuesto, Vallet et Tallefer. Del mismo modo, la *modiste* participó en la ya citada soirée organizada por la colonia española en agosto de 1909 mediante la donación de varias de sus creaciones para la esperada tómbola. Allí tendría ocasión de relacionarse con las mujeres que componían el comité organizador, como la condesa de Viñaza, la marquesa del Muni, la princesa Pío de Saboya, la duquesa de Montellano, la marquesa de la Mina, la condesa de Valdelagrana, o la marquesa de Águila-Real, quienes presidían a su vez la mencionada tómbola. La apertura de una sucursal tanto en Madrid como en San Sebastián dan buena muestra de la importancia que estas clientas adquirieron para los establecimientos dedicados a la moda en ambos lados de la frontera.

Félicie Doyhambéhère cerró su casa en Biarritz en 1916, tal y como constata un anuncio publicado en la prensa local en junio de 1916, en plena contienda. Doyhambéhère informaba

[134] Collección personal de la autora.
[135] "Biarritz-Printemps, Liste de souscriptions", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 6 de mayo de 1904.

de una "liquidación general por cese de comercio"[136] citando a sus clientas por última vez en su establecimiento de la place de la Mairie tras una larga trayectoria de más de veinte años en Biarritz. Fue muy probablemente una grave enfermedad la que provocó dicho cierre inesperado pues Félicie fallecía tan solo unos meses después, el 16 de octubre de 1916[137]. Tras su muerte, en noviembre del mismo año se anunciaba en el diario ABC de Madrid que la casa Doyhambéhère "liquidará en cinco días sus existencias de sombreros"[138].

En 1918, un nuevo anuncio en la prensa madrileña informaba de la presentación en la Maison Doyhambéhère de las nuevas creaciones llegadas de París, citando a las clientas en los mismos salones del número 6 de la calle Columela. Con el nuevo siglo caía progresivamente en desuso la práctica que había caracterizado los traspasos de prestigiosos establecimientos de lujo en el siglo XIX, desapareciendo así la mención a las personas que sucedían a sus fundadores. Prevalecía finalmente la marca, contenedora de prestigio, por encima de los emprendedores o creadores que tomaban el relevo. Félicie había construido una marca que transmitía elegancia y excelencia y que tendría aun una larga vida. Las cuentas la familia real constatan que la reina María Cristina se convirtió en una fiel clienta de la Maison Doyhambéhère, al menos entre 1922 y 1929[139]. Así, la reina se hizo entre mayo y septiembre de 1923 con un "sombrero violeta guarnecido con rosas de terciopelo", un "sombrero gris guarnecido con espigas", así como un "sombrero negro guarnecido con encajes"[140]. Asimismo, las facturas archivadas revelan el nombre de la sucesora de Félicie Doyhambéhère, Mlle. Paulette. Tras el fallecimiento de la reina María Cristina en 1929 la Maison Doyhambéhère figuraba entre las numerosas personalidades e instituciones que contribuyeron a la suscripción nacional por la construcción de un monumento en homenaje a la soberana.

La familia Orossen: el éxito de la alta sastrería local

La presencia de una importante y estable colonia inglesa en la Costa Vasca desde finales del siglo XIX promovió el desarrollo de un comercio especializado que respondiera a sus hábitos de consumo, tanto culinarios, culturales como sartoriales. La estancia de numerosos miembros de la sociedad aristocrática inglesa en Biarritz y sus alrededores se prolongaba durante largos

[136] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 6 de mayo de 1904.
[137] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 14 de octubre de 1917.
[138] *ABC*, 28 de noviembre de 1916.
[139] Archivo General de Palacio, Administración General Real Casa, Caudal Privado de la reina Mª Cristina, Cª 16337; Cª 19052 Exp. 2; Cª 16336 Exp. 2; Cª 16385.
[140] Archivo General de Palacio, Administración General Real Casa, Caudal Privado de la reina Mª Cristina Cª 16337.

periodos, y se concentraba en los meses de otoño (también la temporada favorita de la colonia rusa) e invierno, cuando la estación era menos frecuentada por otros habituales bañistas, especialmente franceses y españoles. La colonia inglesa se convertía así en un excelente nicho de mercado que contribiría al equilibro anual de la economía biarrota. Asimismo, la sastrería inglesa gozaba de un gran auge internacional siendo considerada la máxima expresión de la elegancia y la distinción masculina, tanto para la vida en la ciudad como en el campo o en las numerosas estaciones balnearias de moda. La maestría técnica de los sastres ingleses se puso también al servicio de la moda femenina a partir de las últimas décadas del siglo XIX, primero como un atuendo adecuado para los viajes y la práctica deportiva, integrándose progresivamente como un estilo que marcaría la moda en las primeras décadas del siglo XX. Las sastrerías de Biarritz pronto se convirtieron en un referente para la colonia extranjera en la Costa Vasca.

Uno de los establecimientos de sastrería más antiguos en la historia reciente de Biarritz fue el fundado por Jacques Orossen, un joven sastre procedente de la localidad de Misson en Las Landas y quien se instalara en Biarritz entre 1864 y 1867[141], en plena efervescencia de la época imperial. Tras su boda en Misson con Blandide Guilhemotonia en 1863[142], y el nacimiento en 1864 de su primer hijo Pierre, la joven pareja decidió probar suerte en lo que se presentaba como una oportunidad comercial para su negocio de sastrería. En la guía escrita por Chaho en 1855 se menciona a un solo sastre, "Moreau, *tailleur*", entre los comerciantes dedicados a la moda en Biarritz, por lo que Orossen no tendría aún una gran competencia para desarrollar su proyecto durante el periodo de consolidación de Biarritz como un destino turístico de lujo.

Orossen gozó de un gran éxito en el transcurso en las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del siglo XX, acompañado en su proyecto empresarial por todos sus hijos. El mayor, Pierre, conocido como Stanislas, animado por dos asiduos clientes de la casa, el duque de

[141] Las actas de nacimiento de sus hijos mayores Pierre Orossen, conocido como Stanislas, nacido en Misson, en el departamento de Las Landas, el 7 de febrero de 1864, y Jean Orossen, nacido en Biarritz, en el departamento de Bajos Pirineos, el 15 de agosto de 1867, nos sirven de referencia para situar el establecimiento del matrimonio Orossen en Biarritz entre ambas fechas. Archives Départamentales de Landes, Naissances Misson 1860-1884, Acta de nacimiento de Pierre Orossen, 4 E 186/9-12. Consultado el 3 de marzo de 2020, en https://archives.landes.fr/ark:/35227/s0052cbf43f43e49/5d77ca604339c; Archives des Pyrénnées-Atlantiques, Registres paroissiaux et d'état civil, Biarritz, Naissances 1853-1862, Acta de nacimiento de Jean Orossen. Consultado el 3 de marzo de 2020, en http://earchives.le64.fr/archives-en-ligne/ark:/81221/r18786zzxj3m5k/f207

[142] Archives Départamentales de Landes, Mariages Misson 1860-1884, Acta de matrimonio de Jacques Orossen y Blandide Guilhemotonia, 11 de febrero de 1862, 4 E 186/9-12. Consultado el 3 de marzo de 2020, en https://archives.landes.fr/ark:/35227/s0052cbf43f43e49/5d77ca630d765

Tamames y el marqués de Castrillo[143], abrió en 1898 una sastrería en Madrid en el número 7 de la calle Espoz y Mina[144]. Mientras su padre y sus hermanos, Jean y Louis (nacido Jean-Baptiste), se ocupaban del negocio en Biarritz en lo que había venido a denominarse el establecimiento de Orossen et fils, en el número 3 de la biarrota rue Mazagran. Gracias a la consolidación de la empresa y a su éxito financiero, la familia Orossen se convirtió también en un referente de la vida cultural de Biarritz. En 1900 Stanislas Orossen encargó al arquitecto landés Joseph Cazalis[145] la construcción de una residencia que llamó Villa Mirasol, conocida entre los biarrotas como Villa Orossen, y por la que pasaron algunos de los más ilustres visitantes de Biarritz. Asimismo, inició una importante colección de pintura española, destacando su gusto por la obra del Greco y de Goya.

Antes de 1908 Stanislas Orossen decidió ampliar su negocio y establecerse como "tailleur pour hommes" en el número 10 de la place Vendôme de París[146], meca de la moda y el lujo por antonomasia. Probablemente en el contexto de una campaña de lanzamiento y comunicación en París, Stanislas modificó su nombre añadiendo un apóstrofo tras la letra "O" y transformándolo en O'Rossen, como si de un apellido de origen irlandés se tratara.
Tal fue el éxito cosechado que el 8 de diciembre de 1913 Stanislas creaba una nueva sociedad junto con su hermano menor Louis denominada O'Rossen frères, sita en los números 10 y 12 de la place Vendôme, lo que suponía una considerable ampliación del establecimiento. El objeto de la sociedad también se ampliaba, añadiendo la sastrería para mujeres a la sastrería masculina en la que la familia se había especializado desde el siglo XIX. Con una duración de 20 años, la nueva empresa se constituía con un capital de 55.000 francos, aportando Stanislas Orossen 35.000 francos del fondo de comercio que ya explotaba en París, y Louis Orossen 20.000 francos del que este último explotaba en Biarritz[147]. Tras la muerte de Stanislas en 1933, Louise creó una nueva sociedad dedicada a "la sastrería para mujeres y trajes para el teatro" sita en el número 29 de la rue du Faubourg Saint-Honoré.

---

[143] Nathalie Beau de Loménie, *Biarritz et la mode* (Biarritz : Atlantica, 2015), 72.
[144] *Anuario de comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración* (Madrid: Bailly-Bailiere, 1898), n. 1, 407.
[145] "Cazaliz, Joseph", *Dictionnaire des élèves architectes de l'École des beaux-arts de Paris (1800-1968)*, Institut national d'histoire de l'art. Consultado el 3 de marzo de 2020, en https://agorha.inha.fr/inhaprod/ark:/54721/00282240
[146] "Paris-Hachette. Liste complèete par professions des adresses du commerce et de l'industrie", 1 de enero de 1908, 62 9.
[147] "Informations commerciales et judiciaires. Formations de sociétés", *Bulletin des soies et des soieries de Lyon*, 4 de enero de 1914, 6.

La casa O'Rossen de París continuó activa y gozando de un destacado éxito hasta la década de los años 50, aunque todos los miembros de la familia siguieron íntimamente ligados a Biarritz y al devenir de su casa madre, también después del fallecimiento del patriarca, Jacques Orossen, en 1918. En junio de 1926 *La Gazette de Biarritz* daba cuenta de un nuevo acontecimiento: "los empleados de la casa O'Rossen Frères se han reunido en el 9 de la rue Mazagran para celebrar la elevación a la dignidad de caballero de la Legión de Honor de M. Stanislas O'Rossen. En un corto pero caluroso discurso, el director ha rendido homenaje a la vida de trabajo y al espíritu de perseverancia que le han guiado siempre"[148].

1.3.2. La apertura de las primeras sucursales en Biarritz

Además de los emprendedores que desde la Costa Vasca y sus aledaños se lanzaron a fundar nuevos establecimientos, se observa a finales del siglo XIX la génesis de un fenómeno que vino a caracterizar el comercio de la moda en Biarritz en las décadas siguientes: la apertura de sucursales de consolidadas casas de moda procedentes de otras ciudades, desde Burdeos a París. Dichas casas gozaban ya de una notable reputación y una fiel clientela a la que seguían en sus desplazamientos a las diversas estaciones balnearias de moda del momento y entre las que Biarritz destacaba manifiestamente. Las perspectivas de atraer a una nueva y cosmopolita clientela entre las colonias española, inglesa, rusa, o sudamericana no hacía sino acrecentar la motivación comercial de dichas iniciativas. En numerosas ocasiones, el éxito de muchas de ellas llevó a sus responsables a abrir nuevas sucursales en los centros urbanos de donde su nueva clientela procedía.

Old England: la sastrería inglesa desde París

A pesar del mencionado éxito de la sastrería Orossen, esta empresa local hubo de lidiar con la dura competencia de establecimientos con mayores medios y una consolidada reputación que les precedía. Se trataba de representaciones de grandes sastrerías con sede en capitales europeas que a partir de la década de 1870 se establecieron en Biarritz de forma permanente. Uno de los casos más significativos es el de la casa Old England, presente en Biarritz desde 1878. Así, en marzo de dicho año, Thomas James Davis fundó en Biarritz una sociedad denominada Thomas James Davis et Cie, *tailleurs*, con un capital de 62.500 francos y por una duración de 10 años, hasta marzo de 1888[149]. El objeto de la sociedad era la sastrería y venta de confecciones para

[148] "Legion d'honneur", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 26 de junio de 1926.
[149] *Archives commerciales de la France, journal hebdomadaire*, 31 de marzo de 1878, 427.

caballero, así como de todo tipo de artículos ingleses, en su sede sita en la place Bellevue de Biarritz. Davis tenía como socio capitalista a un experimentado empresario británico, "uno de los más antiguos y conocidos miembros de la colonia comercial inglesa en París", James Reid, fundador y propietario desde 1867 de la reputada sastrería inglesa de París, la casa Old England. En 1880, después de tan solo dos años de actividad, y siempre con el apoyo financiero de Reid, la sociedad amplió su capital con el propósito de abrir un nuevo establecimiento en Pau, gestionado por el sastre M. Reynolds, al tiempo que Davis seguía dirigiendo la casa de Biarritz. James Reid aportaba de nuevo el capital necesario para la puesta en marcha de ambos negocios[150].

A partir de 1881 varios anuncios publicados en la prensa local informan de la utilización del nombre Old England para ambos establecimientos de Biarritz y Pau[151], por lo que podemos concluir que ambas funcionaban como franquicias de la sastrería del mismo nombre de París, y no como sucursales de la misma. Entre 1885 y 1894 la casa Old England de Biarritz pasó a ser gestionada por otro sastre llamado Fischer, siempre con el apoyo financiero de Reid desde París, pero de manera independiente con respecto a la casa de Pau[152]. Tras el fallecimiento de Fischer y Reid en 1894 y 1890 respectivamente, fueron las hijas de Reid, Albertina y Béatrice, quienes se ocuparon de encontrar a un nuevo socio para la exitosa sastrería biarrota[153]. Así, a partir de 1894 fue el también británico William Tardrew, propietario desde 1886 de la casa Old England de París, quien se ocupara de dirigir la casa de Biarritz. El 27 de diciembre de 1895 *La Gazette de Biarritz* publicaba en su portada una imagen del gran escaparate de la casa Old England de Biarritz, destacando entre diversos géneros un maniquí vestido con un traje sastre para mujer. Se trataba de una evolución lógica que respondía a la progresiva integración de la sastrería en la moda femenina.

Old England era para entonces uno de los más reputados establecimientos de Biarritz, frecuentado no solo por su fiel clientela inglesa, sino también números visitantes de las colonias española y rusa. En enero de 1897 Tardrew constituyó una nueva sociedad denominada W.H. Tardrew et Cie *tailleurs*, que gestionaba tanto la casa Old England de Biarritz, como sus

[150] *Archives commerciales de la France*, 19 de diciembre de 1880, 1661 ; "Annonces judiciaires et avis divers. Etude de Ma Ovide Lavallée, avoué a Pau (Basses-Pyrénnées)", *L'Indépendant des Basses-Pyrénnées*, 7 de diciembre de 1880.
[151] Por ejemplo, *L'Indépendant des Basses-Pyrénées*, 9 de marzo de 1881.
[152] *Archives commerciales de la France*, 30 de diciembre de 1885, 1670.
[153] "Avis de dissolution de Société", *La Loi*, 6 de febrero de 1894, 124.

sucursales en Pau y Bagnères-de-Luchon[154], dejando atrás su participación y sus responsabilidades en París. En abril del mismo año, William Tardrew publicaba el siguiente anuncio en la edición europea del diario *The New York Herald*:

> Sastres y confeccionistas. – se requieren para el sur de Francia un cortador de primera clase para señoras, caballeros y jóvenes. También un vendedor versátil, [para] sastrería y calcetería, de caballeros y de señoras. También un joven calcetero vendedor. Debe hablar francés correctamente. Absténganse de enviar solicitud quienes no sean hombres honestos con referencias fiables. Escribir a W. Tardrew, Biarritz.[155]

En su libro *Biarritz y sus cercanías* de 1897 Pascual Millán dedica un capítulo a la sastrería Old England[156] que nos proporciona una valiosa información sobre el aspecto del establecimiento, la variedad de sus artículos y los motivos de su creciente reputación:

> El Old England, os detiene cuando por vez primera visitáis á Biarritz. Aquellos inmensos escaparates, que más parecen muros de cristal, os llaman la atención y entráis en el establecimiento, una especie de bazar elegante lleno de confort y donde *péle méle* halláis desde las lujosas confecciones para señoras hasta el práctico impermeable, y encontráis zapatos, alpargatas, raquetas, pelotas de *lawn-tennis*, corbatas, gorras, sombreros, perfumería, thé, conservas... todo inglés sin trampa ni cartón: es decir, todo de la propia Inglaterra. Y avasallando ese maremágnum de cosas, veis enormes filas de género para la confección de trajes, porque bueno es saber que la sastrería es de lo principal en el Old England.[157]

Además de la diversidad de los géneros de la casa, Millán insiste en que es la calidad de la sastrería de Old England lo que distingue a este establecimiento de otros similares, detallando tres razones que considera claves para su éxito: "la de estar siempre al tanto de las últimas creaciones de la moda; "la de su lealtad, que no le consiente entregar una prenda, sea cual fuere, si tiene el menor defecto"; y "la de contar siempre con sastres ingleses verdaderos y con telas

[154] *Archives commerciales de la France*, 20 de febrero de 1897, 225.
[155] "Wanted", *The New York Herald, Paris*, 20 de abril de 1897, 6.
[156] Pascual Millán, "Inglaterra en Biarritz. Old England", *Biarritz y sus cercanías, notas e impresiones* (Madrid: El enano, 1897), 139-142.
[157] Millán, "Inglaterra en Biarritz. Old England", 141.

inglesas tan auténticas como los sastres"[158]. El escritor confirmaba así, no solo la importancia de la excelencia en el corte, sino también el prestigio que dotaba a este tipo de establecimiento contar con un equipo íntegramente formado por profesionales británicos. Millán insistía: "para encontrar, pues, un british tailor hay que recurrir en Biarritz al Old England, el cual *malgré* las imitaciones, quedará siempre *facile princeps* entre los sastres de por acá"[159]. Plenamente conscientes del valor que su clientela confería a dicha cuestión, en julio de 1897 la casa publicaba un escueto anuncio en la prensa local con el siguiente texto en francés, español e inglés: "Old England. Únicos sastres ingleses en Biarritz"[160]. Es también probable que dicha nota respondiera igualmente a la competencia de otras sastrerías en Biarritz que escogían nombres anglosajones y difundían publicidad en inglés intentando atraer a una mayor clientela entre la colonia extranjera. Este fue el caso de la sastrería Scotland, fundada en 1891 por los sastres Sangla et Dubois y situada, como Old England, en la place Bellevue de Biarritz[161]; las dos facturas de dicha casa que se hallan en el fondo de los marqueses de Casa Torres muestran un membrete en cuya cabecera se lee el texto "British tailors" bajo el nombre del establecimiento "Scotland"; en los laterales de la cabecera se integran igualmente los textos "Tailors for Ladies", en el lado izquiero, y "Tailors for Gentleman", en el lado derecho. Este tipo de lo que hoy denominaríamos publicidad engañosa no evitó que la marquesa de Casa Torres adquiriera en la sastrería un traje en sarga de color azul marino de 180 francos el 19 de julio de 1895[162], y un segundo traje, junto con dos piezas de tejido para confeccionar una pelerina, todo por 205 francos, el 23 de octubre del mismo año[163]. Ya fuera por la agresiva competencia o por la imponente presencia de Old England en la place Bellevue que compartían, lo cierto es que la casa quebró en junio de 1896[164].

También las compras realizadas en Biarritz por los marqueses de Casa Torres arrojan luz sobre los hábitos de consumo de la sociedad aristocrática en la Costa Vasca y su lealtad a la casa Old England. El fondo Casa Torres cuenta con nueve facturas emitidas por Old England al marqués o a la marquesa de Casa Torres entre 1890 y 1908, con adquisiciones que van desde pequeños productos de primera necesidad, como cepillos de dientes, jabón o artículos de papelería,

[158] Millán, "Inglaterra en Biarritz. Old England", 141-142.
[159] Millán, "Inglaterra en Biarritz. Old England", 142.
[160] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 29 de julio de 1897.
[161] *Archives commerciales de la France*, 27 de mayo de 1891, 653.
[162] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Factura de Scotland a la marquesa de Casa Torres, 19 de julio de 1895.
[163] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Factura de Scotland a la marquesa de Casa Torres, 23 de octubre de 1895.
[164] *Archives commerciales de la France*, 13 de junio de 1896, 751.

pasando por productos relacionados con el ocio, como raquetas o pelotas de tenis, hasta accesorios y prendas de vestir, como corbatas o abrigos. Una factura emitida al marqués de Casa Torres con fecha de 8 de mayo de 1894 lista los siguientes artículos: "1 Caoutchouc" o impermeable, por 85 francos; "6 chaussettes" o calcetines, por 3,95 francos el par; un "Covert coat" modelo número 10499, por 110 francos; un sombrero de 12,95 francos y una gorra de 1,95 francos; un traje del modelo 5262, de 170 francos, y un chaleco de 20 francos; el importe total de la factura ascendía a 423,60 francos[165]. En 1891 una crónica del diario *La Época* de Madrid parecía confirmar la fidelidad señalada por Pascual Millán a la Casa Old England entre los españoles habituales en Biarritz. Refiriéndose a los numerosos controles que los carabineros franceses realizaban en su lucha contra en contrabando, el cronista identificaba los principales motivos del viajero español para cruzar la frontera: "el de proveerse en las tiendas de Bayona, en el *Old England* de Biarritz, ó en las magníficas y bien surtidas tiendas de París, de los objetos que no encontraría en España sino pagándolos más caros"[166].

El éxito de ventas y el entusiasmo de su clientela hizo que Old England creciera. Así, en 1905 la prensa local anunciaba que "la casa Old England ha tomado posesión de su nueva instalación, en la planta baja del magnífico Palais-Bellevue que acaban de construir entre el Grand Hôtel y el [banco] Crédit Lyonnais"[167]. El Palais Bellevue era un centro de ocio de nueva creación que se inauguró en el verano de 1905 y que contenía, además de espacios destinados al alquiler para establecimientos comerciales como Old England en la planta baja, "una gran sala de fiestas, varios salones para damas, salón de lectura, de correspondencia, galería-pasaje, bar-*buffet*, gran balcón sobre el mar, diversas instalaciones y otros salones destinados a un círculo privado"[168]. Ante el entusiasmo de los biarrotas y de la colonia extranjera por descubrir este nuevo lugar de referencia de Biarritz, el director de Old England, William Tardrew, organizó una recepción para inaugurar la nueva instalación de la casa a la que asistieron notables personalidades "de la colonia y del municipio", con el alcalde de Biarritz, Jacques Forsans, a la cabeza. El inesperado fallecimiento de Tardrew en diciembre de 1912 no truncó el destino de la empresa que siguió desarrollándose hasta convertirse en uno de los referentes ineludibles de Biarritz en las décadas de 1920 y 1930.

[165] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Factura de Old England al marqués de Casa Torres, 8 de mayo de 1894.
[166] "Matute distinguido", *La Época*, 4 de noviembre de 1891.
[167] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 30 de junio de 1905.
[168] "Palais Bellevue", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 19 de mayo de 1905.

La Maison Larue: la alta costura desde Burdeos

La Maison Larue fue fundada en Burdeos en 1898 por Blanche Larue y su marido Maurice Larue, conocido pintor y crítico de arte. Blanche había trabajado como primera de taller en el almacén de novedades Le Magot, de Mme. Coiffard, donde pronto fue apreciada por su instinto asignándosele responsabilidades de compradora en diversos viajes a París[169]. Tras su matrimonio con Larue, y basándose en la experiencia de Blanche, ambos decidieron lanzarse a la creación de su propia casa de modas, la Maison Larue, sita en el número 17 de la calle Esprit-des-Lois de Burdeos. Tal y como relata el hijo menor de ambos, Jean Larue, dicha iniciativa fue posible gracias al capital de un inversor llamado Henry Johnston, conocido comerciante de vinos, fundador del banco bordelés Société bordelaise en 1880[170], y marido de una de las mejores clientas en Le Magot, Mme. Johnston. Visto el éxito de la iniciativa y el extraordinario rendimiento de su inversión, en 1904 Johnston propuso al matrimonio Larue la constitución de una nueva sociedad con un capital de 2 millones de francos ofreciendo a los Larue: el pago de 500.000 francos por la compra del negocio; 500.000 francos en acciones del fundador; el alquiler de un apartamento en la place Vendôme de París desde donde gestionar una nueva sucursal en la capital; los gastos de instalación y los costes de personal; un salario de 30.000 francos; el 21% del beneficio neto sobre la casa de Burdeos, así como sobre las casas que fueran a abrirse en Biarritz, San Sebastián y París, y cualquier otra que pudiera establecerse en el extranjero; y una campaña de publicidad para el lanzamiento de la nueva casa en París por valor de 100.000 francos[171]. Finalmente, y a pesar de la tentadora oferta, Blanche y Maurice Larue decidieron continuar desarrollando su empresa en solitario. Así, en 1906 contaban con un personal de más de 20 personas que incluía personal administrativo, vendedoras, así como cortadores y cortadoras, costureras y bordadoras trabajando en 8 talleres[172].

En 1906 Blanche y Maurice Larue decidían abrir una sucursal en Biarritz. En un breve periodo de tiempo se sucedieron diversas estancias del matrimonio en el Grand Hôtel de Biarritz, entre noviembre de 1906 y enero de 1907[173], así como la publicación de anuncios en la prensa bordelesa buscando urgentemente sastres, peleteros, corseteras, bordadoras, *jupières*[174],

[169] Jean Bucline (Jean Larue), *Maurice Larue (1861-1935), mon père* (París: La Bruyère, 1990), 41-43.
[170] Hubert Bonin, *Banque et Bourgeoisie : La Société Bordelaise de CIC (1880-2005)* (Bruselas: Peter Lang, 2010), 153.
[171] Bucline (Jean Larue), *Maurice Larue (1861-1935), mon père*, 42.
[172] "Souscription pour les victimes de la catastrophe de Courrières", *La Petite Gironde*, 18 de marzo de 1906.
[173] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 19 de noviembre de 1906; 7 de diciembre de 1906; 14 de diciembre de 1906; 21 de diciembre de 1906; 18 de enero de 1907.
[174] *La France de Bordeaux et du Sud-Ouest*, 14 de septiembre de 1906; *La Petite Gironde*, 14 de septiembre de 1906; *La France de Bordeaux et du Sud-Ouest*, 27 de septiembre de 1906.

costureras especializadas en la confección de faldas, y *appiéceurs*, o trabajadores que cobrarían por pieza realizada, generalmente desarrollando dicha labor en su domicilio particular. Esta nueva dinámica sugiere que el matrimonio Larue realizaba, con cierta premura, los preparativos de una próxima apertura en Biarritz.

La apertura de una sucursal de estas dimensiones suponía en Biarritz el empleo de numerosos profesionales especializados, fundamentalmente mujeres, costureras, sastras, bordadoras, o lenceras, que se formaban en casa, en pequeños talleres o gracias a instituciones religiosas que tenían como objetivo la formación y profesionalización de jóvenes locales con medios limitados. Estas jóvenes encontraban en los innumerables talleres que comenzaban a proliferar en Biarritz una forma de independencia, económica y personal, y una oportunidad de desarrollarse y avanzar profesionalmente. Sin embargo, la estacionalidad del empleo, la intensidad del trabajo durante la temporada alta, la baja retribución salarial, así como las insalubres condiciones de muchos de estos talleres improvisados provocaron la preocupación de diversos responsables políticos y agentes sociales locales, ya a finales del siglo XIX. En 1894, un informe realizado por el inspector de trabajo de la industria del departamento de Bajos Pirineos apuntaba algunas cuestiones preocupantes sobre los talleres de confección y de costura que había visitado en Bayona, Biarritz, y Pau[175]. Según el citado informe, en los talleres de las sastras "la jornada de trabajo normal es de 11 horas: de 7 de la mañana a 7 de la tarde en verano con una pausa de una hora y media, y de 8 de la mañana a 8 de la tarde en invierno. Esta jornada de trabajo es excedida con frecuencia con el cambio de temporada o en época de fiestas locales"[176]. Solicitados los jefes de taller, éstos argumentan que la remuneración del trabajo de noche era más elevada que el trabajo de día, ante lo que el inspector recordaba que este trabajo de noche era sucedido por una jornada laboral durante el día de 11 horas. El informe también apunta a otras cuestiones preocupantes como el trabajo de las planchadoras de Biarritz, quienes estiman que "durante seis meses al año y tres veces a la semana, la jornada de trabajo alcanza las 15 horas al día: de 7 de la mañana a medianoche, con dos pausas de una hora cada una para la comida del mediodía y de la noche"[177]. Así, el inspector informaba que el salario medio por una jornada de 11 horas de una planchadora de Biarritz era de 2,50 francos, y de 3,75 francos

[175] "Rapport de l'inspecteur départemental du travail dans l'industrie", en *Rapport du Préfet et procès-verbaux des séances et des déiberations du Conseil Général des Basses-Pyrénnées, Session ordinaire d'août 1895* (Pau : Garet, 1895), 124-136.
[176] "Rapport de l'inspecteur départemental du travail dans l'industrie", 129.
[177] "Rapport de l'inspecteur départemental du travail dans l'industrie", 130.

por una jornada de 15 horas, mientras que la hora de noche se pagaba un 43% más que una hora de día[178].

La preocupación por las condiciones de trabajo en las casas de costura era también patente en la sociedad biarrota. Un artículo publicado en *La Gazette de Biarritz* por su director Ernest Seitz abordaba esta cuestión apelando a la responsabilidad de las casas de moda que cada día adquirían una mayor presencia en la vida económica de la localidad. Seitz auguraba, con la llegada de la nueva temporada de invierno y de primavera, la intensificación de la vida social en Biarritz y el consiguiente incremento del trabajo para los talleres femeninos: "todas las clientas, queriendo rivalizar en elegancia, quieren que se les atienda al mismo tiempo; las jornadas de trabajo se alargarán desmesuradamente y nuestras *petites mains* estarán ocupadas sin tregua ni reposo"[179]. Ante esta situación el cronista se dirigía a las casas de costura recordándoles la necesidad de velar por la salud de estas jóvenes y las condiciones laborales que en muchas ocasiones estas debían padecer: "en algunos talleres, el trabajo dura interminables horas, [y] se prolonga hasta la noche, pero [además] no todos estos talleres son locales sanos y convenientemente aireados como convendría"[180]. Incidía asimismo en la seguridad de las jóvenes trabajadoras pues "la salida nocturna de los talleres a horas tardías acarrea otros peligros"[181]. El cronista terminaba así su artículo apelando a las casas de costura, en cuya responsabilidad confía: "todas querrán remediar, aun a costa de algunos sacrificios, estos errores tan desafortunados, tan perjudiciales al bienestar, a la salud, a la seguridad de las jóvenes obreras biarrotas y dejar de exigirles esfuerzos y fatigas que ningún taller osaría nunca exigir a los hombres"[182].

Desconocemos cuales eran las condiciones laborales de aquellas trabajadoras que se afanaban en lo nuevos talleres de Biarritz de Blanche Larue, aunque sabemos que el éxito de la nueva empresa fue inmediato. Ya en agosto de 1907 la casa informaba a sus clientas de lo siguiente:

> Maison Larue de Bordeaux, proveedora de la casa real de España. Para evitar siempre cualquier equivocación, la Maison Larue, trajes de sastre, vestidos y ropas, tiene el

[178] "Rapport de l'inspecteur départemental du travail dans l'industrie", 130.
[179] E. Steitz, "Nos petites mains", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et de Saint Jean de Luz*, 30 de enero de 1909.
[180] Steitz, "Nos petites mains".
[181] Steitz, "Nos petites mains".
[182] Steitz, "Nos petites mains".

> honor de informar á las señoras que no existe ninguna sucursal en España, sino una casa en BURDEOS, 17, rue Esprit des Lois, y otra en BIARRITZ, 10, avenue Víctor Hugo.[183]

Una detallada crónica escrita desde Biarritz y publicada en septiembre de 1908 en *La Dama y la vida ilustrada* se proponía dar "detalles referentes á lo que se lleva y va á llevar, y a las casas de Madrid y París á quienes debíais confiar el grave asunto de vuestras toilettes, he pensado que nunca mejor que ahora puedo daros las noticias que deseáis, y así no espero mi regreso á París para complaceros"[184]. La cronista dedica su artículo a la Maison Larue y a su recientemente inaugurada sucursal en Biarritz, ahora sita en la céntrica y comercial place de la Mairie: "capaz de satisfacer los deseos de las más exigentes elegantes del orbe entero, inglesas, rusas, alemanas, españolas, americanas, que frecuentan las bellas playas de Biarritz, y que atraídas por las deliciosas confecciones que ofrece esta reputada casa, se provee de cuanto necesitan para la temporada de invierno"[185]. Así, Jeanne de Laconte describía con detalle las *toilettes* o creaciones que pudo observar en el nuevo establecimiento gracias a una amable invitación cursada por Mme. Larue, desde los modelos de playa, como "el *Dumay*, en linón y entredós á pliegues" o "el modelo *Odette*, en linón con lunares, guarnecido de encajes Cluny", hasta "los trajes de noche, de comidas, recepciones y Casino, como el modelo *roi*, en raso azul adornado con tul y raso negro o "el famoso traje *Psyché* en raso *vieux rose*" que llevaba "la túnica, el cuerpo y el echarpe bordados en tonos antiguos"[186]:

> Todos los modelos llevan las firmas de Paquin, Doucet, Callot, Deuss, Chennet, Drecoll, Poiret, etc.; y como la casa Larue ofrece de todas estas maravillas reproducciones fidelísimas y artísticas, apreciarás que existen considerables ventajas; en realidad es muy de lamentar el que esta famosa casa Larue no tenga en España sucursales donde pudieran proveerse las elegantes castellanas. Pero, después de todo, Biarritz está á las puertas de España; el automóvil disminuye las distancias, y nuestras mundanas pueden muy bien, si así lo desean, disfrutar del delicioso espectáculo que á mí tanto me ha complacido, así como de las exposiciones anunciadas para Septiembre de las últimas novedades 1908-1909 […].[187]

[183] *La Correspondencia de España*, 17 de agosto de 1907.
[184] Jeanne de Laconte, "Desde Biarritz", *La Dama y la vida ilustrada*, septiembre de 1908, 14.
[185] Laconte, "Desde Biarritz", 14.
[186] Laconte, "Desde Biarritz", 14.
[187] Laconte, "Desde Biarritz", 14.

La entusiasta cronista transmitía el deseo de la propia *maison* de "evitar toda confusión, explicando perfectamente que no tiene sucursal alguna en España"[188], y terminaba su artículo enfatizando que sus lectoras podrían encontrar en la casa Larue "todo cuanto en París encontramos"[189].

Así, Blanche Larue había optado por ofrecer modelos exclusivos adquiridos a las grandes casas de París. En 1908 la organización del sector de la moda parisina se hallaba en pleno desarrollo desde la creación en 1868 de la Syndicale de la Couture et de la Confection pour dames et fillettes (en adelante, Chambre Syndicale). Se trataba de una nueva organización profesional que federaba actividades diversas, desde el trabajo artesanal a medida y por encargo (las *couturières*); la producción en serie, realizada a mano o a máquina, de prendas confeccionadas con antelación a su venta siguiendo tallas estandarizadas (casas de confección o fabricantes); y la realización *in situ* y a medida de modelos reproducibles de alta gama y gran valor creativo, pero no producidos en serie (casas de confección de lujo o *maisons spéciales*)[190].

Las casas de confección de lujo gozaron de un gran reconocimiento, sobre todo, a partir de la Exposición Universal de París de 1900 donde la exposición *Les Toilettes de la Collectivité de la Couture,* organizada a iniciativa de la Chambre Syndicale, presentaba 53 modelos de alta costura de veinte de los más célebres modistos de París, como Worth, Doucet, Paquin o Redfern, y aspiraba a mostrar la excelencia y el liderazgo de la creación de moda en Francia[191]. Los hombres que se dedicaban a dicha actividad, como el propio Charles Worth, vinieron a denominarse *couturiers* desde la década de 1880 y desarrollaban lo que entonces se acuñó como *grande Couture*, en su deseo de diferenciarse de los productores de confección seriada en el seno de una Chambre Syndicale que les resultaba demasiado heterogénea[192]. Estas casas siguieron combinando los dos modos de producción, tanto la realización artesanal a medida como la reproducción controlada de diseños originales considerados creaciones. Irónicamente, fue en el seno de estas casas donde emergió el concepto contemporáneo de "alta costura", que combinaba el *savoir faire* tradicional con la innovación comercial[193].

---

[188] Laconte, "Desde Biarritz", 14.
[189] Laconte, "Desde Biarritz", 14.
[190] Guénolée Milleret, *Haute Couture, histoire de l'industrie de la création, des précurseurs à nos jours* (París: Eyrolles, 2015), pos. 1037 de 4827, Kindle.
[191] Preámbulo de Léon Perdoux, modisto y presidente de la Chambre Syndicale de la Confection et de la Couture pour dames et enfants, *Les Toilettes de la collectivité de la couture* (París: Société de Publications d'Art, 1900).
[192] Milleret, *Haute Couture*, pos. 1057 de 4827, Kindle.
[193] Milleret, *Haute Couture*, pos. 1082 de 4827, Kindle.

Blanche Larue decidió seguir el modelo de las casas de confección de lujo, comprando una selección de modelos de establecidos *couturiers* y *couturières* de París en función de los gustos y expectativas de sus clientas en Burdeos y Biarritz. La regulación de la venta y reproducción de modelos de *grande couture* a compradores profesionales, tanto franceses como internacionales, se produjo a partir de 1910 con la creación de la nueva Chambre Syndicale de la Couture Parisienne (en adelante, Chambre Syndicale) y la aprobación de sus estatutos en 1911. Se trataba de una nueva institución que federaba exclusivamente a los llamados *couturiers*, excluyendo definitivamente de su vocabulario el término de "confección" con el fin de desmarcarse de los productores de confecciones seriadas, y muy especialmente de los grandes almacenes parisinos. Así, los profesionales como Blanche Larue y sus homólogos europeos y americanos no dudarían en desembolsar importantes sumas que oscilaban entre 800 y 1500 francos por modelos de las grandes casas de París (un modelo producido en serie y de gama media se vendía por un precio a partir de 30 francos)[194] cuyos directores se erigían en comerciantes de ideas originales y generadores de tendencias.

La protección de dichos diseños originales constituyó una de las principales batallas legales de las casas de lujo desde la década de 1880. En noviembre de 1883 la Chambre Syndicale participó en la Conferencia Diplomática de París que condujo a la creación en 1884 de la Unión internacional por la protección industrial de diseños o modelos y de marcas de fábrica. La copia de modelos era una práctica ampliamente extendida que provocaba considerables daños morales y pérdidas económicas para las casas de lujo. Como medida para protegerse y controlar dicha práctica los modistos parisinos, amparados por la Ley de 14 de julio de 1909 sobre diseños y modelos[195], depositaban sistemáticamente sus creaciones en forma de bocetos o fotografías en el Conseil des Prud'hommes de la Seine[196]; la mencionada ley acordaba a dichos documentos un valor de autenticidad y estos servirían de prueba en caso de un proceso judicial. Era habitual que los compradores profesionales, que contaban con talleres altamente cualificados y estaban dirigidos por emprendedores con una gran sensibilidad artística, combinaran la adquisición

[194] Milleret, *Haute Couture*, pos. 1142 de 4827, Kindle.
[195] Según el artículo tercero de dicha ley (en su versión en vigor del 19 de enero de 1910 al 3 de julio de 1992), "la propiedad de un diseño pertenece a la persona que lo creó o a sus derechohabientes; pero se presume que el primer depositante de dicho diseño o modelo, hasta prueba de lo contrario, es el creador del mismo.". Consulatado el 26 de noviembre de 2020, en https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000006281034/1990-11-27
[196] El Conseil de Prud'hommes era un Tribunal de primera instancia, el equivalente francés a un Tribunal de los social, formado por representantes de los trabajadores y de los empresarios y cuyas competencias caían bajo la esfera del derecho del trabajo. Entre sus competencias destacaba, desde principios del siglo XX, la de velar por el cumplimiento de las normas legales en materia de propiedad industrial e intelectual.

legal de algunos modelos con la copia de otros, para reducir los elevados costes. Con ocasión de cada adquisición en París Blanche Larue habría de firmar un documento contractual con la casa en cuestión por el que se comprometería a reproducir fielmente los modelos adquiridos, tanto en lo relativo a los materiales utilizados como a su patronaje y realización. Asimismo, ésta debería abonar una cantidad estipulada por la casa que variaría en función del número de ocasiones en que la Maison Larue quisiera reproducir dicho modelo. En caso de que alguna de las casas detectara que la modista no hubiera respetado los términos del contrato o hubiera copiado sus modelos sin su correspondiente contrato y pago por los mismos, la casa o casas afectadas tomarían acciones legales contra la Maison Larue. Este fue el caso en, al menos, dos ocasiones.

Así, en 1909 la reputada casa Callot soeurs de París acusaba a la casa Larue de plagiar dos de sus modelos denominados "Bellagio" y "Cœur de Moineau" y que habían sido depositados en el registro del Conseil de Prud'hommes de la Seine el 24 y 25 de febrero de 1909 respectivamente[197]. Según la sentencia, dichos modelos habían sido reproducidos de manera ilícita pues la casa Larue no los había adquirido y, por lo tanto, no ostentaba ningún derecho de reproducción sobre los mismos. Así, el 21 de diciembre de 1911 el Tribunal civil de Burdeos ordenaba el embargo de las copias producidas por la casa Larue y sancionaba al matrimonio con una indemnización a abonar a las hermanas Callot de 100 francos en concepto de daños y perjuicios[198]. Tan solo dos años después, en 1913, la reputada casa Cheruit de París acusaba igualmente a los Larue de copiar cinco de sus modelos que habrían sido encargados en la casa Larue por la misma clienta y que fueron incautados por un agente judicial en el momento de su entrega. La Maison Larue responsabilizaba a la clienta en cuestión, quien habría proporcionado todas las indicaciones y precisado cada detalle de los vestidos que deseaba para su la realización[199]. Así, el abogado de Larue defendía la buena fe del matrimonio y presentaba a ambos como víctimas de un ardid. Tras varios dictámenes y recursos, testimonios e informes de expertos que confirmaron que los vestidos realizados por Larue constituían copias serviles de los modelos originales de Cheruit, el proceso finalizó en 1918 con una sentencia condenatoria por un delito de plagio que obligaba a la Maison Larue al pago de 100 francos por cada uno de los acusados y de 6.000 francos por daños y perjuicios[200].

[197] *Annales de la propriété industrielle*, 1 de enero de 1913, 209-211.
[198] *Annales de la propriété industrielle*, 211.
[199] "Cheruit contre Larue", *La France de Bordeaux et du Sud*, 22 de noviembre de 1913.
[200] "Tribunal correctionnel de Bordeaux. Présidence de M. Granger-Joly de Boissel, audience du 1er février, 1918", *Le Droit, journal des tribunaux*, 23 de mayo de 1918.

A juzgar por el creciente éxito de la casa Larue en las décadas siguientes los conflictos legales a los que esta hubo de enfrentarse a partir de 1909 no tuvieron efecto alguno sobre su reputación. Ya en el anteriormente citado anuncio de 1907 en la prensa madrileña, y recién inaugurada la nueva sucursal de Biarritz, la Maison Larue de Burdeos se presentaba como "proveedora de la casa real de España"[201]. En septiembre 1910 una reseña en la prensa local biarrota informaba sobre la reciente visita de la familia real española a Biarritz y más concretamente sobre los movimientos de ambas reinas durante dicha visita: "el martes pasado, las reinas Cristina y Victoria de España vinieron a pasar la tarde a Biarritz, donde visitaron diversas tiendas e hicieron una larga parada de pruebas en la casa [establecimiento] del gran modisto Larue"[202]. Las cuentas del bolsillo secreto de la reina Victoria Eugenia confirman su fidelidad a dicho establecimiento. Así, tal y como revela una factura de Larue de abril de 1912, la reina habría adquirido diversas prendas como un traje, una blusa, varios vestidos, un abrigo de terciopelo, un echarpe, una toca y un sombrero *canotier* por valor de 8.041 francos[203]. La factura de la Maison Larue está encabezada por un membrete que luce, junto al escudo de Biarritz, los escudos de armas de las reinas María Cristina y Victoria Eugenia, así como el de la gran duquesa Xenia de Rusia, hermana del zar Nicolás II. Otras facturas de la reina Victoria Eugenia se sucederían a partir de diciembre de 1912 y a lo largo de 1913 por la adquisición de vestidos, abrigos, sombreros y prendas de lencería de la casa Larue[204]. Una reseña en la prensa madrileña vuelve a informarnos sobre las recurrentes visitas de la reina a dicho establecimiento de Biarritz durante este periodo. Bajo el título de "Los Reyes en Biarritz", la crónica afirmaba que:

> Los Reyes D. Alfonso y D. ª Victoria, que pasaron el día de ayer en esta villa, tuvieron ocasión una vez más de comprobar las grandes simpatías que aquí gozan […]. La Reina llegó por la tarde, en automóvil, acompañada por su camarera mayor, la duquesa de San Carlos. La augusta y bella dama se detuvo en casa de la modista Mme. Larue para probarse unos trajes y ante la tienda de la Plaza de la Mairie se estacionó numeroso público para saludar a la Soberana.[205]

[201] *La Correspondencia de España*, 17 de agosto de 1907.
[202] "Visites Royales", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 11 de septiembre de 1910.
[203] Archivo General de Palacio, Administración General Real Casa, Bolsillo secreto de la reina Victoria Eugenia, Leg. 333, Cª 595 (C.92).
[204] Archivo General de Palacio, Administración General Real Casa, Bolsillo secreto de la reina Victoria Eugenia, Leg. 333, Cª 16 y 92 (C 297).
[205] "Los Reyes en Biarritz", *La Epoca*, 21 de septiembre de 1913.

Desafortunadamente, no existe información relativa al bolsillo secreto de la reina Victoria Eugenia a partir de la década de los años 1920, por lo que nos resulta difícil trazar la asiduidad con la que esta habría acudido a la casa Larue o a otras casas similares en Biarritz y San Sebastián en este periodo.

En septiembre de 1917 la Maison Larue publicaba en el diario donostiarra *La Voz de Guipúzcoa* el siguiente anuncio:

> La Maison Larue, Vestidos, Abrigos, Pieles, Modas y Ropa blanca. Burdeos: Rue Esprit des Lois, 17 y 19. -Biarritz: Place de la Mairie, Tiene el honor de avisar á su distinguida clientela que ni tiene sucursal alguna en el extranjero, ni ha concedido a nadie su representación. LA MAISON LARUE expone sus exclusivos modelos en Burdeos ó en Biarritz, donde en la actualidad se encuentra. Mme. Blanche Larue.[206]

Tal y como lo había venido haciendo a través de la prensa sistemáticamente desde 1907, la Maison Larue insistía en el hecho de que no existía sucursal alguna de la casa en España ni persona o establecimiento que la representara. Cabe preguntarse si dicho empeño en aclarar esta cuestión se debía a una confusión que alguien hubiera provocado voluntariamente con el objeto de rentabilizar el prestigio del que la casa Larue gozaba entre su clientela española.

Tan solo un día antes del citado anuncio en San Sebastián, el 6 de septiembre de 1917, otra reputada casa se anunciaba en las páginas de *La Voz de Guipúzcoa*; se trataba de la conocida modista Louise Ransinangue, que informaba a sus clientas sobre la próxima presentación de los nuevos modelos de invierno en sus salones del número 39 de la donostiarra calle Prim. Un año después la casa de Louise Ransinangue renovaba su anuncio en el mismo periódico, añadiendo a su habitual dirección de la calle Prim una nueva sede en el número 15 de la calle Jorge Juan de Madrid. Al igual que sus colegas biarrotas, los establecimientos de lujo de San Sebastián habían conseguido fidelizar una clientela de gran poder adquisitivo procedente de Madrid que buscaba alternativas a las grandes casas de París en su entorno más cercano. La apertura de una segunda casa o sucursal en Madrid respondía a la oportunidad de proveer a esta importante clientela durante todo el año y no solo en la temporada alta del veraneo regio en San Sebastián. Dos años después, en septiembre de 1920, Louise Ransinangue anunciaba a sus clientas en San

[206] *La Voz de Guipúzcoa*, 7 de septiembre de 1917.

Sebastián que presentaría "una preciosa colección de modelos" en los salones del Hotel María Cristina y no en su conocida sede de la capital donostiarra. Se deduce así que Louise Ransinangue, modista de origen francés, habría decidido cesar su actividad estable en San Sebastián para trasladarla a Madrid donde se hallaban sus clientas más importantes. Nuevamente, los archivos de la familia real, y más concretamente la documentación relativa al caudal privado de la reina María Cristina, nos informan sobre la actividad de la casa Louise Ransinangue en Madrid. Las facturas emitidas a la soberana en 1922 confirman que, desde su establecimiento en Madrid, Louise Ransinangue se había asegurado una posición destacada como proveedora oficial de la casa real[207]. Asimismo, las mencionadas facturas revelan que la modista se anunciaba como "sucesora de Blanche Larue", la célebre modista tras la Maison Larue que habría traspasado su negocio tras retirarse en torno a 1920.

El rastro de la Maison Larue se pierde en la prensa biarrota en los últimos meses de 1920. Durante la Primera Guerra Mundial Maurice Larue jugó un papel activo en la vida política y social de Biarritz, mostrando su preocupación por el futuro de la estación balnearia y las iniciativas que desde las instituciones públicas impulsaran por promover su desarrollo económico y atractivo turístico a pesar de la situación bélica[208]. También se implicó en diversas acciones para contribuir al esfuerzo de guerra liderado por la municipalidad de Biarritz. Así, en agosto de 1916, Maurice Larue donaba una de sus pinturas, "Lilas en un jarrón, que, con su magnífico marco, constituye una obra de arte muy decorativa"[209] para ser sorteado en una tómbola cuya recaudación sería aportada al ayuntamiento para las obras de guerra. Al tiempo que la obra era expuesta en el escaparate de la Maison Larue en la place de la Mairie, se emitieron 700 billetes a 50 céntimos cada uno logrando una recaudación total de 350 francos que fueron entregados en mano al alcalde de Biarritz[210]. En el transcurso de 1919 y hasta marzo de 1920 la Maison Larue se anunciaba regularmente en la prensa bordelesa y biarrota buscando costureras, sastras y corseteras, prometiendo buenos salarios y trabajo garantizado durante todo

[207] Archivo General de Palacio, Administración General Real Casa, Caudal Privado de la reina Mª Cristina, Cª 16336 Exp. 2.
[208] En junio de 1916 la prensa biarrota publicaba la correspondencia entre Maurice Larue y el alcalde de la localidad, Pierre Forsans, en torno a las gestiones de este último ante el Ministerio de Salud para liberar los hoteles de Biarritz que habían sido convertidos en hospitales y recuperar su actividad como centros de ocio. El alcalde también se comprometía en su misiva a Maurice Larue a trabajar por facilitar la comunicación y la circulación entre Biarritz y España. En, "Pour la vie economique", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 29 de junio de 1915.
[209] "Tombola de Bienfaisance", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 13 de agosto de 1916.
[210] "Pour les œuvres de guerre", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 17 de octubre de 1916.

el año[211], prueba de la buena marcha de la empresa, también al término de la contienda. En noviembre de 1920 una última noticia en *La Gazette de Biarritz* daba cuenta de una exposición de retratos a lápiz de la joven Marthe Antoine Gérardin que se mostraba en los escaparates de diversos establecimientos de Biarritz, entre los que se encontraba la Maison Larue.

Tras el traspaso del negocio de los Larue a Louise Ransinangue esta pudo ampliar su ya notable clientela en Madrid asegurándose una importante cobertura mediática sobre su casa en la calle Jorge Juan. Así en abril de 1920 la conocida periodista de moda María de Munarriz, más conocida como "Mar de Mun", le dedicada en su crónica de moda para el diario madrileño *La Correspondencia de España* las siguientes líneas:

> Constantemente nos llegan de París modelos y más modelos, que afirman más la impresión y el juicio que pudimos formar acerca de la moda para este verano. Visitando detenidamente las colecciones de las casas de Madrid, de las casas principales, puede emitir su juicio y orientarse acerca de la moda mejor que con una visita a París […] Estas colecciones madrileñas tienen su encanto imprevisto; en París una colección indica un estilo; cada gran casa tiene su estilo marcado, inconfundible; en cambio aquí, al reunir los modelos de las distintas primeras casas de París, forman una torre de Babel desconcertante y atractiva, como sucede por ejemplo, en la completísima de madame Ransinangue, donde en amable vecindad se saludan el suntuoso vestido de "wortz"[212], el original y perverso de Cheruit, con el ingenioso, puro y virginal de Chanel.[213]

La Maison Lewis: la instalación de la primera gran casa parisina

Tras la iniciativa de los profesionales locales, y después del establecimiento de sucursales de empresas procedentes de otras ciudades de la región, se sucedieron en Biarritz las primeras aperturas de conocidas casas de París que ya contaban con una sólida reputación tanto en la capital francesa como en el panorama internacional. Sus sucursales podrían así seguir proveyendo a su habitual clientela de París, pero también atraer a una nueva entre la cosmopolita colonia veraniega que se daba cita en Biarritz y la Costa Vasca. Una de las primeras

[211] *La France de Bordeaux et du Sud-Ouest*, 1 de septiembre de 1919 y 8 de octubre de 1919 ; *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 8 y 9 de octubre de 1919; *La Petite Gironde*, 15 y 24 de marzo de 1920.
[212] La cronista se refiere a la casa Worth de París, reproduciendo con ironía la pronunciación francesa del nombre del fundador británico de la casa, Charles Worth.
[213] María de Munarriz, "Su Majestad la Moda", *La Correspondencia de España*, 2 de abril de 1920.

casas que se decidió a probar suerte con un negocio estable en la estación balnearia vasca fue la célebre Maison Lewis.

La Maison Lewis fue una casa dedicada al diseño y a la venta de sombreros fundada por Monsieur Lewis en 1890 y establecida en el número 18 de la rue Royale de París. El talento creativo y la habilidad comercial de Lewis hizo que su nuevo establecimiento pronto se situara como uno de los más destacados proveedores de las principales cortes europeas, así como de algunas de las más célebres artistas del momento, como Liane de Pougy, la Bella Otero o Sarah Bernhardt. Asimismo, la empresa hizo gala de una dinámica política de expansión a solo unos años de su apertura. Ya en 1896 Lewis se decidía a presentar en los salones del Hôtel des Palmiers de Montecarlo sus últimas creaciones, entre enero y marzo, durante la temporada alta de dicha ciudad balneario[214]. El rotundo éxito de la experiencia hizo no solo que la repitiera en años posteriores[215], sino que en 1899 se lanzara a abrir una sucursal estable en el Grand Hôtel de Monte-Carlo, en salones decorados por el propio Lewis en un opulento estilo Luis XVI que inspiraba también sus creaciones[216]. También en 1899, el ya celebrado *modiste* organizó una gira por Inglaterra de la cual la prensa parisina se hizo eco juzgándola de triunfal.[217] Su éxito animó a Lewis a abrir nuevas sucursales en Ostende (en el número 31 de la Rampe de Flandre) y en Londres (en el número 30 de Davies Street en Barkeley Square), lo que suscitó el interés de la compañía británica Louise and Co. Ltd. por adquirir la Maison Lewis a finales de 1903. Tal y como informaba el diario británico *The Westminster Gazette*, la compra atañía a las casas de París y Montecarlo, incluyendo todos los efectos de ambos salones y sus respectivos alquileres, así como el alquiler de un local en Biarritz por el que Monsieur Lewis se había ya comprometido con el objeto abrir allí una nueva sucursal[218]. La noticia se refería del mismo modo a los beneficios de la Maison Lewis que en el momento de la oferta de compra ascendían a £8.000 al año[219].

Así, sabemos que antes de diciembre de 1903 Lewis ya planeaba abrir una sucursal en Biarritz, donde muchas de sus habituales clientas eran asiduas visitantes. Ya en septiembre de 1903 el diario *Le Journal* apuntaba que "de vuelta de Biarritz, las bellas clientas de Lewis han corrido

[214] *Gentlewoman*, 1 de febrero de 1896.
[215] *Gil Blas*, 1 de febrero de 1897; *Le Journal*, 21 de enero de 1898.
[216] "La Saison", *Le Journal*, 9 de enero de 1899.
[217] *Gil Blas*, 10 de julio de 1899.
[218] "Louise meeting. Particulars of the business to be aquired, the proposal carried", *The Westminster Gazette*, 1 de diciembre de 1903.
[219] "Louise meeting".

a la casa del maestro predilecto"[220], por lo que es probable que su decisión de abrir en Biarritz respondiera a la creciente demanda de dichas clientas. Un artículo de la revista de moda *Le Figaro Modes,* publicado en 1904 con ocasión de la apertura de los nuevos salones de Lewis en Montecarlo, resumía la lógica detrás de la novedosa política de expansión de algunas relevantes casas de moda de París. La cronista se refería a las clientas del *modiste* afirmando que "una vez que se marchan de París, solo están satisfechas mientras puedan continuar acudiendo a Lewis, su preferido y su favorito. Es así – gracias a los magos como Lewis – cómo la vida en la *côte d'Azur* sigue siendo una prolongación de la existencia febril y supremamente elegante de nuestras bellas Parisinas en París. Transportadas a Montecarlo y a Niza, no encuentran apenas cambios en sus hábitos, en sus preferencias…El gusto parisino les sigue… no es cuestión baladí estar siempre bella y adornada su agrado"[221].

Tras la venta a la mencionada Louise and Co., Ltd., la Maison Lewis abría su esperada sucursal en Biarritz en agosto de 1904. La prensa parisina se hizo eco del acontecimiento, mientras que la prensa biarrota lo celebraba con entusiasmo interpretándolo como un síntoma del florecimiento y de la excelencia del comercio en la localidad labortana. Así, el corresponsal del diario *Le Figaro* informaba de la apertura de "una casa de extraordinaria elegancia, donde [Lewis] ha reunido sus últimas creaciones entre las que admiramos sombreros verdaderamente exquisitos", y le auguraba el mismo éxito que sus casas de París, de Montecarlo y de Londres. Días antes, bajo el título "La moda en Biarritz", *La Gazette de Biarritz* se expresaba en los siguientes términos:

> Es innegable, que el movimiento *ultrachic* se acentúa cada año, en Biarritz. Encontramos una prueba evidente en el hecho de que las casas más destacadas de la capital tienen un gran interés en abrir sucursales en nuestra villa.
>
> Ayer mismo, Lewis, el Lewis de todas las elegancias y de todas las elegantes, abría sus salones biarrotas a las deslumbradas mundanas. Y fue un verdadero placer visitar por primera vez este palacio del sombrero. Pues el viejo y vasto local que ocupó durante tanto tiempo la reputada casa Raulet-Simon ha sido completamente transformado por Lewis. Hoy es un delicioso nido de coquetería, todo en estilo Luis XV y tan delicadamente blanco que podría decirse, tanto a la luz del día como bajo la luz eléctrica,

[220] *Le Journal*, 28 de septiembre de 1903.
[221] "La Maison Lewis sur la côte d'Azur", *Le Figaro Modes*, 15 de febrero de 1904.

que se trata de una bella evocación del Petit-Trianon en el tiempo en el que florecía la belleza de María Antonieta.[222]

Tras una detallada descripción del mobiliario de la nueva sede de Lewis en Biarritz, la crónica nos habla de la colección de retratos de celebridades de la época que Monsieur Lewis mostraba orgulloso sobre los muros y el mobiliario del establecimiento: "Sarah Bernhardt, Réjane, J. Sorel, Otero, baronne de Kapry, belle Livinsgtone, Florence St-John, Ruth Lambert, Mrs. Langtry, Dora Parnez, etc."[223], fotografías dedicadas en agradecimiento por sus servicios y por su colaboración al *modiste* parisino del momento. Una vez más, el éxito de esta nueva empresa fue rotundo.

La casa Raulet-Simon a la que el cronista hace referencia fue una casa de novedades local con venta de confecciones de moda y de la que lamentablemente hemos encontrado escaso rastro documental. Sabemos que gozó de un considerable éxito pues entre 1886 y 1890 Mamade Raulet-Simon se anunció en la prensa de Madrid donde presentaba sus novedades en noviembre o en abril, siempre después de la temporada en Biarritz[224]. Los primeros anuncios revelan tan solo una simple comunicación a sus clientas de su llegada a la capital, mientras que a partir de 1889 se añade asimismo su dirección en Madrid, en el número 4 de la calle del Carmen. En 1889 un anuncio en el diario bordelés *La Petite Gironde* nos informa que la casa buscaba en Burdeos "un empleado [de almacén de] novedades conocedor de la venta de trajes, confecciones, exposición [de artículos a la venta]. Alimentado y 80 fr. al mes. Raulet-Simon, Biarritz"[225]. Es probable que estas primeras empresas de moda se vieran obligadas a buscar a sus empleados en otras ciudades cercanas ante la falta de personal especializado en la propia Biarritz. Como hemos visto dicha situación cambiaría dramáticamente en pocos años. Una guía ilustrada de Biarritz incluye a la casa Raulet-Simon en la sección de "confecciones para damas y niños", sita en el número 1 de la place Bellevue. Asimismo, Madam Raulet-Simon sigue activa en 1902 junto a Madame Vallet y otras conocidas modistas biarrotas como Madame Lalanne, Madame Cadeau o Madame Léguillox[226]. Así, para su apertura en Biarritz Lewis

[222] "La mode à Biarritz", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 12 de agosto de 1904.
[223] "La mode à Biarritz".
[224] *La Correspondencia de España*, 5 de noviembre de 1886; 14 de noviembre de 1888; 20 de noviembre de 1889; 15 de abril de 1890.
[225] *Le Petite Gironde*, 6 de agosto de 1889.
[226] *Annuaire administratif, judiciaire et industriel du département des Basses-Pyrénnées pour l'année 1902* (Pau: A. Foltzer, 1902), 387.

eligió un establecimiento con una larga historia en el comercio de la moda local y que constituía una importante referencia para la elegante clientela de la colonia veraniega.

La Maison Lewis se situó rápidamente como un creador fundamental para la vida en Biarritz. Según *L'Echo de Paris*:

> Por la tarde, en Biarritz, todas las grandes damas, las elegantes mundanas, las actrices de renombre se apresuran a ir a los salones de Lewis, nuestro real *modiste*, para disputarse sus últimas creaciones; al anochecer se encuentran de nuevo triunfantes sobre la terraza del Casino de Bellevue, maravilla única en el mundo.[227]

Un año después, una crónica del diario *Gil Blas* sobre la gran gala organizada en el Casino municipal de Biarritz en septiembre de 1905, se refería al aristocrático público subrayando que "hemos admirado mucho a la mayoría de nuestras elegantes todas ellas con sombreros de Lewis, que en este momento revoluciona Biarritz"[228].

La Maison Lewis tuvo una larga vida en Biarritz y, bajo la dirección de Madame Constance Lelièvre[229], se erigió en un referente ineludible para la colonia veraniega en la localidad biarrota y también en San Sebastián. La hemeroteca nos da buena muestra de la importancia de la sucursal de Biarritz entre marzo y octubre de cada año gracias a los innumerables anuncios que Lewis publicó sistemáticamente entre su apertura en 1904 y su cierre definitivo en 1933. A partir de 1916, y en el contexto de la situación bélica, Lewis comenzó también a anunciarse en la prensa donostiarra, junto con otros homólogos pioneros procedentes de París, como la casa Callot Sœurs (esta histórica casa parisina publicaría numerosos anuncios en la prensa de San Sebastián desde la apertura de su sucursal biarrota en septiembre de 1915). Así, en el breve texto publicado en el diario *La Voz de Guipúzcoa* el 13 de septiembre de 1916, la casa Lewis informada de que "Monsieur Lewis, el gran *modiste* de París, tiene el honor de notificar a las damas elegantes que se halla en su casa de Biarritz con una selección de sus últimas novedades de sombreros de mañana de tarde [y] de noche y de sombreros de Sport, así como una gran selección de pieles absolutamente novedosas. Recibe diariamente de París envíos de sus nuevos

[227] *L'Echo de Paris*, 8 de septiembre de 1904.
[228] *Gil Blas*, 15 de septiembre de 1905.
[229] La "gerente de la Maison Lewis" es citada en la prensa biarrota con motivo de la concesión de la cruz de guerra a su hijo, Pierre Lelièvre, herido en combate, en, *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 24 de julio de 1918.

modelos"[230]. Anuncios similares se sucedieron en el mismo diario en septiembre de 1917. En marzo del mismo año Lewis había reabierto sus salones del número 7 de la place de la Mairie de Biarritz tras una importante reforma y ampliación del establecimiento[231], prueba de la buena marcha de la empresa en este periodo. La importancia de la clientela española sería una constante, lo que hizo que la casa garantizara siempre la presencia de personal que hablara español en su establecimiento[232].

Lewis continuó siendo proveedor de numerosas casas reales entre la que destaca la casa real española. En esta ocasión es la comunicación de la casa real la que nos informa sobre su fidelidad a la reputada casa y su forma de proceder con respecto a sus adquisiciones de moda. El 30 de septiembre de 1926, durante la estancia de la familia real en el Palacio de Miramar de San Sebastián, el inspector de oficios de la casa real enviaba un despacho telegráfico al administrador de aduanas de Irún previniéndole de que "representante de la casa Lewies [sic] llegará mañana a Irún tren cincuenta y tres para enseñar en ésta modelos S.M. la reina regresando por la tarde à Francia con ellos. Le ruego dé facilidades en la frontera"[233]. Este proceder se repetiría con diversas casas establecidas en Biarritz en el transcurso de la década de 1920, como la casa Worth.

Tras el éxito de Lewis llegaron otras grandes casas de alta costura parisina, como la casa Béchoff-David en 1906 y la histórica casa Redfern, ante la expectación y el entusiasmo de la sociedad biarrota. En septiembre de 1907 *La Gazette de Biarritz* hacía el siguiente anuncio: "durante unos días más, la casa Redfern expone sus últimos modelos en uno de los salones del Grand Hôtel de Biarritz. Todas nuestras elegantes mundanas querrán ver estas lujosas novedades donde el buen gusto compite con la riqueza"[234].

1.4. La Costa Vasca y el desarrollo de la moda *sport*

No existen referencias a los modelos que la casa Redfnern expuso en los salones del hotel biarrota en la temporada de 1907, por lo que no es difícil discernir si la "riqueza" a la que alude el cronista del diario biarrota se refiere al grado de decoración de los modelos, a la calidad de los tejidos utilizados, o al precio adjudicado a casa uno de ellos. Lo cierto es que, desde su

[230] "Mezclilla", *La Voz de Guipúzcoa*, 13 de septiembre de 1916.
[231] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 21 de marzo de 1917.
[232] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 24 de julio de 1918.
[233] Archivo General de Palacio, Administración General Real Casa, Telegramas y notas, RA13 Caja 15.496.
[234] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 28 de septiembre de 1907.

fundación por el británico John Redfern en 1847, la casa Redfern se había caracterizado por la innovación técnica y la sobriedad de sus modelos, adaptados tanto a la vida urbana como a la práctica de los deportes y las actividades al aire libre. Redfern nació en la Isla de Wight entre 1819 y 1820 y fue testigo del desarrollo de su capital, Cowes, como importante estación balnearia en la segunda mitad del siglo XIX. Su comprensión de las nuevas necesidades sartoriales de las mujeres le llevaron a adaptar las tradicionales técnicas de la sastrería masculina al guardarropa femenino a finales del siglo XIX. Tanto el inédito trabajo de John Redfern como la vida en las estaciones balnearias jugaron un papel fundamental en la emergencia de lo que se conocería como la moda *sport*.

1.4.1. La apropiación del guardarropa masculino

Históricamente las mujeres habían recurrido a algunas de las prendas más confortables del atuendo masculino para poder practicar determinadas actividades físicas con la holgura y libertad que requerían. Uno de los exponentes más relevantes de esta apropiación fue el del traje de montar a caballo, cuyo uso por las mujeres se remonta al siglo XVII[235]. Esta primera incursión en terreno sartorial masculino consistía en la adopción y adaptación al cuerpo de la mujer de las prendas superiores utilizadas habitualmente por los hombres para montar o viajar a caballo, como el sobretodo, la casaca y el sombrero, al tiempo que la falda permanecía como símbolo irrevocable de feminidad, junto con una forma diferenciada de sentarse sobre el caballo. En el transcurso del siglo XVIII se produjo así la codificación del traje de amazona, basado en la indumentaria masculina e inicialmente concebido para la práctica de actividades deportivas concretas, como la equitación y la caza. El traje de montar pronto adquirió un uso más extendido debido a su comodidad, versatilidad y resistencia, características todas ellas que hacían de dicho traje el atuendo idóneo tanto para el desarrollo de otras actividades al aire libre como para los largos y rigurosos viajes de la época realizados a caballo o en carruaje.

La adopción de esta tipología de traje en las décadas que precedieron a la Revolución francesa se debió no solo a su indiscutible funcionalidad, sino a la emergencia de un nuevo clima intelectual que favorecía la informalidad y la naturalidad en el vestir, frente al ostensible artificio que caracterizaban los rígidos vestidos de corte. Se trataba en definitiva de regresar a la supuesta simplicidad de la vida en el campo, protagonizada por la aristocracia inglesa y

[235] Jean R. Druesedow, "Aside and Astride. A History of Ladies' Riding Apparel", en Alexander Mackay-Smith, Jean R. Druesedow y Thomas Ryder, *Man and the Horse. An Illustrated History of Equestrian Apparel* (Nueva York: Metropolitan Museum of Art, 1984), 59-69.

ensalzada en el trabajo de los filósofos franceses[236]. Fue en este ambiente propicio que las mujeres gozaron de una nueva libertad a través de la adopción de prendas tradicionalmente asignadas al guardarropa masculino. Al traje de montar compuesto por casaca y falda se unieron otros accesorios como botas y zapatos planos, sombreros, bastones, corbatas y relojes de bolsillo que modificaron tanto el aspecto como el modo de caminar y moverse de las mujeres de la época. Asimismo, el *riding coat*, un amplio capote de montar de grandes solapas y cuello-capa, utilizado por viajeros y cocheros en Inglaterra, fue rebautizado en Francia como el *Redingote* y transformado en prenda indispensable del guardarropa femenino en la década de 1780[237]. Muchos contemporáneos interpretaron esta apropiación de prendas masculinas como un síntoma de la progresiva incorporación y reconocimiento de las mujeres en el ámbito intelectual[238]. En cualquier caso, la austeridad del traje inglés pronto se convirtió en tendencia ineludible, tanto para intelectuales y viajeras como para aquellas mujeres que paseaban por el Palais Royal de París exhibiendo sus nuevos modelos a la inglesa.

El siglo XIX fue testigo de las profundas transformaciones provocadas por la Revolución Industrial y la emergencia de una nueva sociedad caracterizada por las grandes urbes y agitada por la inusitada aceleración de todos los aspectos de la vida cotidiana. Esta nueva sociedad industrial se caracterizaría por una clara demarcación entre el ámbito privado y el espacio público, por la inédita división entre los conceptos de trabajo y ocio, así como por una obsesiva compartimentación de la vida burguesa. Esta revolución de las costumbres y de la experiencia cotidiana tendría importantes reverberaciones en la moda, que se convertía en un medio para la expresión de los valores de la modernidad. La adaptación del vestido femenino al dinamismo de la vida moderna fue a la zaga del masculino en el largo transcurrir del siglo, concretándose en la interpretación femenina del traje sastre, a partir de la década de 1870.

1.4.2. El ocio y los orígenes del traje sastre

El nacimiento y adopción de lo que conocemos como el traje sastre femenino está íntimamente relacionado con el desarrollo del turismo y con la vida en las estaciones balnearias. La mayoría de los protagonistas del nuevo fenómeno turístico aspiraban a reproducir fielmente, en sus respectivos lugares de destino, la vida social y los códigos sartoriales que regían sus vidas en

[236] Aileen Ribeiro, *Dress in Eighteenth-Century Europe* (New Haven y Londres: Yale University Press, 2002), 212.
[237] *Cabinet Des Modes*, 19eme Cahier, 15 de agosto de 1786, 149-151.
[238] *Cabinet Des Modes*, 150.

las grandes urbes de las que procedían. Sin embargo, la introducción de nuevos hábitos y la práctica de actividades inéditas en las estaciones balnearias exigía la adaptación de su extenso guardarropa urbano.

El viaje constituía el primer paso de la experiencia de ocio en los destinos turísticos de moda, entre los que destacaban las ciudades balneario. A finales del siglo XIX lo habitual era que los traslados se realizaran en ferrocarril, combinándolos con los viajes en automóvil a partir de 1900. Las circunstancias excepcionales que caracterizaban tales desplazamientos llamaban a un atuendo cómodo y resistente, tal y como detallaban los numerosos artículos que aconsejaban al respecto en las publicaciones femeninas de la época. Una cronista anónima escribía en *Le Figaro* de agosto de 1905 que "la elección del vestido que resistirá las fatigas del camino y que será cómodo, esta elección es muy importante"[239]. Por ello, proseguía, "nada debe obstaculizar de ninguna manera sus movimientos y no se debe tener miedo al polvo ni a la lluvia, y el vestido también debe tener suficiente estilo como para poder moverse en una ciudad [durante el tiempo] entre dos trenes"[240]. Los delicados encajes, sedas y pasamanerías de los vestidos que caracterizaban la moda de la época, así como la rigidez de la deseada silueta del momento, estaban en las antípodas de garantizar los requisitos que la indumentaria de viaje exigía, por lo que las mujeres debían de hacerse con una alternativa que les permitiera viajar cómodamente, sin por ello renunciar al estilo. Más allá del viaje, que fue considerado por muchos una nueva actividad física, se produjo a finales del siglo XIX y principios del siglo XX una notable evolución del deporte femenino. Además de la equitación, el tiro con arco o el croquet, comunes entre las mujeres a lo largo del siglo XIX, éstas se incorporaron en el cambio de siglo a otros deportes como el tenis, el golf, el hockey o el criquet, deportes que, muy frecuentemente, practicaban en los lugares de veraneo a la moda. Al igual que en los viajes, la actividad deportiva requería de la utilización de prendas cómodas, resistentes y ligeras que garantizaran la libertad de movimiento.

Una crónica escrita desde Biarritz para el diario político francés *Journal des débats politiques et littéraires* en septiembre de 1893 resumía el programa de una jornada en la Costa Vasca, incidiendo especialmente en el atuendo adecuado que se imponía para cada ocasión[241]. Integrado en la sección de "notas mundanas", el artículo comenzaba por celebrar la animación

[239] "Le choix d'une robe de voyage", *Le Figaro Modes*, 15 de agosto de 1905, 23.
[240] "Le choix d'une robede voyage", 23.
[241] "Notes mondaines. En province", *Journal des débats politiques et litteraires*, 17 de septiembre de 1893, 2.

que caracterizaba la temporada de 1893. Tras la caída del Segundo Imperio y el exilio de la familia imperial, Biarritz había perdido una parte importante de la colonia aristocrática que había promovido el desarrollo de la localidad labortana como estación balnearia de lujo. Sin embargo, la estación habría recuperado ese año "el brillo y la elegancia de antaño". La cronista atribuía dicho renacimiento a la estancia de numerosas "cabezas coronadas, princesas, duquesas, embajadores, [y] hombres de letras ilustres", y citaba particularmente la presencia de "S.A.I. el gran duque Alexis, de S.S.A.A. el duque y la duquesa de Leuchtenberg y del príncipe y la princesa Kotchoubey"[242]. La anónima corresponsal proseguía afirmando que, "la vida que llevamos en Biarritz es tan agitada como durante los mejores meses de la temporada parisina. Es París, en una palabra, transportado por la varita mágica de un hada en medio de un sitio encantador"[243]. Una de las prácticas que caracterizaban la vida en Biarritz y que la distinguían fundamentalmente de la jornada parisina era el momento de baño, con sus lógicas consecuencias en lo que a indumentaria se refiere. Sin embargo, algunas mujeres, como la cronista que referimos, convertían este saludable ritual en una nueva ocasión para la exposición sartorial.

> Por la mañana, cita en el Port Vieux. Venimos a ver bañarse y también a exhibir estos trajes que difícilmente podemos creer que estén destinados a ser sumergidos en la amarga onda. Todavía es el momento de los exquisitos vestidos de muselina rosa, azul celeste y, sobre todo, blanca. Une excelente orquesta situada sobre una terraza mezcla sus armoniosos acordes con el chapoteo de las olas.[244]

Tras el baño matutino, la jornada proseguía a mediodía con el almuerzo en el Hôtel d'Angleterre, en el hotel del Casino, o en el Grand Hôtel, "muy deseado por su veranda". Tras la pausa para comer, a las dos de la tarde se imponía un paseo, por la avenida, a caballo o en carruaje. La cronista parecía inclinarse por la última opción, describiendo diferentes excursiones posibles a San Juan de Luz, Bayona o Fuenterrabía. Tras el recorrido,

> A las cuatro, volvemos precipitadamente y nos cambiamos igual de rápidamente el traje de paño azul, de corte Redfern, por un vestido más elegante: hay que ir a hacer las visitas. Pues, en Biarritz, tenemos la dulce obligación de hacer visitas, siempre como en

[242] "Notes mondaines. En province", *Journal des débats politiques*, 2.
[243] "Notes mondaines. En province", 2.
[244] "Notes mondaines. En province", 2.

> París. También, apenas terminadas las visitas, es necesario volver al hotel para ponerse un cuarto vestido. Afortunadamente, es el último... Este – generalmente de seda clara con [bordado de] ramos de flores o en muselina guarnecida con encajes – es tan lujoso como sea posible. Las mujeres más elegantes pueden, vestidas así, ir por la noche al Casino o a las villas.[245]

Así, ataviadas con el cuarto vestido del día, las visitantes de Biarritz y sus acompañantes disfrutarían de una velada en la terraza del Casino "que domina el mar" y donde la orquesta entretenía a los bañistas que se paseaban esperando la hora del baile. Según la cronista, la noche podía aún prolongarse, con ocasión de los bailes y cotillones que el Casino organizaba tres veces por semana: "los bailes más elegantes, donde las mujeres y las jóvenes aparecen con grandes sombreros que no hacen sino ensalzar su belleza."[246] Sin embargo, la corresponsal matizaba su relato afirmando que no todas las personas instaladas en Biarritz "o en la ruta de Bayona" llevaban una vida social tan intensa, "por no decir agotadora". Entre ellas, se refería a la reina Natalia de Serbia, quien "instalada en su suntuoso dominio de Castel-Biarritz, lleva una vida muy sedentaria"; o el embajador de España en Francia, Fernando León y Castillo, y su esposa, María Mercedes Retortillo y Díez, a quienes "vemos poco"; y al marqués y a la marquesa de La Torre, "quienes raramente vienen al mar", "y viven en su bello chalet d'Anglais"[247].

Esta crónica da buena muestra de la importancia y del grado de sofisticación que los visitantes de Biarritz conferían a su atuendo durante sus estancias en la Costa Vasca. Sin embargo, se observa que, a los habituales vestidos de mañana, conjuntos de tarde y vestidos de noche, se añadía un modelo de paseo que la cronista identificó como un traje "de corte Redfern"; se trataba muy probablemente de una primera versión del traje sastre femenino, especialmente apropiado para las actividades de ocio en general y las deportivas en particular, y cuyo uso comenzaba a integrarse también en el guardarropa urbano.

Aunque resulta casi siempre simplista adjudicar la autoría de una nueva línea o una tendencia novedosa a un único creador de moda, todo apunta a que fue, en gran medida, la casa inglesa John Redfern la responsable de convertir el llamado traje sastre femenino en un atuendo de

[245] "Notes mondaines. En province", 2.
[246] "Notes mondaines. En province", 2.
[247] "Notes mondaines. En province", 2.

moda. John Redfern fundó su primer establecimiento de tejidos en la británica Isla de Wight, en 1847. Aunque podría parecer un lugar poco idóneo para cualquier actividad relacionada con la moda, Redfern fue testigo directo del desarrollo de Cowes como una estación turística de lujo, promovida por la casa real británica. Desde que la reina Victoria decidiera construir allí su residencia de verano, Osborne House, en 1847, Cowes se convirtió en un lugar de referencia para la sociedad aristocrática británica y europea de finales del siglo XIX. En la década de 1870 la localidad vivió una nueva transformación como destino preferido de aficionados de los deportes náuticos atraídos por la regata anual que, patrocinada por la casa real, se organizaba en la isla a finales de agosto desde 1826. La participación en las competiciones del príncipe y la princesa de Gales, Eduardo de Inglaterra y Alejandra de Dinamarca, no hacía sino incrementar el atractivo del evento para los aristócratas regatistas europeos y los aficionados norteamericanos. Redfern, proveedor de la familia real y la corte, se introdujo progresivamente en la confección de prendas femeninas deportivas; varias fotografías de principios de los años 1870 muestran a la princesa Alejandra vestida con traje de sarga azul ribeteado en blanco y gorra de marinero realizados para ella por la casa Redfern[248]. Ya en 1874 John Redfern and Sons se anunciada en las revistas femeninas más importantes del Reino Unido, como *The Queen*, como una casa especializada en trajes de *yatching*, de viaje y de paseo. La creciente presencia de mujeres en la práctica y la competición deportiva provocó así la conceptualización de un nuevo tipo de traje que tomaba como base el traje de amazona, en uso desde el siglo XVII. El término "traje sastre" se refiere a un tipo de atuendo confeccionado para mujeres por hombres sastres (en lugar de mujeres modistas), basándose en los principios de corte y confección tradicionalmente aplicados para los trajes masculinos, utilizando tejidos también similares. Tal y como afirma Susan North en su estudio sobre la casa Redfern, aunque otros sastres en la Isla de Wight confeccionaron también modelos específicamente diseñados para la práctica de deportes náuticos, fue John Redfern quien convirtió el traje sastre en un atuendo de moda[249]. La princesa Alejandra jugó un papel fundamental en este proceso en la década de 1880, haciendo numerosas apariciones públicas vestida con los trajes realizados por Redfern y validando su uso, no solo como un atuendo específico para los deportes y otro tipo de actividades de ocio, sino también como elegante y *fashionable* vestido de día[250]. Otras mujeres de las casas reales y la aristocracia europeas pronto siguieron su ejemplo. Desde su base en Cowes, la casa Redfern gozó de un gran éxito a finales del siglo XIX y la primera década del

[248] Valerie Cummings, *Royal Dress* (Londres: B.T. Batsford, 1989), 131, ilustración 75.
[249] Susan North, "John Redferns and Sons, 1847 to 1892", *Costume*, vol. 2 (2008): 145-168.
[250] North, "John Redferns and Sons, 1847 to 1892", 147.

siglo XX, abriendo sucursales en Londres (1879), París (1881) y Nueva York (1884), así como en los principales centros náuticas estadounidenses, como Newport (1885) y Saragota Springs (1885), una estación turística de moda en el estado de Nueva York[251].

Entre las innovaciones sartoriales de Redfern destacó por la introducción de chaquetas y blusas como prendas intercambiables y fácilmente combinables, diferenciadas de la falda. Igualmente influyente fue su utilización del *jersey*, un tejido de punto ligero y elástico, apreciado por su estilo y practicidad[252]. En agosto de 1880, la revista *The Queen* publicaba una reseña sobre la moda en las estaciones balnearias francesas: "para *lawn tennis* tanto las mujeres inglesas como las francesas visten punto… las damas más jóvenes visten faldas de *jersey* y de sarga blanca y nunca olvidan seguir la moda establecida por la princesa de Gales…"[253]. A pesar de las numerosas visitas que Eduardo del Reino Unido realizó a Biarritz y del afecto que el rey desarrolló en los últimos años de vida por el País Vasco, Alejandra no llegó a conocer la Costa Vasca. Sin embargo, la fuerte presencia de la aristocracia británica en la estación aseguró la llegada a Biarritz y al litoral vasco de las últimas creaciones de Redfern y de la sastrería inglesa femenina. Además de los números residentes británicos que acudían a Biarritz en los meses de otoño e invierno, un acontecimiento fue especialmente celebrado por dicha colonia a finales del siglo XIX.

En marzo de 1889, la reina Victoria visitó Biarritz acompañada del personal de la casa real, así como de su hija menor la princesa Beatriz y el marido de ésta, Enrique, príncipe de Battemberg. Recibida en su residencia por el conde de Rochefoucauld entre el 7 de marzo y el 2 de abril, la soberana tuvo ocasión durante su estancia de conocer el País Vasco, y de pintar sus paisajes; descubrir las danzas tradicionales vascas y el juego de pelota, asistiendo a un partido de los equipos de Hasparren y Sara; visitar la casa donde residió Wellington en San Juan de Luz y rendir homenaje a los británicos caídos en Bayona en 1814; visitar la capilla de la antigua residencia imperial; y pasear por las calles de Biarritz con su hijo y su nuera, acompañada por sus damas por compañía, Lady Churchill y Harriet Phipps, junto con la princesa Frederica de Hanover y su esposo el barón Pawel-Rammingen, el duque y la duquesa de Rutland, Lord y Lady Lytton, guiados todos ellos por el vice-cónsul británico Edmund Bellairs y su esposa, así como por el alcalde de Biarritz, Alcide Augey.

[251] North, "John Redferns and Sons, 1847 to 1892", 152-153.
[252] North, "John Redferns and Sons, 1847 to 1892", 153-155.
[253] *The Queen*, 14 de agosto de 1880, 141.

Durante el mes en el que la reina Victoria y el contingente de sesenta personas[254] que viajaron con ella se alojaron en Biarritz, los residentes de la localidad tuvieron ocasión de relacionarse con los miembros de la ilustre delegación. Pascual Millán nos habla en su libro sobre Biarritz del célebre comercio biarrota, Le Dépôt Anglais, un colmado especializado en la importación de productos británicos regido por el señor Urthubide. Según Millán, allí se surtían "diariamente *misters* y *misses* á hacer personalmente sus provisiones", y contaba además con la confianza de una ilustre clienta:

> Cuando la soberana de Inglaterra pasó en Biarritz unos cuantos meses [sic], en el año 1889, instalada en eel Chalet de La Rochefoucauld, hizo comprar todos los artículos de comer, beber y arder en el indicado establecimiento, y tan prendada quedó de él su Graciosa Magestad, que agració al dueño Mr. Uthurbide con el título de proveedor de la Real Casa Inglesa. Y ese diploma de la reina cuidadosa mente *encadré* lo tiene Mr. Uthurbide en el sitio preferente de la tienda y no lo cambiaría por una roseta de la Legión de Honor.

Además de convertirse en clientela de excepción, los biarrots tuvieron ocasión de observar los hábitos, modos y sus modas de los nuevos residentes ingleses, figurando muy probablemente, entre las últimas, las creaciones de John Redfern. Al igual que la princesa Alejandra, la princesa Beatriz pronto se convirtió en una asidua clienta de la casa Redfern; tras el matrimonio de Beatriz con Enrique de Battemberg en la Isla de Wight en julio de 1885, John Redfnern confeccionó los vestidos del ajuar de boda de la princesa[255]. Aunque no disponemos de información precisa sobre los modelos que Beatriz vistió durante su estancia en Biarritz, los paseos por el campo, las excursiones y las mañanas en los comercios del centro exigían el uso del práctico y elegante traje sastre. Tanto los sastres de Old England como los de Orossen tomarían buena nota de las últimas tendencias que provocaron la integración en sus comercios de una sección dirigida a las confecciones para mujeres. El 18 de marzo de 1890 se celebró en Biarritz la boda de Eugénie Miarritze Bellairs, hija del vice-cónsul de Biarritz, con Lord Randal Pilgrim Ralph Plunkett, XIV barón de Louth, El padre de la novia, Edmund Hooke William Bellairs, fue una de las personalidades más carismáticas de Biarritz en el siglo XIX. Bellairs fue oficial en el ejército británico, del que se retiró como capitán en 1852, y fue elegido

[254] *The Queen*, 19 de enero de 1889, 79.
[255] North, "John Redferns and Sons, 1847 to 1892", 155.

miembro del Consejo Legislativo de Nueva Zelanda en 1853, en el que destacó por su prominente papel en los debates constitucionales de 1854. Establecido en Biarritz desde 1864, Bellairs pronto destacó por sus iniciativas para la promoción de la estación balnearia, construyendo algunos de los edificios más emblemáticos de la localidad, como la villa Emilia (más tarde conocida como villa Larralde), la villa Béarnaise, o la villa Mouriscot, su residencia desde 1868. Bellairs fue nombrado vicecónsul británico en Bayona en 1878[256], y primer vice-cónsul en Biarritz en 1879, sucediéndole en sus funciones en Bayona su hijo Edmund Hooke Wilson Bellairs junior[257]. La decisión del gobierno británico de crear este nuevo cargo en la localidad labortana respondía a "la importancia que adquiere Biarritz, como estación de invierno para los ingleses, que son más numerosos cada año"[258]. Tras la boda de Eugénie Bellairs, *The Queen* dedicaba una reseña al acontecimiento describiendo la ceremonia, la recepción en la residencia de los Bellairs, la villa Mouriscot, y listando a los numerosos invitados de la colonia británica que asistieron al evento. No faltaba una exhaustiva descripción del vestido de novia, "un vestido Princesa en otomán, con una cola de tres metros", así como del modelo con el que partió junto con su esposo en el tren de la tarde hacia Dax, rumbo a París: "La novia viajó en un traje sastre de paño gris claro, con chaqueta combinada, y un sombrero de paja gris *en suite*"[259]. La portada de la revista británica *Country Life* reproducía en su portada del 3 de diciembre de 1898 un retrato de Eugénie Bellairs, Lady Louth, vestida con un traje de amazona de impecable corte, tocada con sombrero *bowler*, sujetando una fusta con la mano derecha y los guantes con la izquierda[260].

A juzgar por la sección de consultas de la revista *The Queen*, la cuestión de viajar con el guardarropa adecuado constituía una preocupación fundamental de sus lectoras; la pregunta sobre qué ponerse en Biarritz reaparecía con frecuencia en la revista, respondiendo las editoras con consejos prácticos sobre el tipo de prendas que deberían llevar en su baúl, así como las ocasiones en las podrían lucirlos. En 1890 la editora recomendaba a una dubitativa lectora denominada "Little One" que llevara muchas prendas de abrigo, "pues el viento es a veces tempestuoso, aunque nunca cortante", tranquilizándole si olvidaba algo, ya que "hay buenas tiendas [en Biarritz], pero algunas cierran en invierno […] todo lo que Little One no pueda

[256] *Journal officiel de la République française*, 17 de mayo de 1878, 1.
[257] *Journal officiel de la République française*, 14 de diciembre de 1879, 4.
[258] "Telegrammes et correspondances", *Le Gaulois*, 28 de julio de 1879, 3.
[259] "Louth-Bellairs", *The Queen*, 22 de marzo de 1890, 306.
[260] *Country Life Illustrated*, 3 de diciembre de 1898.

comprar en Biarritz, estará segura de obtenerlo en Bayona, a tres millas y media"[261]. En 1902, *The Queen* incidía en el clima, más frío y húmedo que en Pau, así como en la elegancia de la vida en Biarritz. Recomendaba así los mismos vestidos de noche para los grandes bailes "que en el resto del Continente"[262], elegantes modelos sastre para el día, y vestidos más formales para las recepciones sociales que se organizan en las villas. Asimismo, afirmaba que "no merece la pena llevar vestidos lavables; algunas blusas lavables pueden ser útiles, pero todo debe estar muy bien hecho, al día, y bastante nuevo"[263]. En 1907, un editorial de la revista afirmaba que, "qué llevar y qué no llevar a la playa, a las montañas, a los castillos, o los spas es la preocupación principal del momento"[264]; entre sus recomendaciones para las estaciones balnearias como Trouville y Biarritz señalaba que, "el traje sastre el siempre el tipo de traje más elegante para la mañana y las excursiones […] los trajes sastre pertenecen, en lo que respecta al vestido, a las ideas más interesantes que hemos tenido en mucho tiempo"[265]. En 1908 respondiendo a una nueva consulta de la lectora "Fairport" sobre qué prendas llevar en Biarritz entre febrero y marzo, se repetía aún consejos similares a los de temporadas anteriores, con un nuevo matiz que tranquilizaría a las lectoras: "pero hay buenas modistas allí". Así, además de los reputados sastres de las casas Old England y Orossen, las cortadoras y sastras de la Maison Larue o de la Maison Vallet et Taillefer, como Julie Taillefer, podrían responder a las necesidades de exigencias de su clientela británica con el mismo rigor, calidad y estilo que John Redfern.

[261] "Answers. Biarritz", *The Queen*, 13 de diciembre de 1890, 914.
[262] "Outfits. Biarritz", *The Queen*, 15 de noviembre de 1902, 795.
[263] "Outfits. Biarritz", 795.
[264] "Tout Paris", *The Queen*, 6 de julio de 1907, 9.
[265] "Tout Paris", 9.

Capítulo 2. La emergencia de la *Côte Basque* como centro de moda: 1914-1929

La Primera Guerra Mundial constituye un nuevo punto de inflexión en el comercio de la moda en Biarritz. Tras el establecimiento de las primeras sucursales procedentes de París en los primeros años del siglo XX, dicho fenómeno se intensificó notablemente a partir de 1915 con la llegada escalonada de reputadas casas de alta costura durante los años de la contienda. Las excepcionales circunstancias que emergieron en la Costa Vasca durante el conflico bélico reforzaron el papel de Biarritz como referente ineludible en el panorama de la moda internacional, anunciando una edad dorada que se desarrollaría en la Costa Vasca en el transcurso de la década de 1920.

2.1. La Primera Guerra Mundial: crisis y oportunidad en la Costa Vasca

Tras la declaración de guerra de Alemania a Francia el 3 de agosto de 1914 la industria de la alta costura parisina vivió semanas cruciales. Con algunos de sus representantes más notables, como Jean-Philippe y Gaston Worth, Paul Poiret o Jean Patou movilizados en el frente, la Chambre Sydicale hubo de decidir rápidamente si podría seguir funcionando en el nuevo contexto de conflicto bélico. La movilización o el éxodo de gran parte de sus trabajadores, los problemas de abastecimiento de materiales, la ausencia de su clientela francesa y la imposibilidad de sus compradores internacionales de trasladarse a París, así como la creciente amenaza de la competencia estadounidense exigieron un gran esfuerzo de movilización institucional y coordinación interna. Los compradores americanos, entre los que destacaban los grandes almacenes como Bonwit Teller, Henri Bendel o John Wanamaker, suponían un elevado porcentaje de las ventas internacionales de la alta costura parisina desde finales del siglo XIX. La gran industria de la confección, con su base fundamental en Nueva York, buscaba desde los inicios del siglo XX, desbancar a la industria francesa de su mercado para proponer una alternativa netamente estadounidense. Muchos en Estados Unidos vieron en la Primera Guerra Mundial, y su consiguiente crisis social y económica, una oportunidad de materializar por fin dichos planes. Tal y como muestran los archivos de la Chambre Syndicale (hoy custodiados por su sucesora, la Fédération de la Haute Couture et de la Mode), ya en diciembre de 1914 la institución hubo de reaccionar con decisión y premura a la campaña promovida por algunos medios estadounidenses, como *The New York Times*, *Women's Wear Daily*, o *Collier's Weekly*,

contra la alta costura parisina y en beneficio de la moda americana[266]. A través de una intensa campaña de comunicación dirigida a los medios estadounidenses y europeos, la alta costura informaba de la reanudación de la actividad y la presentación de colecciones en las fechas habituales, tal y como se había hecho en 1913. París debía mostrar al mundo su capacidad de mantener su liderazgo internacional y su posición como capital internacional de la moda y, con este fin, se embarcó, a través de algunos de sus más reputados representantes, en la organización de desfiles y eventos promocionales en el ámbito internacional, como la Exposición Universal de San Francisco[267].

En cuanto a la situación en Francia, aunque numerosas de las casas de alta costura consiguieron retomar su actividad y seguir con el ritmo habitual de colecciones por temporada, la industria hubo de adaptarse a las circunstancias y seguir a su clientela allí donde ésta había decidido establecerse durante la contienda, principalmente en las ciudades balneario donde muchas familias de la aristocracia y la burguesía francesa poseían residencias secundarias. La posición geográfica de Biarritz, al lado de la frontera de España, un país neutral en el conflicto, y a escasos kilómetros de San Sebastián, donde se reunía una fiel clientela española liderada por la casa real y la corte, fueron factores fundamentales para reforzar la importancia de la Costa Vasca en este contexto.

2.1.1. 1915: Biarritz, "el centro más elegante de Francia"

En los últimos días de agosto de 1915 la histórica casa de alta costura Callot sœurs anunciaba en la prensa donostiarra la apertura de una sucursal en Biarritz, inaugurándose el 1 de septiembre en su local de la place de la Liberté[268]. El hecho de que dicho anuncio se publicara durante varios días consecutivos en el diario *La Voz de Guipúzcoa*, y no en los periódicos biarrotas, da buena muestra de la clientela que la casa Callot aspiraba a atraer. Callot sœurs, fundada en 1895 por cuatro hermanas, Marie Gerber, Marthe Bertrand, Regina Tennyson-Chantrell y Joséphine Crimont, se había erigido en una de las casas más reputadas del panorama de la alta costura parisina con su magistral utilización del encaje y de las pieles, así como su

[266] Asamblea general extraordinaria de 21 de diciembre de 1914, Archivos de la FHCM, citado en Sophie Kurkdjian, "Restructuring French Couture, 1914-1918", en Maude Bass-Krueger y Sophie Kurkdjian, *French Fashion. Women and the First World War* (Nueva York: Bard Graduate Center, 2019), 376. Ver artículos publicados por *The New York Times*, como "Paris may see end of style control, designs predict our emancipation from French modes as result", 6 de agosto de 1914; "Now is the time for Americans to design the fashions", 27 de septiembre de 1914.

[267] También conocida como la Exposición Internacional Panamá-Pacífico, la muestra celebraba la inauguración del Canal de Panamá y la reconstrucción de San Francisco tras el terremoto de 1906.

[268] *La Voz de Guipúzcoa*, 29-31 de agosto de 1915.

característica interpretación de referencias culturales y sartoriales diversas, como el kimono japonés. Al tiempo que la casa presentaba sus creaciones en la Exposición Internacional de San Francisco, las hermanas Callot decidían abrir una sucursal en Biarritz siguiendo el ejemplo de la casa Lewis una década antes. A la casa Callot le siguió otra gran creadora de la alta costura francesa, Jeanne Paquin, quien fundara junto a su marido Paquin, Lalanne et Cie. en 1889, y que dirigía la empresa en solitario desde el fallecimiento de éste en 1907. Desde sus salones del número 3 de la rue de la Paix de París, Paquin creó una red internacional de establecimientos con sucursales en Londres (1896), Buenos Aires (1911), Nueva York (1912) y Madrid (1914), abriendo esta última tan solo unos meses antes del estallido de la guerra. De este modo relataba la prensa de la moda en España la decisión de la casa Paquin de establecer una sucursal en Madrid:

> Una noticia interesante para mis lectoras. Paquin, el célebre modisto de París, que ha inspirado muchas veces los modelos publicados en nuestra revista, ha alquilado recientemente uno de los lujosos pisos de la casa-palacio edificada por el Marqués de Amboage en la plaza de las Cortes, en una parte de los antiguos solares de Medinaceli, para establecer en Madrid una sucursal de su importante casa de París y evitar así a las madrileñas elegantes el trabajo de cruzar la frontera para encargar sus trajes. La instalación de dicha sucursal es verdaderamente suntuosa y la casa cuenta con una colección de señoritas-maniquíes, que se encargarán de lucir en calles, paseos y teatros y á título de anuncio, los trajes confeccionados por el citado modisto. Ya era tiempo de que hubiera en Madrid un establecimiento de este género […].[269]

Aunque la periodista apodada Clementina no fuera consciente de que la directora y creadora de la casa Paquin era, de hecho, una mujer, su crónica nos informa de la expectación y el entusiasmo con que las elegantes madrileñas recibían la noticia de su apertura en la capital española. La clientela española había adquirido una remarcable importancia para la casa Paquin y su decisión de abrir en Madrid precedió el contexto de crisis desencadenado por el conflicto bélico. Jeanne Paquin conocía bien a sus clientas españolas habituales de la casa de París, y también a las mujeres de la colonia española de Biarritz, pues, tal y como atestiguan las listas de extranjeros publicadas por la prensa biarrota, Madame Paquin era una asidua visitante de la

[269] Clementina, "La Moda en París", *La última moda*, 19 de abril de 1914, 2.

estación balnearia vasca desde al menos 1900[270]. Su conocimiento de la colonia veraniega de Biarritz, así como su vasta experiencia en la gestión de sucursales, hicieron que fuera una de las primeras en lanzarse a la apertura de una nueva casa en Biarritz.

También en septiembre de 1915 se establecía en Biarritz una joven relativamente desconocida llamada Gabrielle Chanel en uno de los edificios más emblemáticos de la localidad, la Villa Larralde de la rue Gardères. Tras iniciar su carrera en la industria como *modiste* en París en 1910, Chanel pronto comprendió las oportunidades comerciales que las ciudades balneario le ofrecían y, tras el éxito de su primera boutique en Deauville en 1912, se decidía a fundar su primera casa de alta costura en Biarritz tan solo unos días después de la inauguración de la casa Callot. A las creaciones de sombreros que le lanzaron en París, y las prendas de *sport* realizadas en punto que le trajeron una considerable notoriedad en Deuville, Chanel se decidía a presentar una colección completa de prendas de alta costura que le granjearon un éxito inmediato e incontestable y que le permitieron establecerse en París como una creadora ineludible de la nueva generación que marcó la moda en el período de entreguerras.

El establecimiento de estas tres casas de alta costura constituyó un nuevo punto de inflexión en la historia de la moda en Biarritz. Aunque la presencia de diversos creadores y numerosas casas parisinas se había incrementado progresivamente desde las últimas décadas del siglo XIX, la Primera Guerra Mundial confirió una relevancia inédita a Biarritz en el conjunto de la industria de la moda francesa y, por ende, en la escena de la moda internacional. Dado el enorme interés de la industria de la confección estadounidense en el desarrollo de los acontecimientos en París, resulta especialmente interesante observar lo que la prensa neoyorkina, sede de los más importantes productores y grandes almacenes americanos, reportaba sobre la situación de la alta costura parisina. En 1915 el diario *Women's Wear Daily,* fundado por Edmund Wade Fairchild en 1910, era ya un medio especializado de referencia dirigido a los profesionales del sector de la moda. Desde su oficina en París informaba diariamente a industriales, propietarios y gestores de grandes almacenes, diseñadores y confeccionistas sobre la actualidad de la industria de la moda en París en relación a las colecciones, los creadores, los hitos empresariales, las cuestiones financieras o laborales, y todo tipo de información que pudiera interesar a los profesionales en Estados Unidos. El 1 de octubre de 1915, días después de la apertura en Biarritz de las mencionadas casas de Callot, Paquin y Chanel, la corresponsal de

[270] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 23 de mayo de 1900; 28 de agosto de 1903; 7 de abril de 1905; 18 de mayo de 1906.

Women's Wear Daily en París, Edith Rosenbaum, informaba desde Biarritz en los siguientes términos:

> Este lugar es actualmente el centro más elegante[271] de Francia, de hecho, de toda Europa. Lejos de los centros de la guerra, y con muy poco que recuerde los grandes sufrimientos provocados por la misma, parece que sea el único lugar donde el clima templado se combina con los lujos deseados por los más pudientes. En efecto, Biarritz es ahora un centro de moda casi tan importante como cuando la corte del Segundo Imperio la convirtió en su residencia de verano, y cuando la presencia de Eduardo VII reunía en este lugar a la sociedad más elegante. En todas partes pueden verse aquí a las más distinguidas mujeres […] Y todo ello está reforzado por el hecho de que, por primera vez en su historia las casa de Callot y Paquin han abierto sucursales aquí, como había ocurrido con los más prominentes miembros de la alta costura en Deauville o en la Riviera antes de la guerra.[272]

La cronista no citaba a Gabrielle Chanel quien era aún poco conocida para el mercado estadounidense pero que pronto se convertiría en una de las creadoras más admiradas y seguidas por las mujeres americanas.

La experimentación y la exhibición de moda parecían erigirse en herramientas de resiliencia en una Biarritz que permitía evadirse de los horrores de la guerra. Aunque la Costa Vasca se hallaba, en efecto, alejada de los núcleos más cruentos de la guerra y su proximidad con la frontera le confería una atmósfera de cierta normalidad, la localidad y su entorno no eran ajenos al sufrimiento. En septiembre de 1914 Biarritz recibía ya los primeros heridos, más de 2.200 repartidos en 53 hoteles de la localidad que fueron más tarde requisados por el servicio de salud del ejército[273]. La población de Biarritz, incluyendo su colonia extranjera se movilizó en torno al cuidado de los heridos de guerra que necesitaban reponerse y descansar en un lugar históricamente considerado como un centro reparador de la salud, física y mental. Biarritz pronto organizó diversos centros sanitarios en locales prestados por los residentes biarrotas, locales y foráneos: en el barrio de Migron la residencia de Jean Laborde, bajo la dirección del doctor Joseph Laborde; en la villa Liliteia, residencia de Kennedy Todd con Monsieur Corrié

[271] El término utilizado en el texto original es "fashionable", cuya traducción literal sería "a la moda".
[272] "Center of fashions in France is now shifted to Biarritz", *Women's Wear Daily*, 2 de octubre de 1915.
[273] *Biarritz, au vent du large et de l'histoire* (Biarritz : Association d'action culturelle de Biarritz, 1988), 51.

como director; en el convento de los Dominicanos con el doctor Bastide; en el Casino Bellevue de Monsieur Boulant, transformado en hospital franco-español; en el Casino Municipal, bajo la dirección de Mlle. Bonecarrère y en el Gran Hotel, donde se organizó un centro quirúrgico dirigido por los doctores Poliakoff y Balandin, con el apoyo incondicional de la colonia rusa[274].

Así pues, el Biarritz como lugar de esparcimiento, consumo y ostentación se construía como respuesta a la necesidad de sobrevivir. Unos versos publicados en *Women's Wear Daily* bajo el título "Mlle. Paris in Biarritz" dan buena muestra de la libertad y el desahogo mental que las mujeres encontraban en la Costa Vasca y que manifestaban a través de su vestido:

> Cuando Mlle. Parisienne
> Está en París donde la Guerra
> Es el objeto y el centro
> De todo entendimiento,
> Se viste en tonos oscuros, sombríos
> Y ella misma, es parte
> De la Gran Idea de la Guerra.
> Incluso los visitantes dentro de sus puertas
> Saludan a París
> Con ese discreto vestido
> Pero Miss de Lange escribe
> Que cuando Mlle. Parisienne
> Va a Biarritz, anhelando
> Un respiro de esta tensión
> Ella florece –
> Una imagen más calurosa y feliz
> Deseando, - no olvidar,
> Pero simplemente revivir.
> Y parte del beneficio
> Viene de la rehabilitación
> De la alegría
> De su vestido.

[274] *Biarritz, au vent du large et de l'histoire*, 52.

> Entendemos y simpatizamos
> Con Mlle. Parisienne
> Tanto en Biarritz como en París.[275]

No todo el mundo interpretó de la misma forma el afán con el que los visitantes de Biarritz se entregaron a la moda y a la vida elegante y mundana. Madame Béchoff, la directora de la casa de alta costura Béchoff-David y esposa de uno de sus socios fundadores, se expresaba en su correspondencia desde Biarritz en el verano de 1914 en los siguientes términos:

> Yo aquí durante seis semanas en un exilio dorado. Digo dorado, pues hay aquí una multitud de *snobs* y, si no fuera porque me he asignado la tarea de cumplir con mi deber cuidando a los heridos, no me quedaría aquí ni tres días.[276]

Madame Béchoff, que se había trasladado con sus hijos a Biarritz al inicio de la guerra, expresaba sus dificultades para adaptarse al ambiente distendido y ocioso que reinaba en algunos círculos de la colonia foránea: "las noticias llegan aquí muy lentamente y me siento fuera de lugar en este ambiente cosmopolita y alegre"[277]. Así, decidió contribuir al esfuerzo de guerra cuidando a los numerosos heridos que cada día llegaban a Biarritz siendo asignada al hospital organizado en el Casino de Biarritz ("esperamos cien heridos en Biarritz esta noche o mañana"[278]), entre el 15 de agosto y el 1 de octubre de 1914[279]. Asimismo, el 6 de septiembre escribía al presidente de la comisión de requisición de Biarritz, el teniente Soubiran, con el fin de ofrecer su automóvil Delaunay-Belleville para el servicio de ambulancias y el 7 de septiembre donaba 500 francos a la Cruz Roja francesa de Biarritz[280].

Estos y otros extractos de su correspondencia privada se hicieron públicos en marzo de 1915 en el transcurso de un proceso judicial militar que provocó la expectación y la indignación de una gran parte de la sociedad francesa. Se juzgaba al coronel François Desclaux, antiguo jefe de gabinete del ministro de Finanzas Joseph Caillaux, y quien en la guerra había sido movilizado como tesorero del 18avo cuerpo del ejército. En 1915 Desclaux fue inculpado por

[275] "Bubbles", *Women's Wear Daily*, 25 de noviembre de 1916, 2.
[276] "Le procès de M. Desclaux et de Mme Béchoff", en Émile de Saint-Auban, *Revue des grands procès contemporains* (París: Librairie Général de droit et de jurisprudence, 1915), 406.
[277] "Le procès de M. Desclaux et de Mme Béchoff", 410.
[278] "Le procès de M. Desclaux et de Mme Béchoff", 412.
[279] "Le procès de M. Desclaux et de Mme Béchoff", 419.
[280] "Le procès de M. Desclaux et de Mme Béchoff", 414.

un delito de "receptación de productos alimenticios, municiones y armas pertenecientes al Estado"[281]. El coronel Desclaux comparecía ante el primer consejo de guerra de París junto con Madame Béchoff, con quien mantenía una relación sentimental y a quien supuestamente enviaba regularmente alimentos pertenecientes al ejército. La sociedad biarrota siguió con consternación dicho proceso pues Madame Béchoff era bien conocida y respetada en la localidad[282].

La casa Béchoff-David, fundada en París en 1900 y una de las casas de mayor éxito del momento, había sido una de las pioneras, junto con la Maison Lewis, en establecer una sucursal en Biarritz. Ya en septiembre de 1904 un anuncio en la prensa madrileña informada que "la casa Béchoff-David, de París, se encuentra en Biarritz por pocos días e invita a la colonia española para que visite su establecimiento, en el número 9, place de la Mairie, donde encontrará los últimos modelos en vestidos, abrigos y pieles de valor"[283]. A las primeras presentaciones esporádicas les siguió la apertura de un establecimiento estable en septiembre de 1906 en el número 27 de la rue Mazagran, a la altura de la place Sainte-Eugénie.[284] Días después de su apertura oficial, la prensa local se hacía eco del gran éxito con el que Béchoff-David comenzaba su andadura en Biarritz y se congratulaba de ver las creaciones de la nueva casa "en todos nuestros eventos deportivos y fiestas mundanas"[285]. La casa parisina pronto se convirtió en uno de lugares de referencia para las mujeres de la colonia extranjera y seguía teniendo una exitosa sucursal al inicio de la guerra en la biarrota place de la Mairie.

Madame Béchoff vivió en solitario el escándalo que la rodeó en los primeros meses de 1915 pues su marido, Emile Béchoff, estaba en el frente, sirviendo desde mediados de agosto de 1914 en el 37avo regimiento de infantería[286]. Béchoff, ciudadano alemán naturalizado belga y después francés, había constituido la sociedad Béchoff-David et Cie. con sus dos socios, Siegfried David, también alemán, y Philippe Hecht, ciudadano alemán naturalizado francés. Como tantas otras empresas en Francia dirigidas por ciudadanos austro-alemanes durante la Primera Guerra Mundial, sus socios sufrieron un gran acoso mediático, social y económico,

[281] Henri Saint-Amand, "Mardi 3 août 1915 : la dégradation et l'incarcération du colonel Desclaux", *Boulevard Voltaire*, 3 de agosto de 1915.
[282] "L'affaire Desclaux-Béchoff-David", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 31 de enero de 1915.
[283] "Biarritz", *La Época*, 23 de septiembre de 1904.
[284] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 15 de septiembre de 1906.
[285] "Echos", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 21 de septiembre de 1906.
[286] "A propos d'une mise sous séquestre", *Le Temps*, 18 de diciembre de 1914, 5.

también en el seno de la industria de la moda. En diciembre de 1914, la Chambre Syndicale en París decidió "purificar" la organización mediante la expulsión de miembros extranjeros, quienes se habían convertido en "enemigos" desde la declaración de guerra en agosto de 1914. Paul Poiret fue el primero en tomar la iniciativa solicitando a la Chambre Syndicale no solo la expulsión de miembros extranjeros, sino también la toma de nuevas medidas contra trabajadores austro-alemanes y compradores o periodistas americanos de ascendencia alemana. Worth, apoyando la propuesta de Poiret, propuso una votación que fue secundada de manera unánime. La Chambre Syndicale decidió así disolverse para volver a constituirse en mayo de 1915 con miembros franceses o procedentes de "países amigos, con las mismas ideas, las mismas necesidades, las mismas misiones, y las mismas aspiraciones." Veintiún miembros fueron expulsados de la Chambre Syndicale en los primeros meses de 1915.

El origen alemán de los fundadores de la casa Béchoff-David y, más concretamente, del marido de Madame Béchoff, no hizo sino alimentar la polémica en torno al caso Desclaux. Madame Béchoff, nacida Netter, hubo de probar no solo su inocencia sino también su patriotismo, recordando sus servicios durante la guerra. Gracias a la gran cobertura mediática del proceso sabemos que los dos socios de Emile Béchoff, Siegfried David y Philippe Hecht, se refugiaron en San Sebastián tras el embargo de sus bienes por la suma de 1.200.000 francos, y que Hecht llegó a un acuerdo con el gobierno francés, incorporándose en la legión extranjera y poniendo su automóvil a disposición del gobierno, lo que le valió la recuperación de sus bienes[287]. Tras el fin de las hostilidades Philippe Hecht volvió a probar suerte en la moda fundando en 1922 la casa de alta costura Philippe et Gaston, cuyas creaciones fueron admiradas y vestidas en Biarritz a lo largo de toda la década de 1920.

2.1.2. 1916: Biarritz establece las modas a seguir

Tan solo un año después de la apertura de las casas Callot, Chanel y Paquin, el diario *Women's Wear Daily* afirmaba desde Biarritz:

> Parece que toda la "Alta Costura" de París se halle aquí o representada [de alguna manera] pues en la playa la otra mañana me encontré con Madame Jeanne Lanvin, vistiendo un bonito traje de tricotín azul marino festoneado de punto de lana gris. Un

[287] "L'Affaire Desclaux-Béchoff-David", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 31 de enero de 1915.

> momento después Gabrielle Chanel pasaba ataviada con una larga capa en *charmeuse*[288] marrón festoneada con piel de conejo teñida del mismo color, que fue un éxito con los compradores americanos en la presentación de Chanel en agosto. Después pasó Monsieur Lewis. Desde entonces se ha ido a San Sebastián para supervisar una exposición de sombreros que se organizará en el Hotel María Cristina y me susurró que también llevará algunos sombreros para la Reina. Después espié a un hombre bajito y pequeño con barba gris y luciendo las últimas modas para hombre; no era otro que Monsieur de la Penna [sic][289], el diseñador español de la casa Doucet.[290]

Esta extraordinaria concentración en Biarritz de algunos de los más célebres y consolidados creadores de la alta costura de París responde a la importancia que la localidad labortana adquirió en estos momentos, junto con otras estaciones balnearias como Deauville, Montecarlo o Niza, como lugar estratégico para la supervivencia de la industria de la moda francesa durante la contienda. La crónica describía la visita que, tras sus inauditos encuentros en la playa, la corresponsal de *Women's Wear Daily* realizó a la casa Callot, donde fue calurosamente recibida por Madame Annette, una antigua vendedora de la casa Drecoll[291]. Ante la sorpresa de la periodista por la escasa cantidad de modelos que se mostraban en los salones, la diligente vendedora respondió afirmando que Callot había enviado casi toda su colección al Palacio de Miramar en San Sebastián por expreso deseo de la reina y que éstos estarían de vuelta en la casa al día siguiente. Tras su paso por Callot, la cronista visitó la casa Paquin, que estaba "abarrotada de elegantes parisinas, aristócratas españolas, y ricas argentinas"[292] cuyas elecciones observó con gran interés, muy especialmente su predilección por los vestidos de una sola pieza: "los compradores americanos estarán interesados en saber que el modelo vestido por Margot [el nombre de la maniquí que desfiló el modelo en cuestión] el día de la presentación de Paquin, denominado como vestido abrigo, […] es uno de los grandes favoritos de las damas

[288] Un tejido similar al satén con un efecto más ligero, frecuentemente utilizado para la confección de prendas femeninas cortadas al biés.
[289] José de la Peña y Pérez de Guzmán El Bueno fue desde los años 1870 el diseñador de la casa Doucet y mano derecha de su propietario, Jacques Doucet, quien dirigiera desde una de las más antiguas y reputadas casas de alta costura de París. José de la Peña fue, al igual que Doucet, un gran coleccionista de arte. El catalogo de una subasta organizada en París en 1927 constanta que poseía una importante colección de grabados de la escuela inglesa y francesa de los siglos XVIII y XIX, en *Collection José de la Peña y Pérez de Guzmán El Bueno, Catalogue des estampes des écoles anglais et française (18ème et 19ème siècles)* (París: Galerie Georges Petit, 1927), 10 et 11 juin, 1927.
[290] DeLange, "One-piece dress wins favor at French resort", *Women's Wear Daily*, 14 de octubre de 1916, 3.
[291] DeLange, "One-piece dress wins favor at French resort", 3.
[292] DeLange, "One-piece dress wins favor at French resort", 3.

españolas así como de las parisinas"[293]. Tras su paso por los salones, la cronista volvía a la playa al mediodía donde pudo observar varios modelos de diferentes casas parisinas que inspiraron los cuatro bocetos que envió por cable al diario y que éste reprodujo fielmente, acompañados de detalladas descripciones sobre su forma y los tejidos utilizados en su confección.

Así, la prensa americana no solo daba cuenta de los modelos más solicitados de las casas de París, también divulgaba bocetos de diseños cuyos creadores no eran debidamente acreditaos y que podrían ser fácilmente copiados y reproducidos en Estados Unidos a precios muy inferiores a los de sus originales modelos en París. Esta práctica generalizada provocó continuas crisis y desavenencias entre las casas de alta costura de París y la prensa norteamericana, de la que, en cualquier caso, dependían para sus ventas a los grandes compradores estadounidenses. Ya en noviembre de 1914, tan solo unos meses después del inicio del conflicto bélico, los fabricantes de tejidos especializados en moda Haas Brothers de Nueva York publicaban el *Libro Azul de modelos de Biarritz* para el invierno de 1914-1915; los 22 bocetos dibujados por "el artista de Haas Bros"[294] reproducían los vestidos de alta costura que éste habría observado en Biarritz y, al igual que el cable de *Women's Wear Daily* de 1916, no identificaban a sus creadores. Los bocetos iban igualmente acompañados por muestras de tejidos producidos por Haas con los que confeccionar los modelos referidos. Los tejidos de Haas Brothers no estaban disponibles en las habituales secciones de los grandes almacenes estadounidenses, sino que se elegían por muestrario en los establecimientos de modistería o sastrería para señoras que los solicitasen. Así, Haas, que desde 1909 contaba con una sede en la céntrica rue de Pyramides de París[295], proveía de tejidos inspirados en las últimas tendencias de la moda francesa a profesionales del sector. Al mismo tiempo, la empresa editaba libros ilustrados con bocetos de modelos copiados de las principales casas de alta costura parisinas, incitando así a sus potenciales clientas a encargarse dichos modelos en los establecimientos de las modistas y sastres de su confianza. A principios de noviembre Haas Brothers anunciaba aun su habitual *Libro Azul de modelos de París*[296], al que siguió a mediados del mismo mes el citado libro de Biarritz, como consecuencia de la excepcional situación y de la inédita centralidad de Biarritz en la actualidad de la moda. En diciembre de 1914 Haas presentaba un nuevo *Libro Azul de media temporada de modelos*

[293] DeLange, "One-piece dress wins favor at French resort", 3.
[294] "Dresses", *Women's Wear Daily*, 20 de noviembre de 1914, 16.
[295] Anuncio publicitario de Haas Brothers, *Vogue*, 14 de enero de 1909.
[296] Anuncio publicitario de Haas Brothers, *Vogue*, 1 de noviembre de 1914, 134.

de Biarritz; el anuncio de su publicación en la edición estadounidense de la revista *Vogue* precisaba: "este libro muestra los últimos cambios de las modas de París"[297].

Otra crónica de *Women's Wear Daily* escrita en septiembre de 1916[298] resulta igualmente reveladora con respecto a la nueva dinámica establecida por la industria entorno a Biarritz en este periodo. La cronista del diario neoyorkino recomendaba encarecidamente a los compradores americanos que visitaran Biarritz durante la temporada, pues allí, y no en París, podrían hacerse una idea más clara de las modas que se impondrían en los próximos meses. Así en septiembre "podemos esperar tener un indicio de los que será la moda aceptada en Biarritz, lo que en tiempos normales hubiera sido en la reapertura de las carreras de Auteuil y Longchamps"[299].

Gracias a la corresponsal americana sabemos que las casas de alta costura parisinas presentaban en sus sucursales de Biarritz una selección de modelos cuidadosamente editada, escogida entre los numerosos diseños presentados en París. Así, según su crónica, "la diferencia entre la casa Callot aquí y Callot en París es la siguiente: en París vemos 400 modelos, aquí vemos en torno a 50, pero se trata de 50 elegidos, una selección de la colección, enviada aquí porque refleja lo que se espera que la mujer elegante elija y vista"[300]. La periodista ponía el acento en el papel fundamental de las clientas con respecto a la validación y lanzamiento de nuevas tendencias, pues sin su visto bueno "la mejor de las modas jamás creada sería un fracaso"[301]. Además de las clientas francesas ("otra ventaja de la visita a Biarritz es que las mujeres francesas más elegantes se reúnen en Biarritz, y muchas traen consigo nuevos modelos creados por famosas casas parisinas para mostrarlos aquí"[302]), la crónica enfatizaba la importancia de la confluencia de clientas de diversas nacionalidades. Refiriéndose a los modelos expresamente creador por Lewis para su sucursal de Biarritz, la periodista afirmaba: "nunca he visto una colección más atractiva creada para la clientela francesa así como para la española. La última, por cierto, demanda más adornos y colores más vivos que la francesa y el punto de vista de ambas nacionalidades es una ventaja"[303]. Así,

[297] Anuncio publicitario de Haas Brothers, *Vogue*, 1 de diciembre de 1914, 113.
[298] DeLange, "Biarritz styles forecast mode of the season", *Women's Wear Daily*, 19 octubre de 1916.
[299] DeLange, "Paris anxious to knox if vogue for sports attire will continue. Hint of accepted modes at Biarritz openings", *Women's Wear Daily*, 19 de septiembre de 1916.
[300] DeLange, "Biarritz styles forecast mode of the season", *Women's Wear Daily*, 19 octubre de 1916, 1.
[301] DeLange, "Biarritz styles forecast mode of the season", 1.
[302] DeLange, "Biarritz styles forecast mode of the season", 1.
[303] DeLange, "Biarritz styles forecast mode of the season", 8.

> Si un sombrero creado por un diseñador parisino y lucido por una *fashionable* española, ya sea aquí o en San Sebastián, es un éxito, entonces mi opinión es que este particular sombrero debería ser lo suficientemente bueno para al menos ponerlo a prueba en los Estados Unidos, donde tantas nacionalidades diferentes están representadas y donde siempre se demanda un constante cambio en los estilos.[304]

Desde su perspectiva pragmática, guiada fundamentalmente por criterios comerciales estadounidenses, la cronista subrayaba una realidad que caracterizó el fenómeno de la moda en Biarritz y en la Costa Vasca: el carácter cosmopolita de la colonia veraneante de Biarritz y el impacto de la consiguiente diversidad, interacción y fusión de gustos y tradiciones estéticas sobre la experimentación, validación y creación de nuevos estilos. Asimismo, la periodista destacaba la importancia de observar la moda en acción, en el espacio social que constituía Biarritz: "una cosa es ver los estilos expuestos en una tienda y otra muy diferente verlos llevados. Mi objetivo al venir aquí era estudiar la moda con el objeto de poder hacer informes más completos y esclarecedores para los lectores de *Women's Wear Daily* […]"[305].

2.1.3. 1917-1918: la supervivencia de la alta costura parisina

En 1917 la prensa estadounidense informaba sobre una recuperación de la industria de la moda en Francia a pesar de la difícil situación del país. Apuntaba a un incremento de las exportaciones a Estados Unidos y América del Sur, a un descenso de las ventas a la clientela rusa por las dificultades de viajar a París, así como a un notable incremento de las ventas en el mercado español. Según *Women's Wear Daily* "es bien sabido que las tiendas en Biarritz, en la frontera entre Francia y España, han sido llamadas a ofrecer una línea más extensa que nunca de artículos para las clientas españolas que acudirán a Biarritz desde San Sebastián para hacer sus compras en lugar de hacer el largo viaje a París"[306]. La hemeroteca donostiarra muestra que, tan solo unos meses después de dicha crónica, se produjo además un esfuerzo extraordinario por parte de las casas parisinas, con o sin sucursales en Biarritz, por presentar sus colecciones en la capital donostiarra, ya fuera en los salones de sus principales hoteles o en pisos del ensanche donostiarra alquilados con tal fin durante la temporada. Así, entre julio y septiembre de 1917 destacan la casa Callot, que comenzaba en julio la temporada de exposiciones en el

[304] DeLange, "Biarritz styles forecast mode of the season", 8.
[305] DeLange, "Biarritz styles forecast mode of the season", 8.
[306] "Business of Paris couture is improving", *Women 's Wear*, 19 de abril de 1917, 11.

Hotel Continental[307], le seguían la casa Paquin en el número 50 de la calle San Martín[308], la casa Worth en el número 7 de la calle San Bartolomé[309], y Louise Ransinangue en la calle Prim[310]. El archivo municipal de San Sebastián guarda algunas de las solicitudes que dichas casas hubieron de tramitar ante las autoridades municipales para ejercer su actividad comercial de forma temporal en la ciudad. Es el caso de una solicitud recibida por el ayuntamiento de la casa Paquin:

> El que suscribe dueño de la tienda de confecciones situada en la planta baja de la casa n.º 50 de la Calle San Martín, a V. E. con el mayor respeto expone que, teniendo la necesidad del permiso de V. E. para poder hacer la reapertura de dicho comercio solo por la temporada de verano, suplica de V. E. encarecidamente le conceda dicha autorización, Gracia que no duda de los buenos sentimientos de V. E. cuya vida guarde Dios muchos años. San Sebastián 5 agosto de 1919. Casa Paquin.[311]

En octubre de 1916 la revista *Vogue* publicaba un artículo titulado "Cambio de escena a San Sebastián" que subrayaba la relevancia de la capital donostiarra como centro de sociabilidad de la Costa Vasca, en una Europa "cerrada" a causa del conflicto bélico. Así, la crónica destacaba la intensa vida social donostiarra, subrayando los atractivos de la playa y del paseo de la Concha, y muy especialmente la animación de las carreras en el hipódromo de Lasarte y las corridas de toros en la plaza de El Chofre. Vogue afirmaba de este modo que, "la temporada de la costa de Normandía ha finalizado, Montecarlo no ha abierto aún, San Sebastián es uno de los pocos lugares donde se encuentra la alta sociedad y donde hay ocasión de ver y ser visto"[312]. El protagonismo de San Sebastián como centro de ocio en la Costa Vasca durante los años de la contienda tuvo así importantes reverberaciones en la moda donostiarra; la periodista DeLange escribía sobre esta cuestión para *Women's Wear Daily* tras una visita a la capital donostiarra en octubre de 1916. Según la corresponsal, se habría producido un profundo cambio en lo concerniente a la moda en San Sebastián desde su anterior viaje siete años atrás, con ocasión de una corrida de toros. Recordando las mantillas de encaje que portaban la mayoría de las asistentes en aquella ocasión, DeLange se admiraba del "tremendo progreso" que habrían hecho

[307] *La Voz de Guipúzcoa*, 23 de julio de 1917.
[308] *La Voz de Guipúzcoa*, 28 de agosto de 1917.
[309] *La Voz de Guipúzcoa*, 2 de septiembre de 1917.
[310] *La Voz de Guipúzcoa*, 6 de septiembre de 1917.
[311] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección B, Negociado 9, Libro 386, Expediente 5, 1919-1920.
[312] "San Sebastian races, fashion and society event, in full swing. Creations of Paris couturiers worn by visitors from France and Spain", *Women's Wear Daily*, 21 de septiembre de 1916.

las mujeres al otro lado de la frontera "en favor de los estilos de París". La cronista atribuía a la reina el mérito de dicha transformación, ya que ésta siempre habría mostrado una manifiesta predilección por la moda francesa, recordando que la casa Laferrière de París había realizado su ajuar cuando contrajo matrimonio con Alfonso XIII en 1906. Así, DeLange concluía afirmando que:

> Ha sido sorprendente comprobar la rapidez con la que los últimos modelos de París han llegado a España, pues vi luciéndose en las carreras duplicados de modelos presentados en las últimas colecciones de Callot, Paquin, Chanel, Royant y Monge, entre otras casas parisinas cuyos modelos también reconocí; y los sombreros de Lewis eran demasiado numerosos para contarlos. En todo caso, esto se debe en parte al hecho de que algunas de estas casas tienen sucursales en Biarritz, y a que muchas mujeres españolas han ido allí a hacer sus encargos. Lo que prueba que otro país más reconoce la superioridad de la moda francesa.[313]

La documentación del bolsillo privado de la reina Victoria Eugenia confirma que ésta continuó siendo una fiel clienta de la casa Laferrière también después de su matrimonio, acudiendo regularmente a realizar encargos a su sede parisina[314]. En agosto de 1916, la casa Laferrière se anunciada por primera vez en la prensa biarrota: "La Maison Laferrière, Vestidos y lencería, de París (28, rue Taitbout), hace saber a la elegante clientela que residen en Biarritz, que Mme. Giraut, directora, se halla actualmente en el Grand Hôtel con toda su colección de nuevos modelos: vestidos de día y de noche, blusas y abrigos"[315]. Los modelos de Laferrière fueron exhibidos en Biarritz tan solo durante los meses de agosto y septiembre de dicho año.

Una de las casas más activas tanto en Biarritz como en San Sebastián fue la casa Lewis, cuyo establecimiento en la Costa Vasca precedió en casi una década a la de sus colegas parisinos. En su artículo de septiembre de 1916, la cronista de *Vogue* reconocía entre las mujeres que acudían al hipódromo de Lasarte modelos de Doucet, de Royant y de Monge, todos ellos recién creados en París. Sin embargo, un sombrero de la casa Lewis resultó ser una de las novedades más comentadas por la manifiesta inspiración española que lo caracterizaba. Se trataba de un

---

[313] DeLange, "Striking sports costumes worn at San Sebastian", *Women's Wear Daily*, 20 de octubre de 1916, 20.
[314] Archivo General de Palacio, Administración General Real Casa, Bolsillo secreto de la reina Victoria Eugenia, Leg. 332, Cª 722 (C. 94).
[315] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz,* 28 de agosto de 1916.

sombrero inspirado por el "conocido sombrero del toreador español, realizado en terciopelo negro y guarnecido con pompones de seda azul"[316]. Tal fue el éxito de dicho modelo que una segunda crónica publicada el 13 de octubre le dedicaba toda una columna, pues "ha atraído mucha atención y ha sido el tema de conversación principal desde entonces, tanto en Biarritz como en San Sebastián"[317]. La exhaustiva descripción iba acompañada de un boceto realizado por la corresponsal del diario neoyorkino que incluía un segundo modelo visto en el mismo evento, también de manifiesta inspiración española, denominado "Calanes". La descripción del citado sombrero, así como el boceto que lo acompañaba, sugieren que se trataba de un diseño inspirado en el tradicional sombrero calañés portado por los hombres del municipio de Calañas, en Huelva. El célebre *modiste* dio siempre buena muestra de sus habilidades comerciales, desde su temprana decisión de establecerse en Biarritz, pasando por su rapidez en integrar referencias de la cultura española en sus creaciones dirigidas a su clientela aristocrática de Biarritz y San Sebastián, hasta la manera en que rentabilizó ante los periodistas y compradores americanos su condición de proveedor de diversas familias reales, especialmente la casa real española. Así, en junio de 1918, Lewis se mostraba optimista sobre el futuro en una entrevista con la corresponsal de *Women's Wear Daily*, afirmando que la sucursal de Biarritz gozaba de un gran éxito[318]. Monsieur Lewis añadía además que pronto iría a San Sebastián a presentar una exposición durante la temporada, sugiriendo a la periodista, "con una gran sonrisa": "entonces, quizá, ¿venderá usted a los Estados Unidos copias de modelos realizados para la reina de España la temporada pasada?". Cabe preguntarse si el avispado Monsieur Lewis pensó que sus sugerencias serían reveladas a los lectores de uno de los diarios más leídos del sector.

A pesar del optimismo de Monsieur Lewis la situación en primavera de 1918 se presentaba crítica, tanto en el frente como en la industria de la moda. La prensa se hizo eco de los rumores que habían circulado en París durante en marzo de 1918, durante la primera semana de bombardeos con cañones de largo alcance, y que especulaban sobre la posibilidad de que las grandes casas de alta costura abandonaran París para trasladarse a otro lugar; Biarritz, Montecarlo y Vichy eran algunos de los destinos que se barajaron en caso de emergencia.[319]. Sin embargo, la alta costura logró sostenerse gracias, en gran medida, a la actividad que muchos

[316] "San Sebastian races, fashion and society event, in full swing. Creations of Paris couturiers worn by visitors from France and Spain", *Women's Wear Daily*, 21 de septiembre de 1916.
[317] "Spanish toque the hat of the hour in Biarritz. Toreador and another Lewis model called «Calanes» attracting wide attention at San Sebastián races also", *Women's Wear Daily*, 13 de octubre de 1916.
[318] DeLange, "Some new hats shown by Lewis unusually large", *Women's Wear Daily*, 12 de junio de 1918.
[319] "Removal from couture from Paris suggested", *Women's Wear Daily*, 8 de mayo de 1918.

de sus creadores habían desarrollado a través de diversas sucursales en Francia. Así, la casa Callot, gozaba de un gran éxito de ventas en sus establecimientos de Biarritz, Niza y Montecarlo; esto permitía a sus gestoras resistir la presión de los grandes mayoristas americanos a quienes urgía ver las colecciones para producir a tiempo copias a precios considerablemente más bajos. Según relata la corresponsal de *Women's Wear Daily*, para entonces la casa Callot presentaba en su sucursal de Biarritz la colección íntegra (y no una selección de modelos, como había sido el caso en 1915 y 1916), tal y como ésta había sido concebida en París[320]. Por cada pedido recibido en Biarritz se realizaba una *toile* o patrón en tela de algodón basándose en las medidas de la clienta en cuestión y se enviaba a París para que el modelo fuera confeccionado en los talleres de la *maison* principal. Una vez terminado, se enviaba el modelo casi terminado de vuelta a Biarritz donde sería ajustado una última vez sobre la clienta por una probadora de la casa de París. Los últimos retoques de costura se realizaban en los talleres de Biarritz, compuestos por costureras procedentes de París y de Biarritz o sus alrededores[321]. A juzgar por el entusiasmo de las clientas, la calidad de los modelos pedidos en Biarritz era idéntica a los que hubieran podido encargarse en París.

Otras consagradas casas se sumaron a Callot, Chanel y Paquin abriendo nuevos establecimientos de temporada en Biarritz entre 1917 y 1918. Destaca en 1917 Nicole Groult, hermana del célebre modisto Paul Poiret, quien se estableciera en el número 3 de la place de la Mairie en septiembre de dicho año[322], para trasladarse a la villa Béarnaise de la rue Gardères a partir de mayo de 1918[323]. El 30 de abril de 1918 un anuncio en *La Gazette de Biarritz* informaba de que, "la maison Jeanne Lanvin, 22, faubourg Saint-Honoré, París, tienen el honor de hacer saber a sus clientas que una exposición de sus nuevas creaciones tendrá lugar en los salones que abrirá próximamente, [en el número] 7, [de la] place de la Liberté, [en] Biarritz". Establecida en París desde 1885 y considerada ya como una de las grandes damas de la alta costura parisina, la casa Jeanne Lanvin pronto se convertiría en uno de los emblemas de la moda en Biarritz.

[320] DeLange, "To maintain style supremacy is aim of Paris couturiers", *Women's Wear Daily*, 23 de mayo de 1918, 18.
[321] DeLange, "To maintain style supremacy is aim of Paris couturiers", 18.
[322] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 9 y 27 de septiembre de 1917.
[323] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 8 de mayo de 1918.

2.2. Los años 1920: la edad de oro de la alta costura en Biarritz

En agosto de 1921, la cronista de *La Gazette de Biarritz* conocida como Monique escribía en su habitual columna "La moda en Biarritz" una reflexión sobre "la importancia de Biarritz desde el punto de vista comercial". Con ocasión de la apertura de la histórica casa de alta costura Worth, Monique afirmaba: "el título de nuestra crónica, *La Moda en Biarritz* [cursiva de texto original], bien podría convertirse en simplemente la Moda. Tenemos en nuestra ciudad las sucursales de las más importantes casas parisinas, ya sea en costura, como en joyería, en automóviles, en mobiliario o incluso en productos alimenticios". En octubre de 1925 el diario neoyorkino *Women's Wear Daily* dedicaba un importante artículo al comercio en Biarritz que comenzaba con la siguiente reflexión:

> Biarritz. – Ha habido más cambios en lo que al comercio de lujo se refiere en el último año en Biarritz que en cualquier otra estación francesa […] Llegando a Biarritz desde París al anochecer, una queda impresionada por los grandes carteles luminosos de media docena o más de los principales *couturiers* de París. Al día siguiente el tamaño de los establecimientos impresiona aún más al visitante. Biarritz no está de moda solo durante una temporada; muchos de los hoteles están abiertos durante todo el año, y aunque los *couturiers* hacen fundamentalmente un negocio estacional, hay muchas acaudaladas mujeres españolas que compran su guardarropa entero en Biarritz, en lugar de hacer todo el viaje a París. La consiguiente importancia de las colecciones que se presentan [en Biarritz] promueve el comercio con mujeres inglesas y americanas, quienes quizá pasan rápidamente por París, no disponiendo de mucho tiempo para elegir su guardarropa allí.[324]

En su habitual estilo claro y directo, y con el objeto de informar a los profesionales del sector en Estados Unidos sobre la evolución del comercio del lujo en Francia, la corresponsal de *Women's Wear Daily* resumía así la extraordinaria importancia del comercio de la moda, y del fenómeno de la moda, en Biarritz, en Francia y en el contexto internacional. Tras el fin de la Primera Guerra Mundial París recuperó claramente su capitalidad en la industria de la moda y su carácter de centro de creación y difusión de tendencias. Sin embargo, Biarritz logró mantener un rol preponderante en la dinámica habitual entre el centro y la periferia de la moda. El carácter

[324] "« Commerce de luxe » has prosperous season at Biarritz, foreshadowing similar success for Palm Beach shops", *Women's Wear Daily*, 8 de octubre de 1925, 22.

cosmopolita de la colonia extranjera de Biarritz, reforzada por una mayor presencia de visitantes estadounidenses y sudamericanas; la fidelidad de la colonia española, liderada por la reina Victoria Eugenia; y la consolidación de la denominada *Côte Basque* como destino turístico y centro internacional de ocio y elegancia, fueron factores determinantes en la decisión de las principales casas de alta costura de permanecer en Biarritz, ampliando o construyendo nuevos establecimientos, organizando equipos estables, creando colecciones exclusivas, e introduciendo su actividad en Biarritz en su ambiciosa estrategia de comunicación. Los años 1920 vivieron una auténtica edad de oro del turismo de moda en Biarritz y en toda la Costa Vasca.

2.2.1. Los templos de la moda: el papel de los establecimientos

Las sucursales de las casas parisinas en Biarritz se convirtieron en lugares emblemáticos de la localidad, no solo desde el punto de vista arquitectónico, erigiéndose en referencias visuales del entorno urbano, sino también como espacios de experiencias sociales y sensoriales, integrándose en la ritualizada vida social de la Costa Vasca. En la medida en que el comercio del lujo se consolidó y floreció de forma extraordinaria en la década de 1920, los modistos invirtieron progresivamente en la transformación de sus sucursales e incluso en la construcción de nuevos edificios de cuidados interiores de acuerdo a criterios tanto estéticos como comerciales.

La casa Worth y el historicismo local

Salvo contadas excepciones, los archivos consultados, la hemeroteca o las colecciones privadas de las que hemos tenido conocimiento apenas guardan material gráfico de dichas sucursales por lo que hemos de recurrir a la documentación administrativa custodiada por las instituciones locales, así como a testimonios recogidos fundamentalmente en la prensa local, francesa e internacional. Una de las excepciones a esta realidad documental es la de los archivos de la casa Worth de París que hoy se hallan en el Archive of Art and Design del Victoria and Albert Museum de Londres. Tras el retiro en 1952 de Roger Worth, biznieto del fundador de la casa, ésta fue adquirida por la casa Paquin en 1954 y ambas cesaron su actividad en 1956. Fue entonces cuando las sociedades House of Worth Ltd y Paquin Ltd donaron sus fondos al Departamento de Tejidos y Traje del museo británico, desde donde fueron transferidos al Archivo de Arte y Diseño que el V&A custodia. Este extraordinario fondo de más de 7.000 documentos cuenta con innumerables fotografías que ilustran parcialmente la historia de la casa

Worth, desde 1889 hasta 1949. Destacan entre ellas un fondo de imágenes que nos muestran los interiores de los salones de Worth en Londres, Cannes y en Biarritz, con fotografías de las dos sedes en las que tuvo su sucursal en la localidad vasca[325].

El 2 de agosto de 1921 la prensa biarrota se hacía eco de una nueva noticia sobre el comercio en Biarrritz y anunciaba que "las grandes elegantes extranjeras están felices de saber que uno de sus modistos preferidos: la Maison Worth establece aquí una sucursal que abrirá próximamente sus salones de exposición"[326]. El día 5 del mismo mes, el diario local informaba de que "la Maison Worth, que se han instalado en un elegante apartamento de la place de la Mairie, abrirá el lunes que viene sus salones de exposición donde podrán admirarse los más novedosos modelos de trajes para la playa y para el Casino, de un impecable gusto y de gran originalidad." La place de la Mairie, a la que daba nombre la sede consistorial biarrota desde 1870, fue el primer emplazamiento elegido por la casa Worth para abrir su primera sucursal en Biarritz en agosto de 1921[327]. Una segunda sede en los salones del Hôtel Carlton le siguió a partir agosto de 1926 hasta su cierre definitivo en 1935. El interior de la casa Worth estuvo caracterizado por un marcado estilo historicista de inspiración medieval en línea con el eclecticismo arquitectónico de numerosas villas construidas en Biarritz a finales del siglo XIX. Como en otras ciudades balneario europeas, la necesidad de evadirse y distanciarse de la realidad urbana de la que procedían sus visitantes, dio lugar a una diversidad de fantasías arquitectónicas que mezclaban diversos estilos entre los que destacaron especialmente el neogótico, diversas interpretaciones del estilo renacentista, y el denominado estilo regionalista o neo vasco, en boga sobre todo durante las primeras décadas del siglo XX. Las fotografías de la sucursal que la casa Worth estableció en la place de la Liberté muestran un gran salón presidido por una chimenea realizada en piedra y ladrillo sobre la que se observa un blasón compuesto por escudo, yelmo y cimera cuya procedencia desconocemos. Completan la decoración puertas de arco de medio punto y de arco ojival con marcos de madera, vigas de madera con decoración de ménsulas, lámparas de estilo medieval y mobiliario de estilo castellano y vasco, así como tejidos de terciopelo brocado utilizado para tapizar bancos y confeccionar cenefas que enmarcaban las ventanas.

[325] V&A Archive of Art and Design, Couture Houses: drawings, photographs and papers, Photographs: interiors of Biarritz branch, ca.1920 - ca.1930. House of Worth Ltd and Paquin Ltd., GB 73 AAD/1990/4/316-320.
[326] "Renseignements", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 2 de agosto de 1921.
[327] La place de la Mairie, junto con la place de la Liberté, cambiaron de denominación oficialmente tras el fin de la Primera Guerra Mundial en 1919, pasando a llamarse place Clemenceau. Sin embargo, durante todo el periodo estudiado tanto la prensa local como las propias casas de alta costura continuaron utilizando en su comunicación su antigua nomenclatura.

A juzgar por las escasas referencias que encontramos en la prensa local sobre el interior de la casa de Worth en Biarritz, se trataba de un estilo absolutamente en boga y acorde con los gustos decorativos de su clientela. Así, *La Gazette de Biarritz* hacía referencia a "los elegantes salones de la nueva sucursal" o a "los salones de Worth, en la place de la Mairie, tan elegantemente amueblados", sin describir la decoración que los caracterizaba. Sin embargo, en agosto de 1922 la revista *Vogue* ilustraba un artículo sobre las propuestas de Worth para la nueva temporada con imágenes del interior de su sucursal de Biarritz, junto con el siguiente texto:

> La gran chimenea vasca, con armas decoradas por flores de lis, pone su nota local, bastante sorprendente en el salón de un *couturier*. No solo la arquitectura de la casa, sino también la decoración interior, son de estilo vasco, dispuesta con gusto impecable. Cruzando las grandes puertas en arco, se percibe una zona de lujosos salones, decorados en el estilo del país, de la casa Worth en Biarritz. En primer plano, diferentes accesorios son expuestos, mientras esperan a las elegantes […] En este marco, de elegancia sobria y discreta, los vestidos creados para Biarritz son presentados a las clientas, fieles habituales o visitantes pasajeras del soleado Béarn, donde se reúne durante toda la temporada una refinada sociedad.[328]

La decoración de su sucursal de Biarritz contrasta radicalmente con las líneas rectas y el ambiente minimalista del interior de la sucursal de Worth en Cannes. El lustroso empanelado de madera, la utilización de espejos, la luz integrada en los techos y un mobiliario de formas depuradas y geométricas reflejan las últimas tendencias de lo que vino a denominarse el estilo Art déco en la decoración de interiores. La casa Worth parecía comprender perfectamente las tendencias arquitectónicas y decorativas imperantes en los lugares donde se establecía, tanto en las villas de la colonia extranjera en la Costa Vasca, como en los lujosos hoteles de la Costa Azul. La apertura y decoración de ambas sucursales fue una de las últimas decisiones que tomarían Gaston y Jean-Philippe, hijos de Charles Frederick Worth, respectivamente director general y director artístico de la casa hasta 1922.

En agosto de 1926 la casa Worth se trasladaba al elegante y recientemente ampliado Hôtel Carlton, instalando sus salones en una nueva ala construida en el ángulo de la avenue Victoria

[328] M.H., "La silhouette nouvelle chez Worth", *Vogue*, 1 de agosto de 1922.

y de la avenue de l'Imperatrice[329]. Las fotografías del interior de los salones parecen repetir el mismo esquema decorativo de su anterior establecimiento. Una gran chimenea, centrada sobre un muro de vigas entramadas y dos escaleras de madera a cada lado, presidía un salón visiblemente más amplio que el anterior, con salones interconectados por grandes puertas en arco de medio punto. A juzgar por lo que observamos en las fotografías, el mobiliario era muy similar, con algunas piezas idénticas y otras incorporaciones de estilo vasco, espejos de inspiración gótica, muebles de estanterías para la exposición de accesorios, y lámparas de araña y de tipo farol que añadían el deseado efecto historicista al conjunto. Cinco años después de la apertura de la primera sucursal este estilo alejado de las tendencias arquitectónicas y decorativas en boga en París y en otras capitales europeas, parecía seguir conectando con una sensibilidad propia de la Costa Vasca. Más allá de emblemáticos edificios residenciales del litoral vasco, encontramos otros importantes centros de moda y sociabilidad en Biarritz realizados en un estilo marcadamente vasco, entre los que destaca el célebre Bar Basque, fundado en 1918 y situado en los bajos del Grand Hôtel en la place Bellevue. Ineludible lugar de encuentro y exposición de la vida en Biarritz, el Bar Basque presumía de su rústico interior, decorado con paneles pintados por el artista vasco Ramiro Arrue, y de su pequeño comedor, que evocaba una tradicional cocina vasca.

La casa Jeanne Lanvin en la villa Duchâtel: un referente histórico

La casa Lanvin fue la casa de alta costura parisina que durante más tiempo permaneció representada en Biarritz, entre abril de 1918 y febrero de 1942. Fundada por Jeanne Lanvin en 1885[330], la casa Lanvin se caracterizó desde sus inicios por su carácter innovador y su ambición comercial, creando en 1908 un departamento de moda para niños; en 1921 un establecimiento dedicado a la decoración de interiores; una línea de perfumes y otra de peletería, ambas en 1924; una línea *sport* en 1925, y en 1926 una línea dedicada a la moda masculina. Para 1925 la casa Lanvin contaba en su sede de París con 23 talleres donde trabajaban 800 personas, sin contar con el personal de ventas.

En 1926 la casa Lanvin se instalaba en un nuevo establecimiento, una villa adquirida por Jeanne Lanvin en la avenue Edouard VII y enteramente transformada que pronto vino a conocerse como la Villa Lanvin. Desde que expusiera sus colecciones por primera vez en abril de 1918,

[329] Marie d'Albarade, *La belle histoire des palaces de Biarritz, époque II* (Biarritz: Atlantica, 2010), 127.
[330] Sophie Grossiord, ed., *Jeanne Lanvin (1867-1946)* (París: Paris Musées, 2015), 27.

la modista había retornado a Biarritz cada temporada para instalarse en los salones del número 7 de la céntrica place de la Liberté. En mayo de 1919 la casa anunciaba que "respondiendo al deseo de numerosas clientas" [331] volvía a instalarse en la conocida dirección. El gran éxito de la iniciativa movió a Lanvin a buscar un lugar menos céntrico y más exclusivo donde recibir a su clientela en las mismas condiciones que en sus cuidados salones de la rue Fabourg Saint-Honoré de París. En mayo de 1920 el diario *Women's Wear Daily* informaba sobre un nuevo movimiento de Lanvin en Biarritz; según el diario neoyorkino, "la Maison Lanvin ha adquirido recientemente una excelente propiedad en forma de villa situada en el centro del barrio aristocrático de Biarritz en la rue de Russie, frente al mar y muy cerca del Hotel du Palais y del [Hotel] Carlton. La apertura de la villa tendrá lugar en junio con una especial y sensacional colección"[332]. La casa Lanvin permaneció en la mencionada villa de la rue de Russie entre el verano de 1920 y la primavera de 1921, pues en agosto de este año volvía a la villa Béarnaise[333], la "pequeña y hermosa villa que ocupa en la place de la Liberté"[334]. Además de las mencionadas operaciones inmobiliarias, Jeanne Lanvin seguía aumentando su personal en la sucursal de Biarritz, prueba del buen desarrollo del negocio. Más allá de los recurrentes anuncios que se sucedieron desde 1918 buscando costureras, personal para la tienda[335], o modelos, en 1922 la casa solicitaba una "cocinera, que haga un poco de limpieza, 200 francos al mes, sin alojamiento"[336], así como un "garçon de magasin"[337] o chico de los recados, una figura habitual en los establecimientos de moda de Biarritz. Se trataba de jóvenes adolescentes que se ganaban un pequeño sueldo asistiendo en lo que necesitara al personal de la tienda y los talleres; una de las tareas más importantes que se les confiaba era la entrega a domicilio de pedidos finalizados, muy frecuentemente urgentes, y de los que dependía la satisfacción de la exigente clientela de la casa. Quizá por ello un nuevo anuncio publicado por la casa Lanvin unos años después, en julio de 1925, solicitaba esta vez "un hombre joven y serio, para recados y entregas"[338].

Asimismo, Jeanne Lanvin, al igual que algunos de sus colegas parisinos, pronto entendió la importancia de participar en la vida social, económica y cultural de la comunidad biarrota,

[331] *L'indépendant des Basse Pyrennées*, 24 de abril de 1919.
[332] "Biarritz house for Lanvin and Paris branch opened", *Women's Wear Daily*, 20 de mayo de 1920, 2.
[333] "La Mode sur la Côte Basque", *La Côte Basque*, 9 de agosto de 1925.
[334] Monique, "La Mode à Biarritz", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 25 de agosto de 1921.
[335] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 8 de junio de 1918; 4 de septiembre de 1919; 8 de julio de 1920; 6 de septiembre de 1920.
[336] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 31 de agosto de 1922.
[337] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 8 de septiembre de 1922.
[338] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 15 de julio de 1925.

contribuyendo a los esfuerzos del Syndicat d'initiative de Biarritz[339] por promocionar el turismo y el comercio de la ciudad, y participando en las diferentes iniciativas organizadas con dicho fin. En diciembre de 1920 el jurado del "concurso de balcones floridos", organizado anualmente por el diario *La Gazette de Biarritz,* otorgaba una mención especial a las casas Lanvin y Worth cuyos hermosos arreglos florales habían podido observar en el transcurso de su paseo[340]. A pesar de que ninguna de las reputadas casas se había inscrito oficialmente en el concurso, con su participación ambas mostraban su solidaridad e implicación en el devenir de la estación balnearia e inscribían sus establecimientos en la memoria visual de los paseantes de Biarritz. Así, en el transcurso de la década de 1920, las casas de moda se convirtieron en lugares de gran significación del espacio urbano y social biarrota.

En el verano de 1923 llegaba a Biarritz, Madeleine Vionnet, una de las más reputadas creadoras del momento y quien, junto con mujeres como Lanvin, Chanel o Louiseboulanger, revolucionó la moda en el periodo de entreguerras con su particular visión del movimiento y del cuerpo femenino. Tras formarse en las grandes casas de moda de la Belle Epoque, como la casa de Jacques Doucet o Callot Sœurs, Vionnet lideró la reinterpretación moderna del clasicismo en la moda mediante sus diseños de corte innovador; caracterizadas por la utilización del drapeado y el corte al bies, sus creaciones permitieron una nueva relación entre el vestido y el cuerpo, moldeándolo sin constreñirlo, y acompañándolo en su movimiento. La llegada de Madeleine Vionnet fue así tan esperada en Biarritz como la de otros grandes creadores de su generación.

Después de hacer una primera presentación de sus creaciones en los salones del Grand Hôtel en septiembre de 1923[341], Vionnet se decidía a establecer una sucursal de su casa en uno de los espacios más apreciados del Casino Bellevue, el situado en la llamada Rotonda Bellevue. En septiembre de 1924 *La Gazette de Biarritz* informaba sobre la próxima apertura de Vionnet: "continuando su marcha hacia lo mejor y hacia lo bello, Madeleine Vionnet acaba de abrir su sucursal en Biarritz"[342]. Tras precisar que la instalación del nuevo establecimiento se hallaba aún inconclusa, se anunciaba la presentación de la nueva colección de invierno que duraría hasta finales del mes de octubre "en un entorno ya encantador donde encontramos la nota de

[339] El Syndicat d'Initiative de Biarritz fue fundado en julio de 1912, siguiendo la creación en 1905 del Syndicat d'Initiative du Pays Basque.
[340] "Le concours del balcons fleuris. Le palmares", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 30 de agosto de 1924.
[341] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 8 de septiembre de 1923.
[342] "Echos. Madeleine Vionnet", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 24 de septiembre de 1923.

refinada elegancia de la famosa modista". Así, las nuevas creaciones de Vionnet se presentarían "todos los días a las damas que están felices de pasar una hora parisina mientras admiran el maravilloso espectáculo que se descubre en este lugar único de Biarritz." Madeleine Vionnet quería asimismo tranquilizar a sus clientas insistiendo en que éstas encontrarían en la sucursal de Biarritz "el mismo entusiasmo, las mismas ventajas y la misma precisión" que en su sede parisina de la avenue Montaigne, y solicitaba a la cronista que precisara "que la entrada a los salones está en [la fachada que da a] la playa y que su número de teléfono en Biarritz es el 11-12." Un grabado del artista Thayaht reproducido en la revista parisina *La Gazette du Bon Ton* en 1924 reproducía una escena el interior de los salones de la casa Vionnet de Biarritz; en dicho grabado, se observa a la propia Vionnet en pie, ataviada con un vestido rojo y una chaqueta negra, recibiendo a un grupo de clientas que, sentadas en una butaca, admiran el pase de tres modelos de la casa frente a dos grandes espejos. Los tres modelos presentados (dos vestidos de noche y un abrigo de día) destacan en el fondo de líneas puras, con techos altos, muros y moquetas de color marfil, y la única competencia de dos grandes celosías de forja que separan los salones. Un mes después de la apertura de la casa en Biarritz el diario *Women's Wear Daily* publicaba tres bocetos de Biarritz, entre los que destacaba "un vestido de Vionnet en crepé de China de color blanco llevado con un gran sombrero amarillo"[343]; el vestido en cuestión fue advertido por la corresponsal del diario sobre "Miss Lela Emery", heredera de la fortuna del magnate immobiliario de Cincinati, John J. Emery, que pasaba largas temporadas en la residencia familiar de Biarritz, la villa Larochefoucauld. Tanto ella como su hermana Audrey, quien en 1926 contrajera matrimonio con el gran duque Dimitri Pávlovich, eran habituales clientas de la casa Vionnet en Biarritz. En marzo de 1926 la casa Vionnet anunciaba a su clientela sobre la próxima presentación en la sucursal de Biarritz de "la colección completa de sus modelos de verano, así como sus creaciones especiales, [de] vestidos de *sport*"[344]. La casa Vionnet de Biarritz se confirmaba como un lugar estratégico para la modista que decidía seguir a otros en su decisión de crear colecciones exclusivas para la estación vasca. Varias fotografías tomadas por los hermanos Séeberger en Biarritz en 1928 muestran el exterior de la sucursal de Vionnet en la Rotonda del Casino Bellevue, cuyo gran rótulo con el nombre de la modista

[343] "Fine pleats are worn in Biarritz", *Women's Wear Daily*, 25 de agosto de 1924.
[344] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 19 de marzo de 1926.

podría verse desde la Grande Plage y el paseo del mar[345]. Madeleine Vionnet seguiría presentado sus creaciones en la emblemática rotonda hasta el otoño de 1933[346].

Al igual de Vionnet, Jeanne Lanvin era en 1925 una de las creadoras de moda más reconocidas en el panorama internacional que gestionaba un auténtico imperio de moda con una numerosa y fiel clientela a ambos lados del Atlántico. La sucursal de Biarritz jugaba un papel fundamental en su estrategia empresarial por el prestigio de la estación balnearia como centro de moda y por la cosmopolita, sofisticada y opulenta clientela que en ella se daba cita. En septiembre de 1925 el diario parisino *Le Gaulois* publicaba una crónica escrita desde Biarritz por el periodista Pierre Plessis en la que, bajo el título "Pequeño manual de la moda, del chic y de la elegancia", expresaba una serie de reflexiones inconexas sobre la vida en la Costa Vasca, y muy especialmente sobre la moda, que resultan particularmente relevantes para el estudio que nos ocupa. Gran conocedor de la vida mundana parisina, amigo íntimo de numerosas actrices y clientas de alta costura, como Cécile Sorel, y habitual de las estaciones balnearias, Plessis afirmaba que "todo aquí, de hecho, es un pretexto para la elegancia. La rue de la Paix, la rue Royale, la place Vendôme han hecho de Biarritz la puerta de honor de su imperio. El año próximo la convertirán en una segunda capital"[347]. Las tres direcciones parisinas referidas por el cronista conformaron las principales arterias comerciales de la moda de lujo en París, el espacio en el que se concentraban la mayor parte de las grandes casas de alta costura y que habían venido a simbolizar la excelencia de la moda francesa y su influencia en el panorama internacional. Tal y como Plessis apuntaba, la propia industria de la alta costura había convertido a Biarritz en parte fundamental de su entramado económico y social, y el periodista vaticinaba un futuro aún más brillante para la Costa Vasca que tanto admiraba. Hablando de la presencia del comercio del lujo en Biarritz Plessis señalaba que "los *couturiers* se prodigan en generosidad y organizan cenas. Esta aquí y allá, por todas partes, más cerca, más lejos, plantan sus blasones en el corazón de la ciudad, hacen correr sus colores sobre el agua y forran sus creaciones de movimiento con su savia"[348]. El cronista constataba así la creciente presencia de los propios creadores en Biarritz y en la Costa Vasca, particularmente manifiesta desde los inicios de la década, así como la importancia de sus establecimientos como lugares

[345] Bibliothèque Historique de la Ville de Paris, Annexe de la maison de couture Vionnet: immeuble en rotonde à Biarritz, photographie par Séeberger frères, 1928.
[346] El último anuncio publicado en la prensa local data de septiembre de 1933. En, *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 14 de septiembre de 1933.
[347] Pierre Plessis, "Petit anuel de la mode, du chic et de l'elégance", *Le Gaulois*, 27 de septiembre de 1925.
[348] Plessis, "Petit anuel de la mode, du chic et de l'elégance".

representativos de su marca (ignoramos si Pierre Plessis tuvo ocasión de observar el blasón de la chimenea de la casa Worth), y la difusión de sus creaciones a través de sus clientas en Biarritz, modelos de excepción. Siguiendo con las metáforas, Plessis se refería a una de estas creadoras en particular, afirmando que "Jeanne Lanvin convierte su sucursal en un palacio de las mil y una noches, y sus modelos, de un gusto tan exquisito y tan fastuoso, viajarán del Pavillon royal al palacio de Madrid, de Madrid a las noches deslumbrantes de Argentina, y de la Côte d'Argent a las orillas de pájaros azules, dígase de Biarritz que es el encanto de Francia"[349].

Jeanne Lanvin había encontrado ya un nuevo lugar donde instalar su particular "palacio de las mil y una noches" cuando Pierre Plessis escribió la citada crónica. Según los archivos municipales de Biarritz, Lanvin era ya propietaria de una villa en la avenue Edouard VII de Biarritz en la primavera de 1925. Con el objeto de realizar importantes obras en la misma y de transformarla en su nueva sucursal de Biarritz, la modista solicitaba al ayuntamiento biarrota el correspondiente permiso de obras, presentando para ello los planos realizados por el arquitecto Robert Fournez en mayo de 1925[350]. Jeanne Lanvin escogía así a un arquitecto con el que había trabajado sobre diversos proyectos importantes. En 1921 Fournez había participado en la transformación del *hôtel particulier* o residencia privada de la modista, sito en el número 16 de la rue Barbet-de-Jouy de París (la obra fue realizada entre 1921 y 1925), y en 1922 Lanvin le había confiado igualmente el proyecto de construcción de las villas La Chêneraie y y La Buisserie, en la localidad de Vésinet donde, junto con su hija Margueritte y su yerno el conde Jean de Polignac, se refugiaba a menudo para descansar y trabajar en nuevas colecciones. En el marco de la organización de la Exposición Internacional de las Artes Decorativas e Industriales Modernas, celebrada en París entre abril y noviembre de 1925, Jeanne Lanvin fue nombrada presidenta del jurado internacional y presidenta de la clase 20, que correspondía a la categoría del vestido y reunía a modistos, sastres, peleteros, y artistas diseñadores de tejidos impresos o bordados. En su condición de presidenta, Lanvin fue la responsable de la selección de los profesionales del sector que estarían representados en la exposición, así como de la elección de los arquitectos que llevarían a cabo la realización de las salas en el Grand Palais y la construcción y decoración del denominado Pabellón de la Elegancia. La elección recayó sobre dos arquitectos de su confianza: Robert Fournez y Armand-Albert Rateau, arquitecto decorador con quien Lanvin había creado en 1921 la sociedad Lanvin Décoration y quien había diseñado para ella el interior de sus residencias privadas en París y Vésinet, así como de los

[349] Plessis, "Petit anuel de la mode, du chic et de l'elégance".
[350] Archives des Pyrénnées-Atlantiques, Travaux publics et voirie en général, Permis de construire, 1925, N° 108.

establecimientos de la casa Lanvin en los números 15 y 22 de la rue Faubourg Saint-Honoré. Aunque no hemos hallado rastro documental sobre el proyecto de interiorismo de la sucursal de Lanvin en Biarritz, es muy probable que la modista volviera a encargar el proyecto al tándem formado por Fournez y Rateau.

Lanvin había proyectado transferir su sucursal de Biarritz a la conocida villa Duchâtel, un edificio residencial con una larga historia en el barrio más aristocrático de la localidad, en los aledaños del antiguo palacio imperial. Por encargo del conde de Duchâtel, la villa fue construida por el arquitecto Henri Parent y finalizada en octubre de 1879[351]. La pareja formada por Tanneguy Duchâtel[352], abogado, político y diplomático francés, y su esposa Gabrielle d'Harcourt era muy conocida en la colonia foránea de Biarritz, sobre todo tras la finalización de su residencia y a lo largo de la década de 1880. Las numerosas veladas teatrales, recepciones y bailes organizados por los condes de Duchâtel en su residencia eran conocidas y admiradas por la aristocrática sociedad que se daba cita en Biarritz durante todo el año. Encontramos diversas referencias a los eventos organizados por la condesa de Duchâtel, tanto en la prensa francesa como en la española, siendo sus relaciones con la colonia española especialmente remarcables. Así, en abril de1885 llegaba a París "los ecos de una velada artística que la condesa de Duchâtel viene de ofrecer en su residencia de la avenue des Ambassadeurs", cuyo gran salón fue transformado en teatro para una audiencia compuesta por residentes de Biarritz, fundamentalmente españoles e ingleses, como la condesa de Macuriges, el duque de Sanlúcar, el marqués de Isasi, la señorita Pringle, el conde de Strathmore, el duque de Osuna, o el antropólogo y geólogo Armand Landrin[353], director del Musée de Trocadero[354]. Del mismo modo una larga crónica publicada en Madrid en 1886 describía con detalle "un acontecimiento en aquella playa [de Biarritz] la representación bilingüe que se celebró el miércoles en casa de la condesa de Duchâtel". Según el diario madrileño el clímax del espectáculo fue el cuarto acto

[351] Marie d'Albarade, *La belle histoire des palaces de Biarritz, époque I* (Biarritz: Atlantica, 2007), 173.
[352] Tercer conde de Duchâtel, nacido en París (1838-1907) en el seno de una familia dedicada a la política y la administración, fue abogado durante el Segundo Imperio y elegido diputado por el departamento de Charente-Inférieur (renombrado Charente-Maritime en 1941) en 1871. Tras las elecciones de 1876, fue nombrado ministro plenipotenciario en Copenague en 1876, en Bruselas en 1878, y embajador en Viena en 1880. En 1886 presentó su dimisión en protesta contra la denominada ley de exilio, que prohibía a los descendientes de familias reinantes en Francia residir en el país. Reelegido diputado, se retiró a la vida privada en 1889. En Guy Antonetti, "Duchâtel (Charles-Marie-Tanneguy)", *Les ministres des Finances de la Révolution française au Second Empire (II): Dictionnaire biographique 1814-1848* (Vincennes: Institut de la gestion publique et du développement économique, 2007), 463-487.
[353] "Nouvelles et Echos", *Gil Blas*, 7 de abril de 1885.
[354] El Musée d'Ethnographie du Trocadero fue el primer museo etnográfico fundado en París en 1878. Armand Landrin tuvo un papel fundamental en el enriquecimiento de las colecciones del museo, con un especial énfasis en el estudio de la etnografía en Francia.

del "Don Juan Tenorio", protagonizado por el duque de Tamames, quien "lucía un magnífico traje de la época y sujetaba la pluma al fieltro con rica joya"[355]; le siguió la representación de la pieza francesa "«Le petit abbé», en la que hizo de abate la Condesa de Duchâtel, cuyo traje le sentaba á las mil maravillas". También llegaban a Madrid otras noticias de la villa Duchâtel sobre personalidades relevantes de la vida social y política española. Así, con ocasión de un viaje de Antonio Cánovas del Castillo a Zúrich, ("en Suiza tomará las aguas de Rastag, en la falda de los Alpes"), en abril de 1887 el diario español *El Pabellón nacional* señalaba su paso por Biarritz, donde "concurrieron todos los amigos políticos y particulares del jefe del partido conservador que se hallan de temporada en San Juan de Luz, Hendaya y San Sebastián", subrayando el cronista que "antes de abandonar á Biarritz, el señor Cánovas ha sido obsequiado con una espléndida comida por la comtesse Duchâtel"[356]. La joven condesa y célebre anfitriona fallecía en abril de 1889 en su residencia de Biarritz, en cuya parroquia el conde Duchâtel celebró sus funerales. Asistieron a las exequias "todas las personalidades notables de la colonia extranjera" [357], junto con representantes políticos y sociales biarrotas, como el alcalde Augey, el general de división Munier, "en una palabra todas las autoridades de Bayona y de Biarritz"[358]. En 1892 el conde Duchâtel contrajo matrimonio con Ada Bellairs, hija de Edmund Bellairs, vicecónsul británico en Biarritz.

El 1903 la villa Duchâtel iniciaba una nueva vida como anexo del Hôtel Victoria que se hallaba enfrente de la residencia y que fue fundado en 1885 por Jean Fourneau. En vista del deseo del conde Duchâtel de vender su propiedad, el hábil promotor adquirió la villa y todo su mobiliario como residencia reservada a los clientes más exclusivos del hotel, asegurándose así 14 nuevas habitaciones de lujo y las vistas sobre el mar que atraían a su ilustre clientela. Entre los huéspedes de la villa destacó especialmente la duquesa de Manchester, quien recibió en numerosas ocasiones al rey Eduardo VII, habitual residente de Biarritz entre 1906 y 1910. También se alojaron en la villa, entre otros, Duchâtel Tewfik Pachá, hijo del jedive Ismail Pacha; el hombre de negocios estadounidense John Wanamaker, fundador de una de las más importantes cadenas de grandes almacenes de Norteamérica; y Guillermo Landa y Escandón, gobernador de distrito federal de México y miembro del círculo de amigos de Porfirio Díaz[359]. Con el advenimiento de la Primera Guerra Mundial la villa tuvo el mismo destino que el Hôtel

[355] "Ecos madrileños", *La Época*, 11 de octubre de 1886.
[356] *El Pabellón nacional*, 4 de agosto de 1887.
[357] "Biarritz", *Le Mémorial des Pyrénnées*, 14 de abril de 1889.
[358] "Biarritz".
[359] D'Albarade, *La belle histoire des palaces de Biarritz, époque I*, 173-175.

Victoria y el resto de hoteles de lujo de Biarritz, convirtiéndose en centro hospitalario y residencia para el cuidado y descanso de los heridos de guerra. En 1920 la familia Fourneau vendió la villa Duchâtel al industrial alsaciano y habitual de Biarritz Lucien Baumann, quien tras sufrir una agresiva campaña de acoso mediático durante la contienda que cuestionaba su lealtad a Francia, se estableció junto con su familia en la Costa Vasca.

La villa Duchâtel era ya una referencia arquitectónica en el espacio urbano de Biarritz cuando Jeanne Lanvin la adquirió en 1925, y formaba parte del imaginario colectivo de los biarrotas quienes había sido testigos, más o menos directos, de los fastos y episodios históricos que dicha residencia había protagonizado. Tanto su historia como su privilegiado emplazamiento hubieron de persuadir a Lanvin para su nueva instalación en Biarritz. Junto con Fournez transformó la distribución de su interior para adaptarla a las necesidades de una casa de alta costura, con grandes salones para la presentación de modelos, habitaciones para las pruebas, talleres de costura y ropería, así como habitaciones privadas para el personal que se desplazaba desde París para largas temporadas. Según puede interpretarse por la lectura de los planos presentados por Fournez en el ayuntamiento biarrota, la zona de recepción de las clientas y confección o arreglo de prendas se situaba en la primera planta del edificio, mientras que la zona reservada al personal se hallaba en la planta baja. En el expediente administrativo municipal no hallamos planos correspondientes a los sótanos de la villa; es razonable pensar que fueron utilizados como zona de servicio y almacenamiento hasta la instalación en los mismos del restaurante Mar y Sol en agosto de 1928. Lanvin decidió también construir nuevos espacios en torno a la entrada principal del edificio, dispuestos en torno a un nuevo y "elegante patio de mármol (como en Versalles)"[360], y destinados al alquiler de comercios. Destacan entre las casas que se establecieron en este nuevo espacio comercial, el peluquero-perfumista Voisine, instalado en "el ala derecha del hôtel Lanvin [sic]"[361], y la casa Hermès de París, cuya sucursal de la villa Duchâtel de Biarritz inaugurada en 1927[362] ha permanecido hasta actualidad.

En agosto de 1925 la nueva revista ilustrada *La Côte Basque* constataba que,

[360] "Biarritz, Entre nous…", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 21 de mayo de 1928.
[361] "La mode sur la Côte basque", *La Côte basque*, 25 de julio de 1926, 478.
[362] Los primeros anuncios que incluían una referencia a la sucursal de la casa Hermès en Biarritz se publicaron en la prensa francesa en 1927. A modo de ejemplo, en: *Biarritz Illustré et Côte basque-Pyrénnées*, 30 de julio de 1927, 10.

> Los trabajos de transformación de la villa Duchâtel están a punto de completarse. Todo hace pensar que hacia los primeros días de septiembre los nuevos salones estarán abiertos a la elegante clientela de Jeanne Lanvin. Las tiendas de la villa Béarnaise seguirán sim embargo abiertas. Allí se instalará el departamento de moda masculina. En efecto, Jeanne Lanvin ha añadido a su casa de costura una casa de sastrería para caballeros, así como una sección especial con todos los accesorios del cuidado masculino (camisas, corbatas, punto, etc.) La perfección del corte de sus trajes, el colorido original de sus corbatas, constituyen para Lanvin un reclamo suficiente como para que no necesitemos extendernos con antelación sobre esta cuestión.[363]

Lanvin se preparaba así para un doble lanzamiento, el de su nueva sucursal biarrota y el de su nueva línea de moda masculina, que presentaría oficialmente en enero de 1926. Finalmente, Lanvin decidió establecer en la misma sede de la villa Duchâtel tanto su casa de alta costura femenina como su nueva boutique de moda masculina, donde pronto comenzó a ofrecer prendas femeninas de *sport*, mientras que un banco parecía querer ocupar e el espacio liberado en la villa Béarnaise de la place de la Liberté[364]. En marzo del mismo año *La Gazette de Biarritz* anunciaba que "la Maison Lanvin abrirá las puertas de sus nuevos salones el 29 del presente mes y presentará en un marco verdaderamente único las deliciosas creaciones de su última colección"[365]. En octubre de 1926 la revista La Côte Basque publicaba la fotografía de una orgullosa Jeanne Lanvin ante la puerta de su recién estrenada villa de Biarritz[366]. La histórica residencia del conde Duchâtel pronto vino a denominarse entre los biarrotas como la villa Lanvin.

La casa Jean Patou y el antiguo ayuntamiento: la transformación de un lugar simbólico

En lo que a edificios emblemáticos de Biarritz se refiere podría decirse que el modisto Jean Patou se distinguió manifiestamente entre sus colegas tras adquirir en febrero de 1925 el inmueble que aún era sede del gobierno municipal. Aunque muchos celebraron la noticia como una prueba irrefutable del florecimiento de Biarritz, la operación de venta dirigida por el alcalde provocó todo tipo de reacciones, desde el agravio a la sátira. Jean Patou vivía uno de los momentos más dulces de su carrera desde la fundación de la casa de alta costura que llevaba su

[363] "La mode su la Côte basque", *La Côte Basque*, 9 de agosto de 1925.
[364] "La Poitinière", *La Côte Basque*, 27 de diciembre de 1925.
[365] "Echos", *Gazette de Bayonne, de Biarritz et du Pays Basque*, 23 de marzo de 1926.
[366] "La Mode sur la Côte Basque", *La Côte Basque*, 10 de octubre de 1926.

nombre en 1914. Nacido en el seno de una familia de la burguesía industrial parisina, Patou había dudado en su juventud entre la carrera militar y la costura y, tras tres años como voluntario en el ejército, en 1910 fundó su primera casa de alta costura, la Maison Parry, junto a su socia Marie-Antoinette Sonneville. En junio de 1914 decidía establecerse en solitario con su propio nombre; sin embargo, a escasos días de su primera presentación oficial, su proyecto se vio bruscamente interrumpido por el advenimiento de la Primera Guerra Mundial y su consiguiente movilización. Desde la reapertura de la casa Jean Patou en 1919, ésta representó uno de los casos de mayor éxito de la industria de la moda en el período de entreguerras.

Al igual que muchos de sus colegas, Patou abrió sucursales en Deauville, Biarritz, Cannes y Montecarlo, y concibió diferentes líneas de accesorios, perfumes y prendas deportivas, siendo considerado junto con Gabrielle Chanel, el padre del estilo *sport* que dominó la moda de toda la década de 1920. Fue precisamente en febrero de 1925, momento de la compra del edificio para su sucursal biarrota, cuando Jean Patou creó su célebre "Le Coin des Sports", o el rincón de los deportes, una boutique instalada en la planta baja de su casa de alta costura en París donde el modisto proponía a sus clientas faldas, vestidos, abrigos, suéters, prendas hechas a medida en tejidos flexibles y confortables, especialmente el punto. Tras su lanzamiento, Patou puso al frente de la boutique a una joven conocida tanto en la sociedad aristocrática británica como en la colonia inglesa de Biarritz; se trataba de Phyllis Boyd, vizcondesa de Janzé desde su matrimonio en 1922 con el vizconde Henri de Janzé. En junio de 1925, mientras Patou hacía preparativos para la apertura de su sucursal, la revista Vogue se refería a "la joven vizcondesa de Janzé, en un estilo muy *sportsman*, con una falda plisada de lana blanca, un suéter beige y un impermeable casi blanco, extremadamente elegante. En su cabeza lleva un sombrero de caballero, y sus guantes son de ante amarillo"[367]. También en junio de 1925 la revista estadounidense *Harper's Bazaar* se refería a la vizcondesa Janzé, quien, con ocasión de la fiesta organizada por el cónsul americano McWilliams y su mujer, lucía "un vestido muy corto de gasa estampada de Patou"[368]. Un boceto de la joven portando el vestido estampado de rosas del modisto del momento ilustraba el artículo. La boutique "Le Coin des Sports" que Phyllis Boyd ayudó a poner en marcha en febrero de 1925 fue la precursora de la línea "Sports et Voyage" que Patou crearía en 1928.

[367] "Fashion prophecies from French resorts", *Vogue US*, junio de 1925, 118.
[368] Marjorie Howard, "The hunting of the chic", *Harper's Bazaar*, junio de 1925, 85.

La adquisición del ayuntamiento de Biarritz por Jean Patou en febrero de 1925 fue percibida como un evento extraordinario y comentado extensamente en la prensa francesa e internacional. *La Gazette de Biarritz* nos ofrece una de las crónicas más detalladas y también emotivas de las que hemos podido consultar. El ayuntamiento había decidido vender el edificio que ocupaba desde 1870 en uno de los lugares más concurridos de Biarritz y al que había dado su nombre: la place de la Mairie o plaza del ayuntamiento. Con el beneficio de la venta, el consistorio planeaba poder financiar la compra y adaptación de un inmueble más amplio que correspondiera a las crecientes necesidades de la ciudad, la villa Javalquinto, propiedad del duque de Osuna. Así, el 9 de febrero de 1925 a las 5 horas se procedió a la subasta del edificio municipal en la sala de bodas del ayuntamiento de Biarritz "la vieja sala un poco cansada de haber escuchado intercambiar, en el transcurso de los años, tantos juramentos en ocasiones tan rápidamente olvidados". Ante la expectación de los numerosos biarrotas, el alcalde Petit procedió al inicio de la subasta tras recordar el precio de salida, que ascendía a 1.000.000 de francos, y verificar el "buen funcionamiento del fuego simbólico". Se inició entonces lo que el diario *Women's Wear Daily* consideró un método de venta de tintes medievales[369], y lo que *La Gazette de Biarritz* denominó como un momento solemne[370]: el alcalde, siguiendo la tradición, encendió tres velas, cuya combustión limitaría el tiempo del que disponían los potenciales licitadores. Antes de que se apagara la primera vela "un señor barbudo y desconocido"[371], que *Women's Wear Daily* identificó como "Paul Bordelet, de París"[372], ofreció 10.000 francos, a lo que Jean Patou, un "señor elegante y desconocido"[373] para los asistentes, replicó con otra oferta de 20.000 francos sobre el precio de salida. La primera y la segunda llama se consumieron casi al mismo tiempo, y tras apagarse la tercera vela el alcalde anunció la adjudicación. Con la ruptura del silencio vino la revelación de la identidad del ganador de la subasta, "el nombre de M. Patou, el gran *couturier* parisién, está en labios en todos", que adquirió el ayuntamiento de Biarritz por 1.020.000 francos.

Inmediatamente después de finalizar la venta Jean Patou hubo de responder a las preguntas de la cronista sobre sus planes para el edificio y la sucursal: "son muy simples", contestaba el modisto, "por el momento no quiero modificar nada de la línea general del inmueble con el fin

[369] B.J. Perkins, "Medievalism marks sale of town hall to Patou", *Women's Wear Daily*, 26 de febrero de 1925, 6.
[370] Renée Dominique, "L'Hôtel de ville de Biarritz va devenir temple de l'élégance", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 10 de febrero de 1925.
[371] Dominique, "L'Hôtel de ville de Biarritz va devenir temple de l'élégance".
[372] Perkins, "Medievalism marks sale of town hall to Patou", 6.
[373] Dominique, "L'Hôtel de ville de Biarritz va devenir temple de l'élégance".

de conservar en la plaza – a la que seguiremos llamando durante mucho tiempo aún place de la Mairie – su cachet tan particular y al que los amantes de Biarritz están tan habituados"[374]. Patou parecía ser consciente de la importancia, física y simbólica, del lugar que acababa de adquirir y que estaba a punto de ocupar; su respeto por la fachada y por la integridad de la plaza hubo de tranquilizar a numerosos biarrotas. Sin embargo, ya anunciaba algunos cambios:

> En la planta baja habrá tiendas. Guardaré una para mí; alquilaré las otras. En la primera planta tendré mis salones. Más tarde, veremos; quizá elevaré la casa una o dos plantas para alojar a mi personal. Lo que deseo es luz, mucha luz. ¿Ha observado usted lo estrechas que son las ventanas? Abriremos grandes vanos; pero la fachada será respetada. No obstante, no creo que guardaré el reloj, que no es bonito, bonito… En fin, hablaremos de todo pues tendré ciertamente la ocasión de conocer mejor *La Gazette de Biarritz* cuando me convierta en biarrota.[375]

La periodista terminaba su crónica subrayando la excepcionalidad de lo que acababa de acontecer en el que aún era el edificio consistorial de Biarritz y la emoción que reinaba entre aquellos que lo habían presenciado, comparable a "lo que se experimenta cuando dejas una casa habitada desde la infancia, por muy modesta que sea, para instalarse en otra morada donde los muros nunca han repetido los ecos de voces familiares"[376]. Tras la nostalgia, el título del artículo anunciaba el futuro: "El ayuntamiento de Biarritz se convertirá en un templo de la elegancia"[377].

A pesar de las reacciones que los planes desvelados por Jean Patou provocaron entre algunos miembros destacados de la sociedad biarrota (el célebre arquitecto bayonés Benjamin Gomez[378] le dedicó una serie de versos mordaces en *La Gazette de Biarritz* [379]) el modisto se propuso realizar la transformación del edificio rápidamente con el objetivo de abrir su flamante nueva casa en septiembre, en plena temporada alta. Tal y como consta en su correspondiente expediente del archivo municipal de Biarritz, Jean Patou encargó la reforma del edificio a su

[374] Dominique, "L'Hôtel de ville de Biarritz va devenir temple de l'élégance".
[375] Dominique, "L'Hôtel de ville de Biarritz va devenir temple de l'élégance".
[376] Dominique, "L'Hôtel de ville de Biarritz va devenir temple de l'élégance".
[377] Dominique, "L'Hôtel de ville de Biarritz va devenir temple de l'élégance".
[378] Benjamin Gomez fue un conocido arquitecto bayonés, decorador, escritor, acuarelista, concejal de cultura en el equipo del alcalde de Bayona, Joseph Garat. Su hermano Louis, también arquitecto, realizó algunas de las edificaciones neo vascas y Art Déco más significativas de la Costa Vasca. En, Gilbert Desport, "Gómez, Benjamin Aristide Moïse", Enciclopedia Auñamendi [en línea], 2021. [Fecha de consulta: 18 de enero de 2021]. Disponible en: https://aunamendi.eusko-ikaskuntza.eus/es/gomez-benjamin-aristide-moise/ar-67112/
[379] Benjamin Gomez, "M. Patou ne change pas tout", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 16 de febrero de 1925.

amigo y habitual colaborador el arquitecto Louis Süe. Junto con el pintor André Mare, Süe había creado en 1919 La Compagnie des Arts Français, una casa de decoración y edición que, bajo su dirección, asoció a numerosos artistas y artesanos de disciplinas complementarias en torno a proyectos de decoración, como los que encargaría Jean Patou[380]. Así, en 1921 Süe dirigió la decoración y diseño de mobiliario de la sede de la casa Jean Patou en el número 7 de la rue Saint-Florentin de París, y en 1924 hizo lo propio con la residencia privada del modisto en el número 55 de la rue de la Faisanderie, en el distrito 8 de la capital. La lectura de los planos presentados por el arquitecto en el ayuntamiento de Biarritz en marzo de 1925[381] confirma que el modisto llevó a cabo las modificaciones que había anunciado el mismo día de la subasta; así, se añadían dos nuevas plantas a las dos existentes, los bajos fueron transformados en tiendas, la fachada fue completamente rehecha en hormigón, abriendo vanos más amplios para crear espacios interiores más luminosos, y el antiguo reloj desapareció para dejar paso a un nuevo reloj integrado en lo más alto de la nueva fachada. En cuanto a la distribución, se crearon dos tiendas en el entresuelo, una de la cuales Jean Patou se reservaba para su *maison*. Desde una entrada central que daba sobre la place de la Mairie (ahora llamada place Clemenceau), se accedía a las plantas superiores de nueva creación: en el primer piso Patou instaló dos grandes salones interconectados para la recepción de las clientas y la presentación de modelos; la zona de probadores, con tres pequeños salones para atender a las clientas de forma individualizada; y la cabina de las maniquíes, donde las modelos se cambiaban para probarse los vestidos que desfilaban. En la segunda planta se ubicaban dos grandes talleres, que ocupaban la misma superficie que los salones de la primera planta; un taller más pequeño, un comedor y zona de servicio para los trabajadores. El acceso a los talleres desde el exterior se realizaba desde una escalera de servicio situada en la rue Mazagran. En el sótano se habilitaron varias salas de servicios y almacenaje, como la sala para el carbón. Coronaban el edificio el mencionado reloj y una espaciosa terraza abierta. Tal y como se especificaba en los planos, se instaló un gran letrero con el nombre del modisto en el balcón de la primera planta, así como los modernos "stores Baumann"[382] en todas las ventas del edificio.

[380] Sobre la historia de esta compañía ver, Florence Camard, *Süe et Mare et la Compagnie des arts français* (París: éditions de l'Amateur, 1993).
[381] Los planos presentados están fechados el 16 de marzo de 1925, y la carta remitida por Louis Süe al director del servicio de higiene del ayuntamiento de Biarritz data del 21 de marzo del mismo año. Archives des Pyrénnées-Atlantiques, Travaux publics et voirie en général, Permis de construire, 1925, N° 49.
[382] Se refiere a los estores realizados por la casa Baumann Fils et Cie, que gozaron de una gran popularidad en el periodo de entreguerras por su carácter innovador y su alta calidad.

El templo de la elegancia preconizado por la cronista de *La Gazette de Biarritz* parecía materializarse. Los biarrotas siguieron con gran interés la transformación de su antiguo ayuntamiento, y se congratularon cuando, en plena obra, Patou decidió colgar de la fachada una gran lona en la que se leía, "no será una sucursal, sino una casa de costura abierta durante todo el año"[383]. La gran apuesta de Jean Patou por su casa de Biarritz se confirmaba, tanto por la elección de su emplazamiento en un edificio y un espacio simbólicos de la localidad, como por la estabilidad de su actividad. Tal y como afirma Emmanuelle Polle en su obra sobre Jean Patou, Biarritz constituyó una excepción con respecto a las demás sucursales que el modisto gestionaba en Deauville, Montecarlo, Cannes y también Venecia[384]. Estas seguían el modelo habitual en la dinámica comercial de las sucursales, abriendo solo durante su respectiva temporada alta con una selección de modelos de la colección de París. Según Polle, los libros de cuentas de la casa constatan que los modelos enviados a Deauville o a Cannes era en ocasiones creaciones de temporadas precedentes que se presentaban en dichas sucursales a precios reducidos para facilitar su venta[385]. Jean Patou decidió que la casa de Biarritz tendría sus propias colecciones, concebidas por él exclusivamente para la Costa Vasca y producidas en los extensos talleres que había instalado en el segundo piso de su nuevo edificio.

En 1927 otro reputado modisto de alta costura decidía establecerse en Biarritz dejando su particular impronta con un nuevo y emblemático edificio. Se trataba de Edward Molyneaux, también conocido como capitán Molyneux tras su servicio en el ejercito británico durante la Primera Guerra Mundial. Establecido en París tras la contienda, Molyneux fundó la casa que llevó su nombre en 1919. Hombre de impecable elegancia e intensa vida mundana como Jean Patou, gozó de un gran éxito durante toda la década de 1920 vistiendo a la realeza europea, la sociedad británica y a un gran numero de estrellas del cine y del mundo del espectáculo, como Greta Garbo, Marlène Dietrich o Vivien Leigh. Tal y como hicieran sus colegas parisinos, el modisto abrió sucursales de su casa parisina en Cannes en 1922, en Montecarlo en 1924, en Biarritz en 1927 y finalmente en su Londres natal en 1932. En 1926 la revista *La Côte Basque* informaba de la visita de "Mrs y Mr Edward Molyneux", quienes "están seriamente pensando – parece ser –en abrir una sucursal de su casa en Biarritz"[386]. El rumor se confirmaba unos meses después, cuando el modisto encargó al arquitecto William Marcel la construcción de un

[383] "Chronique des stations. Biarritz. A l'ancienne mairie", *La Côte Basque*, 10 de mayo de 1925.
[384] Emmanuelle Polle, *Jean Patou. Une vie sur mesure* (París: Flammarion, 2013), 253.
[385] Polle, *Jean Patou. Une vie sur mesure*, 256.
[386] "Au Bar Basque", *La Côte Basque*, 14 de marzo de 1926, 168.

nuevo edificio en el centro de la localidad. El edificio Molyneux, tal y como vino a denominarse entre los biarrotas antes incluso de haber sido terminado, gozaba de un emplazamiento privilegiado en la avenue Edouard VII, donde hasta entonces se erigía el Hotel Tamaris[387], con vistas sobre la Grande Plage y el mar en su fachada posterior. William Marcel, arquitecto bordelés instalado en Bayona y autor de algunos de los edificios más representativos del estilo neovasco en la Costa Vasca, concibió para Molyneux una construcción clásica, en el más puro estilo Hausmann[388]. Tal y como recogió la prensa tras la apertura de la nueva sucursal:

> Primero se admira el pórtico de la entrada, con una ventana a cada lado, en el estilo sobrio y moderno que requieren los vestidos que exhibe Molyneux: trajes *sport*, por supuesto, traje de baño por un lado, vestido de punto por el otro, y nada más. En el interior, una gran sala conduce a los espléndidos salones de exposición que contemplan el océano, y allí uno puede sentarse y observar el desfile de las modelos, ya que tiene lugar todas las tardes como en la casa de París. Aquí se ven prendas especialmente creadas para la estación que no son reproducciones de lo que ya se ha visto en París.[389]

Molyneux no solo construyó la sede de su sucursal, sino todo un edificio de apartamentos de lujo que alquilaba a distinguidos visitantes de Biarritz, y donde él mismo se instalaba durante sus estancias en la Costa Vasca. Moda, ocio y espectáculo se fusionaban en en el nuevo Hotel Molyneux.

De una forma similar, trabajo y ocio se aunaban en la actividad de Jean Patou en Biarritz y la Costa Vasca. Patou había descubierto el País Vasco a través de su cuñado Raymond Barbas, un antiguo campeón de tenis y miembro de la selección nacional francesa que compartió cancha con algunas leyendas del deporte como René Lacoste y el vasco Jean Borotra, ambos amantes y habituales de la Costa Vasca. Antes de su sonada adquisición del edificio del ayuntamiento, Patou se hallaba visitando Biarritz, alojado en el Hôtel du Palais, durante todo el mes de julio de 1924[390]. Es muy probable que tras la apertura de su primera sucursal en Deauville el modisto se propusiera conocer la realidad biarrota para valorar un segundo establecimiento en la Costa Vasca. Una vez persuadido de la conveniencia de dicha iniciativa, Patou tuvo ocasión de

[387] Oldfellow, "English and American News", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 6 de junio de 1927.
[388] Archives des Pyrénnées-Atlantiques, Travaux publics et voirie en général, Permis de construire, 1926, N° 191.
[389] "Biarritz shops emphasize sports setting for fashion", *Women's Wear Daily*, 6 de septiembre de 1927, 10.
[390] "Nos hôtes", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 16 de julio de 1924.

conocer el País Vasco, donde se estableció entre febrero y mayo de 1926[391]. Durante este periodo el modisto llevó una intensa vida social, integrándose plenamente en la sociedad biarrota a través de su participación en cenas[392], galas benéficas, cacerías del zorro[393] o competiciones de lanchas motoras[394], además de sus habituales visitas a las salas de juego del Casino a las que, según Elsa Maxwell, era muy aficionado[395]. Fue así como decidió construirse una residencia privada en el País Vasco que se erigiera en refugio y lugar de descanso de sus crecientes responsabilidades. En 1929 adquirió un terreno de 30 hectáreas en el Bois de Berriotz, o bosque de Berriotz, en el municipio de Ustaritz, encargando de nuevo a su amigo Louis Süe la construcción de una villa. El resultado fue una de las obras más destacadas del arquitecto parisino, que trabajó en estrecha colaboración con el paisajista Jean-Claude Nicolas Forestier para el diseño de sus extensos jardines. El edificio, realizado en yeso y hormigón, era blanco, amplio, luminoso y de una extraordinaria simplicidad. Las líneas contemporáneas y depuradas del edificio contrastaban con el mobiliario de estilo Imperio y Carlos X que el modisto adquirió en una sola compra a un anticuario vasco[396]. El gran estanque, que hacía las veces de piscina, y los jardines que la rodeaban, ocupados por cerezos, ciruelos, perales, manzanos y rosales, se convirtieron en el centro de la vida de Patou su nueva villa Berriots[397]. A pesar de hallarse en el interior del país, y teóricamente alejada de la actividad mundana, la villa pronto se convirtió en un lugar de moda. En enero de 1932, al poco tiempo de ser finalizada, la edición americana de la revista Vogue dedicaba un reportaje a "la casa de Jean Patou en Biarritz"[398]. Ilustrado con numerosas imágenes de la propiedad, el artículo señalaba el equilibrio entre modernidad y clasicismo, sus magníficos jardines, su gran terraza, la bella piscina y las sublimes vistas; y también su gran explanada de entrada, "una entrada, por cierto, suficientemente grande para aparcar más de veinte automóviles". Así, *Vogue* concluía afirmando que: "«Berriots» está concebida para entretener a numerosos invitados que son

[391] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 19 de febrero de 1926 ; 3 de marzo de 1926 ; 1 de abril de 1926 ; 14 de abril de 1926 ; 10 de mayo de 1926.
[392] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 6 de agosto de 1925; 10 de abril de 1926.
[393] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz,* 15 de abril de 1925.
[394] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz,* 18 de agosto de 1925 ; 29 de agosto de 1925.
[395] Polle, *Jean Patou. Une vie sur mesure*, 70.
[396] Polle, *Jean Patou. Une vie sur mesure*, 61.
[397] En la grafía correcta del topónimo "Berriotz", que inspiró el nombre de la villa de Jean Patou, éste se escribe con el dígrafo del alfabeto vasco "tz". Sin embargo, hemos respetado la grafía original del nombre de la villa, tal y como fue utilizado por Luis Süe y el propio Patou, "Berriots". El nombre de la villa Berriots consta escrito de esta manera en el Fondo Louis Süe custodiado hoy por los Archives de la Cité de l'Architecture et du Patrimoine de Francia: Fonds Louis SÜE (1875-1968), "1929-1932. Villa Berriots de Jean Patou, Ustaritz", (30/74), 30 IFA. Igualmente, la referencia del fondo Süe afirma que la villa se halla en el municipio de Ustaritz, cuando la realidad es que ésta se encuentra en los límites del municipio de Arcangues. En este caso nos ha parecido oportuno corregir dicha información.
[398] "Jean Patou's house in Biarritz", *Vogue*, 1 de enero de 1932, 44-45.

convidados por su hospitalario propietario para comer, cenar y bailar allí"[399]. En junio de 1932, la misma revista informaba sobre la temporada de Pascua en Biarritz e ilustraba la crónica con una fotografía de Jean Patou vistiendo una boina vasca, acompañado por su grupo de amigos frente al Bar Basque[400]. El reportaje fotográfico incluía imágenes de varios invitados en la villa Berriots de Patou, como Elsa Maxwell, la baronesa de Ségur, Mme. Alberto Chiesa, o Mme. Horstman, todos ellos fotografiados en la terraza de la villa del modisto, donde "Jean Patou dio un *house-party*"[401]. Patou había construido así una extensión de su vida en Biarritz, un segundo "templo de la elegancia".

La casa Paul Poiret: cultura, publicidad y orientalismo en villa Casablanca

En mayo de 1925, mientras Jean Patou finalizaba las obras de su nueva sucursal, la revista ilustrada *La Côte Basque* anunciaba con entusiasmo que sobre su fachada "M. Patou va a instalar una esfera horaria luminosa, que dotará de vida y de *allure* a la perspectiva de la place de la Liberté"[402]. Las fotografías de las que disponemos de la reformada casa Patou muestran que tal vaticinio no se cumplió, optando Süe y Patou por una esfera clásica integrada en la fachada de hormigón. Sin embargo, otras casas de alta costura sí decidieron recurrir a los innovadores métodos publicitarios que hacían uso de iluminación para atraer la atención de sus potenciales clientes. La publicidad luminosa se había extendido rápidamente en las grandes capitales internacionales desde la década de los años 1910 y fue asociada con la modernidad y el progreso a lo largo de la década de los años 1920[403]. Su introducción no solo supuso un salto cualitativo en la historia de la publicidad, sino que también modificó profundamente la experiencia del espacio urbano. Así, una reseña en el diario biarrota *La Gazette de Biarritz*, se refería a esta cuestión en agosto de 1923:

> No hay un paseante, sobre el muelle de la Grande Plage, cuya mirada no se haya visto atraída por la palabra mágica "Paul Poiret" que centellea de día y de noche sobre la fachada de la villa Poliakoff Amélie. Este rótulo "Luminor" está constituido por un conjunto de pequeños espejos convexos que captan tan bien los rayos del sol como reflejan por la noche las luces artificiales. Dichosos los comerciantes que tienen a su

[399] "Jean Patou's house in Biarritz", *Vogue*, 1 de enero de 1932, 44-45.
[400] *Vogue*, junio de 1932, 24.
[401] *Vogue*, junio de 1932, 24.
[402] "Chronique des stations. Biarritz. A l'ancienne mairie", *La Côte Basque*, 10 de mayo de 1925.
[403] Nuria Rodríguez Martín, "La invasión de los barbaros del anuncio. Una historia de la publicidad exterior en Madrid, 1900-1936", *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, n° 7 (2016): 51.

> disposición el sol, la iluminación y… el faro de Biarritz, para obtener, sin gastos, los más bellos efectos de la publicidad luminosa.[404]

La breve reseña era en realidad un anuncio publicitario de "Luminor", pues tras admirar las bondades del sistema de espejos y evocar la magia de Paul Poiret, animaba a los lectores interesados a contactar con la agencia que representaba la marca en el departamento de Bajos Pirineos. Esta anécdota publicitaria nos informa sobre los métodos que las casas de moda adoptaron en Biarritz para atraer a su clientela ante la creciente competencia. La instalación de un sistema luminoso en la fachada de su establecimiento permitió a Paul Poiret no solo reforzar su presencia en la localidad sino también impactar la experiencia de los paseantes de Biarritz convirtiendo a la iluminada villa Poliakoff en un referente más del paisaje biarrota.

La utilización de Paul Poiret del sistema luminoso era absolutamente coherente con toda una trayectoria caracterizada por el uso del arte, la cultura, el espectáculo y la innovación comercial y publicitaria. Tras su paso por las grandes casas de alta costura de Doucet y Worth, Paul Poiret fundó en 1903 la casa que llevó su nombre, guiado por su excepcional concepción artística de la moda. Poiret pronto destacó por sus rupturistas propuestas sartoriales (que incluían la eliminación del corsé en 1906, la introducción en 1910 de la estrecha y polémica jupe *entravée*, y su evolución, la falda-pantalón de 1911, o los pantalones harén del mismo año), así como por su fructífera colaboración con la escena artística. Los álbumes de sus modelos realizados junto con Paul Iribe y Georges Lepape en 1908 y 1912 respectivamente constituyeron un hito en la historia de la relación entre el arte y la moda y anunciaron los profundos cambios que transformaron la moda en el periodo de entreguerras. Los conciertos y los bailes orientales organizados en su residencia de los Champs Elysées, sus viajes por Europa y su inédita gira promocional por Estados Unidos en 1913, los tejidos artísticos realizados en el Atelier Martine o la línea de perfumes Rosine precedían ya la legendaria reputación de Paul Poiret cuando éste decidió presentar sus colecciones en Biarritz en 1921. Su aparición en la Costa Vasca coincidió con el inicio del declive de la casa Poiret cuyas fantasías orientalistas parecían no conectar con la sensibilidad estética y las preocupaciones sociales que emergieron tras Primera Guerra Mundial. Sin embargo, Paul Poiret siguió siendo un creador relevante en la moda francesa e internacional y continuó defendiendo su particular visión de la moda durante toda la década de

[404] "Archimède y avait déjà pensé", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 17 de agosto de 1923.

los años 1920. Su utilización del innovador sistema "Luminor" presagiaba que Poiret no pasaría desapercibido en su paso por Biarritz.

La decisión de Poiret de abrir una sucursal en Biarritz respondía a la notoriedad que la estación balnearia había adquirido desde el final de la contienda y se enmarcaba en una estrategia global que incluía la apertura de establecimientos en Deauville y Cannes, y que se presentaba como necesaria para hacer frente a las crecientes dificultades financieras de la empresa. En marzo de 1921 Paul Poiret anunciaba en la prensa local que presentaría una colección de sus creaciones en el Grand Hotel "todos los días a las 3 horas"[405]. En septiembre del mismo año el modisto volvió a elegir el histórico hotel biarrota para mostrar sus nuevos modelos de invierno, durante solo algunos días: "sábado 17, domingo 18 y lunes 19 de 10 horas a mediodía y de 3 horas a 6 horas"[406]. Fiel a su estilo, Paul Poiret intentó aumentar su notoriedad en Biarritz y promocionar sus creaciones mediante la producción de un espectáculo programado en el Théâtre Michel a mediados de 1921. La prensa local se hacía eco del evento con cierta expectación anunciando que "no se sabe aún cómo será la revista, pero se habla de trajes de una originalidad sin igual"[407]. Desafortunadamente para Poiret, la crítica que el mismo diario publicó tras el estreno de la obra fue demoledora: "La revista «Vogue» de MM. Poiret, Saint Granier et Briquet [coproductores con Poiret del espectáculo] acaba de ser representada en el Théâtre Michel. La impresión general es que, aparte de los trajes, esta revista no tiene relevancia alguna y parece destinada a una muerte próxima"[408].

Tras una primera experiencia agridulce, Paul Poiret volvía a Biarritz en el verano de 1923 con una estrategia manifiestamente más ambiciosa. En agosto de 1923 un llamativo anuncio publicado en la prensa local leía "¡Paul Poiret está en todos lados!", añadiendo las direcciones de las tres sucursales que el modisto acababa de instalar en: "Biarritz, villa Poliakoff-Amélie; Deauville, 21, rue Gontaut-Biron; Cannes, Boulevard de la Croisette"[409]. Así, el modisto Paul Poiret abrió por primera vez una sucursal en la conocida villa Amélie de Biarritz, perteneciente a la familia Poliakoff y adyacente a la villa Duchâtel, donde Jeanne Lanvin se establecería en 1926. Los hermanos Samuel, Jacob y Lazare Poliakoff, banqueros, industriales y comerciantes, se establecieron en Biarritz en la segunda década del siglo XIX para convertirse en una de las

[405] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 22 de marzo de 1921.
[406] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 17 de septiembre de 1921.
[407] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 19 de octubre de 1921.
[408] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 24 de octubre de 1921.
[409] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 16 de agosto de 1923.

familias rusas más emblemáticas de la estación[410]. El segundo de los hermanos, Jacob, construyó junto con su esposa Amélie Livchitz, la villa que llevaría su nombre, donde residían con sus cuatro hijos, Anna, Boris, Samuel e Isabelle. Debido a la prominencia de la familia en Biarritz, su residencia también vino a conocerse como la villa Poliakoff. Situada frente a la Grande Plage, la villa Poliakoff-Amélie compartía el mismo emplazamiento privilegiado que la villa Duchâtel; la ya citada decisión de Poiret de instalar un novedoso sistema de publicidad luminosa haría distinguirse a la villa entre las residencias aristocráticas y los lujosos hoteles que se ubicaban en primera línea de mar. Fue también en la villa Poliakoff-Amélie donde Poiret puso a disposición de sus clientas su línea de perfumes Rosine[411], que creó en 1911, convirtiéndose en el primer modisto europeo en concebir una marca de perfumes y productos de belleza, así como de muebles, tejidos y objetos decorativos[412].

Además de adoptar el sistema "Luminor", Paul Poiret quiso reforzar su presencia en el paisaje de la vida mundana biarrota haciendo una de las cosas que más satisfacción le producían: la organización de una gran fiesta de verano en el conocido restaurante y sala de baile de Biarritz, La Chaumière. Paul Poiret ejerció de anfitrión, comprobando el respeto y admiración que aún provocaba entre la numerosa asistencia. El cronista subrayaba así su presencia imponente en la reseña publicada al día siguiente:

> Poiret, muy serio pero sonriente, observa como experto todas las llegadas, y todas las las mujeres reconocen en este señor de *smocking* bien cortado – en el que se posa un pañuelo de lino como una mariposa blanca, con chaleco ajustado de seda negra – uno de los maestros de esta moda que les gobierna.[413]

Poiret había organizado en su residencia parisina algunas de las fiestas más comentadas de principios de siglo, entre las que destacan la "fiesta de la mil y segunda noche" celebrada la noche del 24 de junio de 1911. Paul Poiret, en su calidad de anfitrión y vestido de sultán, recibía entonces a sus invitados, que ataviados en galas persas atravesaban un patio cubierto de arena

[410] Los Poliakoff también contribuyeron a la construcción de la sinagoga de Biarritz, inaugurada en 1904, junto con otras conocidas famiias como los Pereire, los Fould o los Rothschild. En, Édouard Labrune y Natacha Degauque Belousova, *Les Russes à Biarritz et sur la côte basque* (Urrugne : Éditions Pimientos, 2018), 60-62.
[411] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 14 de septiembre de 1923.
[412] Guillaume Garnier, ed., *Paul Poiret et Nicole Groult, maîtres de la mode Art Déco* (París: Editions Paris Musées, 1986), 180. Catálogo de la exposición del mismo título organizada en el Musée de la mode et du costume, Palais Galiera, entre el 5 de julio y el 12 de octubre de 1986.
[413] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 13 de septiembre de 1923.

hasta una gran jaula de oro. En su interior se hallaba, cautiva, la favorita del sultán, Madame Poiret, rodeada de sus damas de honor, mientras en un salón contiguo, y sobre un banco cubierto de cojines multicolor, el actor de Max recitaba cuentos orientales[414]. El jardín cubierto de alfombras, la iluminación disimulada detrás del follaje, el canto de los loros y los juegos de los monos fueron algunos de los detalles más recordados por aquellos que asistieron a la legendaria fiesta. El evento constituyó una de las operaciones de publicidad más eficaces de todas las concebidas por Poiret, quien aprovechó la ocasión para lanzar su última creación: el vestido tulipa con el que lucía espectacular Denise Poiret, tocada con un turbante coronado de *aigrettes* o plumas de garza. Lejos de poder reproducir semejantes fastos, Poiret organizó una fiesta en Biarritz digna de su estilo. Tal y como narraba el cronista de *La Gazette de Biarritz*, tras el sonido de un gong, hizo entrada en la sala una bailarina hindú, "la prodigiosa Vanah-Yami"[415]. Tras una aplaudida intervención de Jane Pierly, célebre actriz y cantante de *music-hall*, una guitarra española dio paso a la misma bailarina, que "con un vestido de mejor estilo"[416] bailó al son de la música y de los vítores del público. En el transcurso del espectáculo un grupo de modelos de la casa Poiret repartía en el vestíbulo originales accesorios que los asistentes guardarían como exótico *souvenir* de la velada.

La fiesta de la Chaumière no sería sino un ensayo de lo que, unas semanas más tarde, se presentó como la gran oportunidad de Paul Poiret en Biarritz: el baile "Petrouchka". En el marco del ambicioso programa de eventos que cada año preparaba el Syndicat d'Initiative de Biarritz, el baile "Petrouchka" constituyó el acontecimiento central de la temporada de verano de 1923. Con el objeto de repetir el gran éxito y la repercusión del "baile Segundo Imperio" celebrado en septiembre de 1922, el nuevo baile aspiraba a ser "el evento artístico, la fiesta mundana de este año". El tema del baile estuvo inspirado en el personaje del floclore ruso de dicho nombre, y muy especialmente en el ballet Petrouchka, concebido por Ígor Stravinski y Alexandre Benois e interpetado por los Ballets Rusos de Serguéi Diáguilev, que fue estrenado en el Théâtre Châtelet de París el 13 de junio de 1911. A diferencia del carácter histórico y suntuoso del baile Segundo Imperio de 1922, en línea con la tradición europea del *bal masqué* o los bailes de trajes que aún caracterizaba la vida social de la aristocracia y la burguesía en París, los organizadores

[414] Guillaume Garnier, ed., *Paul Poiret et Nicole Groult, maîtres de la mode Art Déco* (París: Editions Paris Musées, 1986), 181. Catálogo de la exposición del mismo título organizada en el Musée de la mode et du costume, Palais Galiera, entre el 5 de julio y el 12 de octubre de 1986.
[415] "Une belle fête de Poiret à la Chaumière: l'été", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 13 de septiembre de 1923.
[416] "Une belle fête de Poiret à la Chaumière: l'été".

biarrotas se proponían, en esta ocasión, celebrar "una fiesta de la alegría, de la fantasía y de la ironía […] La decoración, los trajes, todo será tratado *à la moderne*, un poco *burlesque*." En sus primeras declaraciones desde París anunciando el evento a la prensa biarrota, el marqués de Arcangues, presidente del Syndicat d'Initiative, incidía en otro tipo de consideraciones que habrían influido la selección del tema; según Arcangues, tras dos grandes bailes recientemente celebrados en París (el baile Beaumont y el baile el Grand Prix) que habrían "mermado los recursos de todos", y ante la perspectiva de un gran baile que la reina María Cristina estaría preparando en San Sebastián, el notable vasco afirmaba: "no hay que cansar a la gente pidiéndoles siempre que encarguen trajes magníficos". Desde el anuncio del evento en julio de 1923, el Syncat d'Initiative desarrolló una intensa campaña de información y sensibilización en la prensa local dirigida al comercio biarrota, al que pedía encarecidamente su implicación: "Ustedes, ¡comerciantes de Biarritz! ¡Modistos! ¡Peluqueros! Prepárense: Comiencen a mostrar sus bocetos, sus sombreros, sus pelucas… Que sus vitrinas se abigarren… que sus escaparates se "petrouchquicen". Esta fiesta debe tener la emoción que tuvo el Bal Segundo Imperio, pero no debemos encontrarnos, como en el caso de esta fiesta, tomados desprevenidos por los encargos"[417]. En un anuncio consecutivo, el Syndicat informaba de que el baile sería también "una feria… una feria rusa y a la vez francesa, española… feria de todas las nacionalidades, feria modernista, cubista, terriblemente colorida…", y animaba a los comerciantes, pasteleros, confiteros, y todos los comerciantes interesados a instalar casetas ambientadas en el tema del evento donde ofrecer sus excepcionales productos.

La sensibilidad de Paul Poiret por la tradición y el folclore rusos, el ya legendario sello orientalista de sus creaciones, y su vasta experiencia en la organización de bailes temáticos le convirtieron en el modisto mejor posicionado para la decoración de los salones del Casino municipal donde se celebraría el evento, así como para la realización de los trajes que con ocasión del baile muchas elegantes de la colonia biarrota querrían encargarse. Así, es muy probable que la fiesta de verano organizada por Poiret en la Chaumière que precedió al baile Petrouchka fuera hubiera sido concebido por el modisto como un evento promocional y una ocasión para mostrar la originalidad y la modernidad de sus trajes. Días antes de la fiesta de verano, el comité director del baile Petrouchka advertía en la prensa que "habiendo recibido ya un gran número de encargos de trajes […] la Maison Paul Poiret insiste en que las personas interesadas en dirigirse a la casa lo hagan lo antes posible, si no se verá obligada a declinar

[417] "Les manifestations du Syndicat d'Initiative. Pour le Bal Petrouchka", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 22 de agosto de 1923.

encargos"[418]. El 14 de septiembre la casa Paul Poiret anunciaba en la prensa, que: "los trajes de Poiret para el baile Petrouchka son originales y encantadores; sus temas variados permitirán a cada mujer encontrar lo que le conviene. Por 500 francos puede alquilar un magnífico traje que será la sensación. Dirigirse a la casa Poiret, villa Poliakoff-Amélie, Biarritz"[419]. Paul Poiret fue el modisto estrella del baile, proveyendo de trajes a un gran numero de sus asistentes e instalando un puesto de la casa Paul Poiret en el centro de la gran sala rusa, donde "entre cojines y tejidos las gráciles modelos mostraron trajes firmados por el gran Maestro"[420]. Poiret estaría presente en la fiesta, luciendo uno de sus espectaculares trajes y asistiendo a sus clientas cuando fuera necesario cerca de los vestuarios femeninos, en la sala dispuesta por la organización para el servicio de modistos y peluqueros[421].

El evento fue considerado todo un éxito de organización y de asistencia, quedando en la retina de sus participantes y en la historia mundana de Biarritz como una de las fiestas más brillantes jamás organizada. Paul Poiret se benefició, sin duda, de la oportunidad que el baile Petrouchka le ofreció, siendo el modisto referente para la ocasión, a pesar de la sólida competencia. Sin embargo, este acontecimiento no tuvo apenas influencia en las colecciones que se preparaban para la nueva temporada; este había sido el caso del baile Segundo Imperio del año anterior, ampliamente cubierto por la revista *Vogue*, y en el que las casas de Worth y Lanvin se habían destacado especialmente como proveedores de numerosos trajes historicistas. En un amplio reportaje sobre el baile Petrouchka escrito por la corresponsal de *Women's Wear Daily* Eleanor Gunn, ésta informaba sobre la variedad de los trajes de los asistentes, la riqueza de los tejidos, la espectacular decoración y el ambiente distendido del evento. Sin embargo, tras describir con detalle los trajes de corte de inspiración rusa, los vestidos venecianos, la calidad de los abundantes tercipelos y brocados, la periodista terminaba su artículo afirmando: "Considerado como espectáculo, el Baile Petroucha no ha conseguido establecer ningún mensaje de estilo convincente – más allá de un internacionalismo de ideas y una mezcolanza de estilos"[422]. La conclusión del diario estadounidense, centrado fundamentalmente en la rápida identificación de las tendencias de la moda francesa para los industriales americanos, parecía erigirse en

[418] "Pour le Bal Petrouchka. Les diverses commissions d'organisation", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 10 de septiembre de 1923.
[419] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 16 de septiembre de 1923.
[420] Standard, "Le Bal Petrouchka. Une nuit merveilleuse dans un décor de rêve et de fantaisie", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 20 de septiembre de 1923.
[421] "Pour le bal Petrouchka. Les contrôles, le service d'ordre, les voitures, le vestiaire", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 19 de septiembre de 1923.
[422] Eleanor Gunn, "Biarritz costumed in Russian and Venetian garb at Bal Petrouchka", *Women's Wear Daily*, 2 de octubre de 1923, 2, 8.

sentencia; las fantasías orientalistas de Poiret no eran ya relevantes en el panorama de la moda contemporánea y quedaban relegadas al ámbito del teatro y las mascaradas. Tras este éxito relativo, la casa Poiret informaba a sus clientas de la presentación de sus últimas creaciones para el invierno en los primeros días de octubre de 1923, mientras que a mediados de mes la publicidad en la prensa de precios reducidos sobre los modelos de verano anunciaba el fin de la temporada de Biarritz para Paul Poiret.

Aunque el modisto ya había informado en 1923 sobre la apertura de tres sucursales, en mayo 1924 el diario *Women's Wear Daily* anunciaba que "Poiret planea abrir sucursales en 5 ciudades: para hacer modelos más baratos y sencillos". Con el objeto de hacer frente a la acuciante crisis que vivía la casa Poiret desde 1920, se producía así un cambio radical de estrategia. Al tiempo que negaba los rumores sobre su inminente retiro, el modisto confirmaba la apertura de una nueva sede en el número 1 del Rond Point des Champs-Elysées de París, que se inauguraría a tiempo para la presentación de su nueva colección de invierno. Poiret anunciaba también su intención de renunciar a la creación de los suntuosos modelos que habían caracterizado su estilo, en favor de la simplificación y la consiguiente reducción de costes en la confección de sus colecciones. Optimista con respecto a este nuevo reto, se decidía a establecer nuevas sucursales, en Viena, Londres, Carlsbad, Deauville y Biarritz. El cambio de rumbo pronto se dejó sentir en Biarritz. En abril de 1924 Paul Poiret llegaba de nuevo a la localidad labortana para preparar la apertura de su nueva sucursal en una villa de reciente construcción, la villa Casablanca. Se trataba de una residencia privada situada cerca del ala norte del Hôtel du Palais, de marcado estilo neo-morisco y realizada en 1923 (junto con su gemela, la villa Marrakech), por el arquitecto Guillaume Tronchet[423], en colaboración con el arquitecto biarrota Albert Duplantier. Se trataba de una casa de una sola altura, con cuatro habitaciones en la primera planta, y una planta baja que se abría sobre un hall adornado con una fuente y rodeado por una sala de estar y un comedor[424]. El sótano contaba con una zona de garaje y habitaciones para el servicio o, en su caso, las trabajadoras de los talleres de la casa. El orientalismo modernista de la villa Casablanca parecía simbolizar tanto la esencia del estilo Poiret como su adaptación a los nuevos tiempos, con su fachada de líneas puras y muros blancos, festoneada

[423] Guillaume Tronchet (1867-1959) fue un arquitecto parisino reconocido por su importante y variada obra. Destacan entre sus construcciones, dos palacios para la Exposición Universal de 1900; el teatro de Agen (1907-1908), uno de los primeros edificios realizados en hormigón en Francia; y el gran palacio de estilo Luis XVI en Mont-Royal para el compositor Fernand Halphen (1908-1911). En, Jacques Battesti, "Villas Casablanca et Marrakech. L'orient retrouvée de l'éclatante blancheur", *Le Festin*, n. 103, otoño de 2017.

[424] Jacques Battesti, "Villas Casablanca et Marrakech. L'orient retrouvée de l'éclatante blancheur", *Le Festin*, n. 103, otoño de 2017, 79.

con aleros pintados en verde, fusionaba el orientalismo que Poiret tanto había cultivado con la economía de formas que se proponía experimentar. Entre abril y junio de 1924 Poiret se hallaba alojado en el Hotel Carlton de Biarritz[425] ultimando los preparativos de su próxima apertura. La adquisición y acondicionamiento de la villa Casablanca, así como la nueva colección de modelos debían estar terminados para la apertura de la nueva sucursal durante la temporada alta.

Tal y como hubiera hecho en la villa Poliakoff-Amélie, Poiret quiso marcar su presencia en la villa Casablanca mediante la instalación en la fachada de un letrero con nombre, esta vez iluminado con bombillas de neón[426]. Tras su instalación, Poiret se dispuso a ofrecer dos recepciones sociales por semana como forma de atraer a una nueva clientela y presentar sus modelos en una atmósfera de fantasía y distinción. Así, *La Gazette de Biarritz* informaba a sus lectoras que: "mañana lunes 11 comenzará la serie de reuniones elegantes que dará Paul Poiret en su villa «Casablanca», junto al Hôtel du Palais. Lunes, de 5 a 7, té musical con desfile de vestidos. Viernes próximo, por la tarde, sobre la terraza, *réunion dansant* privada, reservada a las clientas de la casa. Creemos saber que la flor y nata de Biarritz estará *chez* Poiret Lunes y Viernes. M. Poiret en persona hará los honores de su casa"[427]. El modisto se había caracterizado desde el inicio de su carrera por la organización de eventos sociales que servían de marco de excepción para la presentacion y desfile de sus creaciones. Sus tés, reuniones y bailes constituían no solo una manera de atraer y complacer a su clientela, sino también de crear experiencias en las que sus clientas percibieran y experimentaran sus creaciones de otra manera. Paul Poiret recreaban así su universo en su villa Casablanca de Biarritz. Uno de las asistentes rememoraba en una crónica publicada por *La Gazette de Biarritz* en septiembre de 1924 la atmósfera vivida en el transcurso de una de las esperadas recepciones de Poiret. Su relato nos permite vislumbrar la decoración del interior de la villa Casablanca, que constituía un elemento esencial de la experiencia de sus visitantes:

> Los azulejos persas, la escalera lacada, una planta y detrás de un extraño biombo, la armoniosa terraza donde recibe Poiret. Ahí está, un gran señor oriental, hierático, pero con una sonrisa tan vivaz, tan acogedora bajo una vasta sombrilla donde una luz tenue

[425] "Nos hôtes", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 22 de abril de 1924; "Liste des étrangers villégiaturant au Pays Basque. Biarritz", *La Côte basque*, 4 de mayo-15 de junio de 1924.
[426] Battesti, "Villas Casablanca et Marrakech", *Le Festin*, n. 103, otoño de 2017, 80.
[427] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 10 de agosto de 1924.

> florece en una exótica flor de cristal. Y alrededor de la terraza, las mismas grandes flores donde se refugia toda una sociedad selecta. Plantas extrañas trepan por los balaustres, bajan devotamente las baldosas blancas y negras de mármol ensamblado.[428]

Este insólito ambiente se integraba en el paisaje biarrota y modificaba también su percepción habitual:

> Es una noche templada, una luna que se escapa de uno de esos abrigos de ensueño diseñados por el genio del maestro baña suavemente las villas, el mar, el faro, más blanco, más compacto, más oriental.[429]

Inmersos en el universo sensorial creado por Poiret, los visitantes vivían una particular experiencia en los desfiles del modisto:

> […] las baldosas se estremecieron bajo los bailes juveniles de las pequeñas Sedowas, y la Sedowa dio un paso adelante con un vestido ideal. Una extraña y vasta flor de suave terciopelo, un recordatorio de las gracias pasadas. Las pisadas martillean el mármol, evocan los infinitos encantos de antaño, sus actitudes hablan del triunfo de la gracia y del vestido. La flor de terciopelo negro crece, crece, florece y sus pétalos se despegan con la música que termina en homenaje, en la terraza del palacio de la moda.[430]

Paul Poiret había solicitado para su desfile la colaboración de la bailarina rusa conocida en Francia como Julie Semowa. "La Semowa", antigua primera bailarina del Ballet Mariinski y exiliada en Francia tras el estallido de la revolución en 1917, se hallaba en Biarritz para participar en una gala benéfica patrocinada por el gran duque Dimitri Pàvlovich, primo del zar Nicolás II y habitual de la Costa Vasca. La participación de la bailarina como modelo de excepción de las creaciones de Poiret añadía al evento un elemento de excepcionalidad y distinción. Aunque la crónica que transcribimos es anónima, se intuye por el estilo de la redacción que se trata de Alexandre de Coulomme-Labarthe, habitual colaborador del diario *La Gazette de Biarritz* que, bajo la rúbrica "Smoking", escribía sobre la vida social de Biarritz, incluyendo los eventos relacionados con la moda. En su crónica, Coulomme-Labarthe se centraba así en la recreación de la atmósfera experimentada por los asistentes más que en la

[428] "Un soir chez Poiret", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 14 septiembre de 1924.
[429] "Un soir chez Poiret".
[430] "Un soir chez Poiret".

descripción de los vestidos presentados, interpretando la recepción de Poiret como un acontecimiento social y cultural, más allá de su intención claramente promocional y comercial. Fue también "Smoking" quien escribió la crónica sobre el concierto del célebre pianista Arthur Rubinstein que Poiret había organizado en la villa Casablanca días antes del referido desfile.[431] El concierto de Rubinstein fue el primero de una serie de conciertos que el modisto programó para la temporada de 1924 y que atrajeron a un público diverso en la sociedad biarrota. Así, la casa de Paul Poiret en Biarritz se erigía no solo en "palacio de la moda", sino también en un importante referente cultural de la Costa Vasca. Formado en las casas de Jacques Doucet y Worth, Paul Poiret se inscribía en la genealogía de los modistos de alta costura que desde el siglo XIX promovió la idea de la moda como expresión artística, aspirando a proyectarse como creadores y no como gestores o comerciantes. En el caso de Paul Poiret, su estrecha relación y colaboración con numerosos artistas, así como su propia incursión en la producción teatral y la organización de eventos culturales reforzada su condición de artista, tanto ante su clientela como ante la sociedad parisina. Su actividad en Biarritz y la recepción que de la misma observamos en los testimonios recopilados dan buena muestra de que éste fue el caso también en la Costa Vasca.

Con la inestimable ayuda de su colaboradora en la gestión de sucursales Lucie Engel, Paul Poiret continuó abriendo su sucursal de Biarritz en la villa Casablanca cada temporada, entre los meses de julio y octubre, labrándose un gran éxito que supuso un renacimiento de la casa Poiret. Motivado por el entusiasmo de su clientela, Poiret tentó trasladar su sucursal de Biarritz a un nuevo emplazamiento. En diciembre de 1925, y ante la próxima apertura de la recientemente construida nueva ala del Hôtel Carlton, la prensa local se hacía eco de diversos rumores con respecto a sus posibles nuevos inquilinos, entre los que se mencionaba a Paul Poiret. Según la revista, el modisto habría decidido dejar la villa Casablanca para instalarse en una serie de nuevas boutiques del lujoso hotel. Sin embargo, Poiret se enfrentaría a una difícil competencia pues tanto la casa Worth, que habría renunciado a una segunda planta en su habitual local de la place de la Mairie, como la casa Hermès, que buscaba abrir una sucursal en Biarritz, estaban interesadas en los codiciados nuevos locales del Carlton. Tal y como se ha señalado anteriormente, fue la casa Worth la que ganó la batalla, mientras la casa Hermès se instalaba en la renovada villa Duchâtel junto a Jeanne Lanvin. Esta anécdota inmobiliaria no

[431] Smoking, "Les mercredis de Paul Poiret", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 6 de septiembre de 1924.

hace sino confirmar la gran importancia que el emplazamiento de las sucursales adquirió en Biarritz en la estrategia de las grandes casas de alta costura en la Costa Vasca.

En septiembre de 1926 *La Côte Basque* informaba sobre la llegada de Poiret a Biarritz "en la noche del 26 al 27 de agosto acompañado de varias modelos". Según la revista, "en la villa Casablanca la clientela no cesa de afluir, y las dos modelos no consiguen ya presentar la colección del gran modisto. En los tés bisemanales que allí se dan, los salones de la coqueta villa se llenan de bellas visitantes seducidas y encantadas con la originalidad de la decoración y la audacia de las creaciones del maestro colorista, del prestigioso artista que es Paul Poiret"[432]. El gran éxito cosechado en la temporada de 1926 hizo que Poiret tentara un cambio de emplazamiento para su sucursal. La villa Casablanca parecía quedarse pequeña para recibir a la creciente clientela que acudía a ver sus colecciones, y las dos modelos de la casa no podían seguir asumiendo por mucho tiempo la presentación de los numerosos modelos de temporada. Así, Poiret decidió mostrar la totalidad de la colección en un gran desfile organizado en el transcurso de una cena de gala en La Chaumière: "durante más de una hora un desfile ininterrumpido de trajes fastuosos, de abrigos suntuosos, de vestidos deliciosos y originales. A cada nueva salida le seguían los aplausos espontáneos procedentes de todas las mesas. Varios modelos tuvieron el honor del bis. Algunos debieron incluso volver tres veces sobre la pista."

En julio de 1927, antes de comenzar la temporada alta, Paul Poiret volvía a sorprender con un golpe de efecto en la villa Casablanca. La cronista de moda de la revista *La Côte Basque*, iniciaba sus noticias sobre Poiret exclamando "¡cambio radical *chez* Poiret! ¡La fachada ya no es blanca!"[433]. Una vez más el modisto encontraba el modo de inscribir su villa y sucursal en el paisaje biarrota cambiando el color a un tono "ocre, azafrán". Tal y como revelaba el artículo, "esta semana un ejército de pintores ha asaltado la villa Casablanca y la ha cubierto de un bello color cálido que la dota de aún más carácter". La admirada periodista terminaba su crónica preguntándose si Poiret no introduciría nuevos cambios: "es la especialidad de Poiret, este diablo de hombre no dudará en encontrar para su villa un nuevo nombre."

[432] "La Mode sur la Côte basque", *La Côte basque*, 5 de septiembre de 1926.
[433] "La Mode sur la Côte basque" *La Côte basque*, 31 de julio de 1927.

2.2.2. Las Colecciones: creación, experiencia y experimentación en la Costa Vasca

Como hemos observado en las diversas crónicas arriba referidas, las sucursales de las grandes casas de alta costura de París no solo imprimieron su marca en el espacio urbano y en el paisaje de Biarritz, sino que también simbolizaron la excelencia de la moda parisina, convirtiéndose en castillos, palacios o templos de la moda en el imaginario colectivo de la colonia residente en la Costa Vasca. Dichos establecimientos, decorados tanto para reflejar la personalidad y particular visión de la moda de su respectivo creador como para atraer, acoger, entretener y estimular a la clientela, fueron así templos de consumo y de ocio. Así, una vez establecidos sus bastiones y apostados sus blasones, los modistos debían asegurarse que las creaciones presentadas respondieran a las expectativas y a las necesidades de una clientela cosmopolita, informada y exigente. La desaparición de la mayoría de los archivos de las casas referidas dificulta considerablemente el análisis de las creaciones de moda que habrían presentado en sus sucursales de Biarritz, o en los hoteles e inmuebles de San Sebastián. Los escasos archivos existentes documentan fundamentalmente las colecciones concebidas para París y solo excepcionalmente hacen referencia a la actividad de las sucursales o los modelos en ellas presentados. Documentación parcial hallada en algunos de estos archivos, en la hemeroteca, tanto local como internacional, y diferentes estudios monográficos sobre los modistos referidos en el estudio nos permiten comprender cómo procedían las casas en lo referente a la creación y presentación de modelos en sus sucursales de Biarritz, que tuvo su propia evolución y varió en función de los resultados comerciales obtenidos, o del apego que sus respectivos creadores hubieran desarrollado hacia Biarritz y la Costa Vasca.

El establecimiento de las primeras sucursales en el inicio del siglo XX, y fundamentalmente durante la Primera Guerra Mundial, fue concebido como una oportunidad comercial temporal para reforzar sus ventas en París. Este primer impulso pudo responder tanto a la visión comercial de sus gestores como a una creciente demanda de la clientela habitual que se desplazaba a Biarritz cada temporada, y de forma especial durante la Primera Guerra Mundial. Así, resultaba fundamental para el éxito de las sucursales que las colecciones que se presentaran respondieran a las expectativas de una clientela deseosa de encontrar en ellas una alternativa a la altura de lo que podrían encontrar en las sedes de París. El carácter estacional de las sucursales en los primeros años del siglo hacía que muchas casas enviaran una pequeña selección de prendas de la colección de París que se consideraran idóneas para la vida en Biarritz, caracterizada por los deportes y las actividades al aire libre, incluyendo algunos modelos aptos para las galas y las noches en los casinos biarrotas. Tanto los modistos que

alquilaban céntricos locales en las arterias comerciales de Biarritz, como aquellos que alquilaban los salones de los principales hoteles de la estación organizaban sus exposiciones de modelos después de la presentación en París de las colecciones de primavera-verano y otoño-invierno, durante la *saison* o temporada alta en las estaciones balnearias: en torno a Pascua, entre marzo y abril, y, sobre todo, en verano, entre agosto y octubre. Sin embargo, tras el fin de la Primera Guerra Mundial numerosas casas parisinas comenzaron a presentar lo que vino a llamarse "colecciones avanzadas" y que hoy conocemos como "colecciones crucero"; se trataba de muestras más reducidas que se presentaban en París como un avance de las colecciones principales, con un doble objetivo: que los grandes compradores, fundamentalmente americanos, tuvieran un anticipo de las nuevas tendencias para ayudarles a preparar sus pedidos de la temporada siguiente; y proveer a la alta sociedad que se desplazaba a las estaciones balnearias de moda de los modelos que fueran a lucir allí. Esto proporcionaba tanto a los creadores como a los compradores una oportunidad de experimentar y observar qué tendencias obtenían la validación de la clientela antes de lanzarse a producir nuevas colecciones o hacer grandes pedidos. Tanto Cannes como Biarritz se convirtieron en lugares de referencia para esta nueva estrategia comercial del periodo de entreguerras. Así, en junio de 1925 la revista *Vogue* publicaba un artículo titulado "Profecías de moda de los *resorts* franceses" afirmando que, "Biarritz, desde el punto de vista de la moda, da el tono de la primavera, que toda la sociedad elegante seguirá este verano, igual que Cannes, durante el invierno, profetiza la moda para la primavera"[434].

La casa Callot, una de las primeras en abrir sucursal en Biarritz en 1915, comenzó presentando en su nuevo establecimiento una selección editada de modelos de su colección de París. Sin embargo, pronto comenzaría a concebir creaciones específicas para la Costa Vasca. Entre los modelos depositados por la casa Callot en el registro del Conseil de Prud'hommes de la Seine en 1918 se hallan tres modelos denominados "Biarritz"; se trata del modelo número 31, un vestido realizado en muselina negra con incrustación de encaje de color crudo sobre lino del mismo tono, depositado el 15 de febrero de 1918[435]; el modelo número 5, un abrigo en ratina de color beige, con aplicaciones de lana y cuello de piel, depositado el 24 de agosto de 1918[436]; y el modelo número 48, un vestido en muletón azul bordado con cinturón de cuero, depositado

[434] "Fashion prophecies from French resorts", *Vogue*, 15 de junio de 1925, 45.
[435] Archives de Paris, D12U10 50 dépôt n°4685 du 15 février 1918, n°31.
[436] Archives de Paris, D12U10 57 dépôt n° 4774 du 24 août 1918, n°5.

el 11 de septiembre de 1918[437]. Cada expediente de modelo depositado consta de dos fotografías, una imagen de frente y otra de espalda; un cartón con membrete de la casa Callot con la descripción del modelo, incluyendo su número y denominación; y muestras de los tejidos con los que se realizó el modelo en cuestión. En las fotografías, tomadas muy probablemente en la casa Callot de París, se observa, como es habitual en este tipo de documento, un rótulo en el suelo, a la derecha del vestido o abrigo en cuestión, con el número de colección que se le asignaba en la casa. Es interesante señalar que los números que se observan en las fotografías (295, 198 y 298) no coinciden con los que constan en las descripciones de los cartones (los ya referidos 31, 5 y 48), que son los que oficialmente fueron anotados en el registro. Por otra parte, el uso recurrente del término "Biarritz" para denominar a las referidas creaciones es anómalo; aunque era habitual en este periodo que se asignara un nombre a cada creación de la colección, y que en ocasiones este nombre se repitiera en sucesivas colecciones, el uso del mismo término en un corto periodo de tiempo no es habitual. Por último, se trata de creaciones que corresponden a lo que desde el siglo XIX venía llamándose moda de viaje, de *villegiature* o moda *sport*; vestidos y abrigos realizados en muselina, lino y lanas finas, propios para los viajes, los paseos, las excursiones, los aperitivos y los tés, ocasiones todas ellas que caracterizaban la vida en la Costa Vasca. Por todo ello es razonable sostener que se trata de modelos que fueron concebidos en París para la sucursal de Biarritz, documentados en la sede de Callot en el marco de colecciones más numerosas, y registrados en el Conseil de Prud'hommes bajo la denominación "Biarritz" con el número correspondiente a la colección presentada en la sucursal biarrota. El número de modelos registrados junto con las mencionadas creaciones es coherente con el contexto bélico: el 15 de febrero de 1918 la casa Callot registró 93 modelos, el 24 de agosto registró 100 modelos, mientras que en septiembre de 1918 hizo lo propio con 71 modelos. Teniendo en cuenta que las casas de costura producían colecciones de entre 200 y 300 modelos por temporada (como prueban los números de las fotografías aportadas en los expedientes) se trata de colecciones notablemente reducidas. Es muy probable que la totalidad de estas colecciones fueran enviadas a Biarritz, incluyendo las creaciones que constan en el registro como "Biarritz", siendo estos últimos realizados exclusivamente para la sucursal vasca.

Desde la apertura de la primera sucursal en la casa Callot en Biarritz en septiembre de 1915, la concepción en París de creaciones exclusivas para dicha sucursal constituía la confirmación del éxito de la iniciativa. En enero de 1918, Mme. Callot se hallaba alojada en el Grand Hôtel de

[437] Archives de Paris, D12U10 63 dépôt n° 4792 du 11 septembre 1918, n°48.

Biarritz, muy probablemente haciendo las gestiones pertinentes para ampliar su exitosa sucursal. Así, en abril del mismo año, al inicio de la temporada de primavera, la casa Callot anunciaba a su clientela que "durante el transcurso de las obras de ampliación de su sucursal en la place de la Liberté" la casa se instalaría temporalmente en el número 5 de la rue Mazagran donde expondría los nuevos modelos de verano recién llegados de París. Así pues, la creación de modelos exclusivos no coincide con el fin de la Primera Guerra Mundial sino con el éxito de la casa Callot en Biarritz y la consiguiente ampliación y consolidación de su sucursal. La casa Callot depositó 5 modelos denominados "Biarritz" entre 1919 y 1926[438], añadiendo también el número de modelo que aparecía en las fotos (correspondiente a la colección en París) al que se detallaba en el cartón descriptivo (correspondiente a la colección de Biarritz).

Uno de los archivos más excepcionales con los que contamos para el estudio del periodo que nos ocupa es el archivo de casa Lanvin de París, la casa de moda en activo más antigua del panorama parisino. El archivo Lanvin custodia innumerables bocetos de los modelos que Jeanne Lanvin diseñó durante su larga carrera, así como importante información sobre la gestión de las sucursales de Lanvin en Deauville y Biarritz, abiertas en 1916 y 1918 respectivamente, y de las que puso en marcha entre 1920 y 1924 en Barcelona, Buenos Aires, Cannes y Le Touquet. Destaca en este extraordinario fondo la colección de los "álbumes de Biarritz", 11 libros que datan entre 1918 y 1928 y que contienen bocetos de los modelos que la casa presentaba en la sucursal biarrota durante este periodo, incluyendo en ocasiones anotaciones sobre el precio de venta, el nombre de las clientas a quienes fueron vendidos o muestras de los tejidos y/o bordados que se utilizaron en su confección. Los álbumes conservados en los archivos de la *maison* reflejan lo que acontecía en la sucursal de Biarritz en los años más prósperos de Lanvin, entre el fin de la Primera Guerra Mundial y la crisis de 1929. Tal y como confirma la hemeroteca, la casa Lanvin tendría aun una larga vida en Biarritz, hasta febrero de 1943, sobreviviendo tanto a la Gran Depresión como a los primeros años de la Segunda Guerra Mundial. Asimismo, la documentación presenta algunas lagunas, ya sea porque los bocetos de los modelos seleccionados han sido extraídos de sus álbumes, por la ausencia de anotaciones o porque el número de modelos es desigual en los diferentes álbumes archivados.

[438] Archives de Paris, D12U10 69 dépôt n° 4869 du 7 mars 1919, n°1 ; D12U10 85 dépôt 5152 du 8 mars 1920, n°53 ; D12U10 89 dépôt n°5531 du 18 février 1921, n°7 ; D12U10 101 dépôt n°5962 du 23 février 1922, n°29 ; D12U10 160 dépôt 9052 du 8 février 1926, n°28.

El archivo municipal de París guarda en el registro del Conseil de Prud'hommes algunos modelos depositados por la casa Lanvin anteriores a 1918; entre ellos destaca un modelo depositado el 6 de septiembre de 1917 denominado también "Biarritz". Se trata de un traje sastre en lana gris con incrustaciones de color topo, registrado con el número 23[439] en el conjunto de los 32 modelos depositados por Jeanne Lanvin en la misma fecha. Así, sería esta una creación de la temporada de otoño-invierno de 1917 que precede en unos meses la apertura de la sucursal de Lanvin en Biarritz en primavera de 1918. Por lo tanto, es muy probable que se trate de un modelo *sport* concebido en París para las clientas que se instalaron en la Costa Vasca durante la contienda; la demanda de una buena parte de la clientela y las oportunidades comerciales que presentaba el mercado español serían factores determinantes para el establecimiento de la casa Lanvin en Biarritz. El primer álbum de Lanvin para Biarritz data así de 1918[440] y coincide con la instalación de Jeanne Lanvin en la Costa Vasca. El álbum contiene una reducida selección de 28 modelos, que incluye 8 vestidos en tonos claros, 17 conjuntos y abrigos de *sport*, y 3 vestidos negros en encaje y bordados, apropiados para las ocasiones de tarde y de noche. Se trataba de la primera experiencia de Lanvin en Biarritz, después de que en abril de dicho año publicara en la prensa biarrota que "la *maison* Jeanne Lanvin, [sita en el número] 22, [de la calle] faubourg Saint-Honoré, [en] París, tiene el placer de hacer saber a sus clientas que una exposición de nuevas creaciones tendrá lugar en los salones que abrirá muy próximamente, [en el número] 7, [de la] place de la Liberté, [de] Biarritz"[441]. El nuevo establecimiento se inauguraría el 12 de mayo de 1918[442] con una muestra de los 28 modelos a los que nos hemos referido.

Entre los conjuntos *sport* cabe señalar un sencillo traje de dos piezas en tonos claros que la modista llamó "Ramuntcho", en clara referencia al personaje principal de la novela del mismo nombre del escritor Pierre Loti[443]. Aunque el boceto del álbum de 1918 no contiene ni descripciones, ni muestras de tejido, el modelo "Ramuntcho" se halla registrado en el archivo del Conseil de Prud'hommes con el número 67, depositado el 13 de septiembre de 1918[444], y la siguiente descripción: "traje sastre en *buracotta*[445] de color crudo. Chaqueta muy recta. Dos

[439] Archives de Paris, DU12U10 605 dépôt n°4564 du 6 septembre 1917, n°23.
[440] Patrimoine Lanvin, Album Lanvin Biarritz, 1918.
[441] *La Gazettte de Biarritz, Bayonne et Sain Jean de Luz*, 30 de abril de 1918.
[442] *La Gazettte de Biarritz, Bayonne et Sain Jean de Luz*, 12 de mayo de 1918.
[443] Pierre Loti, *Ramuntcho* (París: Calmann Lévy, 1897).
[444] Archives de Paris D12U10 612 dépôt 4794 du 13 septembre 1918, n°67.
[445] Se denominaba "Buracotta" a un tejido de lana que se asemejaba en su acabado al terciopelo de lana y se utilizaba fundamentalmente para prendas de abrigo. Sobre el tejido "Buracotta" y la diversidad de tejidos

cortes en la espalda. Bolsillos con bordados rumanos. Cuello en punta de arco ovoide con bordados. Falda recta con un bolsillo bordado." La novela *Ramuntcho* de Pierre Loti fue publicada en 1897 y gozó de un extraordinario éxito convirtiéndose muy pronto en un clásico de la literatura en Francia. La historia de amor del joven Ramuntcho, *pelotari* y contrabandista de Ecthezar (inspirada en la localidad labortana de Sara) y la bella Gracieuse, fue rápidamente adaptada al teatro por el propio Loti en 1908, y el director Jaques de Baroncelli hizo lo propio para el cine en 1918[446]. *Ramuntcho* pasó así a formar parte de la cultura popular francesa constituyendo para miles de lectores y espectadores una primera introducción al País Vasco, a su historia y a sus tradiciones. La utilizacion del término "Ramuntcho" para denominar uno de sus modelos sugiere la intención de Jeanne Lanvin de identificar dicha creación con Biarritz, la Costa Vasca y el País Vasco en general. Como se observa en el boceto y la descripción citadas, el traje en cuestión no contiene ningún elemento estético que evoque la cultura o el traje tradicional del País Vasco de forma particular; al contrario, hace uso de bordados con motivos de inspiración rumana para decorar los bolsillos del, por lo demás, eminentemente sencillo traje. Podría tratarse de una confusión, o de una licencia artística habitual en lo que a las referencias de tipo tradicional o etnográfico se refiere; también podría tratarse simplemente de una manera más sofisticada de Jeanne Lanvin de identificar ante sus clientas un modelo *sport* concebido para Biarritz, y mostrar así su sensibilidad con respecto a la cultura vasca. Así, podríamos concluir que, como en el caso de los diversos modelos denominados "Biarritz" de Callot y de Lanvin, el modelo de 1918 diseñado por Jeanne Lanvin y llamado "Ramuntcho" era una creación concebida para la sucursal de Biarritz. Podríamos concluir de la misma manera en lo que respecta a otros modelos con nombres evocadores del País Vasco, relacionados fundamentalmente con lugares de la Costa Vasca frecuentados por la colonia de visitantes de Biarritz, como San Sebastián (modelo de agosto de 1918), o Guéthary (modelo de octubre de 1919).

En la década de los años 1920 la consolidación del fenómeno de las sucursales y la fidelización de su clientela durante todo el año, especialmente la española y la americana, provocó que las colecciones fueran cada vez fueran más notables, con un incremento de los modelos seleccionados de la colección de París, así como del número de creaciones exclusivas para

característicos de la moda en este periodo ver; "La moda al día", *La Correspondencia de España*, 14 de febrero de 1920.

[446] Otras adaptaciones cinematográficas le siguieron en 1938, por el director René Barberis (con partipación coral de Luis Mariano), en 1947, por Max de Vaucorbeil, y en 1959, por el director Pierre Schoendoerffer.

Biarritz. Los álbumes de la casa Lanvin para Biarritz posteriores a 1918 contienen un número de modelos que aumenta progresivamente en paralelo a la consolidación de la actividad de la sucursal biarrota. Así, el álbum de 1920 cuenta con 105 modelos, en 1922 la casa prepara una colección para Biarritz de 369 modelos, mientras que el álbum de 1925 integra 323 modelos. En lo que respecta a los modelos concebidos exclusivamente para Biarritz, observamos una continuidad en el uso de términos relacionados con los lugares o las actividades que caracterizaban la vida en la Costa Vasca, como "Fontarabie", de la colección de primavera-verano de 1922, y de la de primavera-verano de 1925; "Roncesvaux" (Roncesvalles), de la colección de primavera-verano de 1923; "La Bidassoa" y "Pelote Basque", ambos de la colección de primavera-verano de 1925; o "Chistera", "Fronton Basque" y "Pelotari", todos ellos de la colección de primavera-verano de 1928. Se observa el mismo fenómeno con respecto a la nomenclatura de modelos en otras casas de alta costura parisina y durante el mismo periodo. Así, en el registro del Conseil de Prud'hommes constan modelos de Paul Poiret con nombres igualmente evocadores del País Vasco, como "Pierre Loti", depositado el 21 de febrero de 1921[447]; "Bayonne", de agosto de 1923[448]; "Zamacoïs", modelo depositado el 14 de agosto de 1923[449]; o "Biarritz", de enero de 1924[450]. Todas las referidas creaciones coinciden con el periodo más importante de Paul Poiret en la Costa Vasca, desde su primera presentación en 1921, pasando por su apertura en 1923 de la villa Poliakoff-Amélie, hasta su instalación en 1924 en la célebre villa Casablanca. Destacan también numerosos modelos de Poiret con nombres destinados a complacer a su numerosa clientela española en Biarritz, como, "Verano"[451] o "Tolède"[452]; ambos de febrero de 1924, y "Alcázar"[453], de febrero de 1926.

A partir de 1926 se constata en los archivos de la casa Lanvin un descenso considerable con 77 modelos para 1926, y 90 modelos en 1928. Teniendo en cuenta que tanto la estación balnearia como Jeanne Lanvin vivieron una verdadera edad de oro entre 1926 y 1929, es posible que la casa de París no viera necesario seguir distinguiendo las colecciones entre la sede central y la sucursal y optara por enviar la colección de París en su integridad para su exposición y venta en la Costa Vasca. Por otra parte, dicho descenso en los modelos de los álbumes podría también deberse a un incremento de la autonomía de los equipos de Biarritz para crear y presentar

[447] Archives de Paris, DU12U10 303 dépôt 5130 du 21 février 1921, n°3.
[448] Archives de Paris, D12U10 309 dépôt 6812 du 1 août 1923, n°12.
[449] Archives de Paris, D12U10 309 dépôt 6854 du 14 août 1923, n°20.
[450] Archives de Paris, D5U10 B423 dépôt 7213 du 31 janvier 1924, n°109 et n°110.
[451] Archives de Paris, D12U10 310, dépôt 7238 du 6 février 1924, n°150.
[452] Archives de Paris, D12U10 310, dépôt 7238 du 6 février 1924, n°184.
[453] Archives de Paris, D12U10 311 dépôt 7350 du 26 février 1925.

nuevos modelos, exclusivos para su sucursal, respondiendo no solo a las necesidades de las clientas sino también a las nuevas tendencias generadas en la Costa Vasca durante la temporada en cuestión. Biarritz se consolidaría no solo como una importante plaza comercial y lugar de validación de nuevas tendencias, sino también como centro de experimentación y generación de nuevas ideas. Una nueva generación de profesionales biarrotas, formados en la excelencia de las grandes casas de costura de París, contaba con la capacitación y la experiencia para hacerlo posible.

El agosto de 1925, con ocasión de la próxima apertura de una sucursal de la casa Lucien Lelong en Biarritz, *La Gazette de Biarritz* publicaba una crónica que arrancaba con unas declaraciones del propio Lelong. Ante la pregunta de la cronista sobre las razones que le habrían motivado a establecerse en Biarritz, el modisto respondía diciendo: "¿Por qué abro una casa en Biarritz?... pues sencillamente porque es Biarritz…"[454]. Tal era el auge y prestigio de la estación balnearia que Lelong no sentía la necesidad de explicarlo, se trataba sencillamente de una obviedad. Tras la escueta, aunque reveladora respuesta del modisto, la cronista, que firmaba bajo el seudónimo de "Madelyne", suscribía la afirmación de Lelong, incidiendo en el renombre de Biarritz como motivo suficiente para que "un creador moderno quiera fundar una casa en un centro donde la elegancia juega un papel muy importante". Madelyne se aventuraba después explicar otros motivos que hubieran podido animar la decisión de Lucien Lelong:

> A una mujer verdaderamente elegante le gusta encontrar a su modisto en un lugar donde, como en Biarritz, se hacen varias estancias al año, y donde según el momento un determinado vestido puede fallar […] Cuántas mujeres se han equivocado al encargar con antelación una serie de vestidos que, vistos en su verdadero escenario, perdieron toda elegancia, ya no estaban a tono […].[455]

Madelyne continuaba su crónica alabando encarecidamente el talento de Lelong, quien a sus ojos había entendido, "mejor que ningún otro, que hay que adaptar la moda a nuestras necesidades y lo ha conseguido"[456]. La autora del elogio no era una colaboradora habitual del diario biarrota y, a juzgar por el tema y el tono de las únicas dos crónicas que escribió para *La*

[454] Madelyne, "Parce que c'est Biarritz", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 13 de agosto de 1925.
[455] Madelyne, "Parce que c'est Biarritz".
[456] Madelyne, "Parce que c'est Biarritz".

Gazette de Biarritz, su artículo se asemejaba más a una operación promocional que una información periodística. Lucien Lelong, abría su flamante nueva sucursal en Biarritz a escasos días de la referida crónica y tras una intensa campaña de comunicación con medios locales e internacionales[457]. El 19 de agosto el propio modisto anunciaba en *La Gazette de Biarritz* la apertura de su casa en la Costa Vasca, en términos que se asemejaban manifiestamente a los utilizados por la cronista Madelyne:

> Estimando que la atmósfera y el entorno modifican nuestra concepción de la moda e influyen en nuestras ideas sobre la elegancia, he creado para mis clientas una casa de moda en BIARRITZ.
> Rue Gardères
> [Las clientas] podrán así elegir, en el mismo ambiente en el que lo llevarán, los modelos de *sport*, los vestidos formales y todos los complementos que los completarán.[458]

Lucien Lelong incidía así en la importancia de la adaptación al lugar, al ambiente, a la vida en Biarritz para proponer un guardarropa apto para cada ocasión. En un segundo anuncio publicado días después de su apertura, Lelong afinaba sus argumentos, afirmando que:

> Aparte de los principales modelos de mis colecciones parisinas de invierno de 1926, expongo en mi casa de Biarritz conjuntos deportivos, vestidos de cena y de noche especialmente creados para la "temporada de Biarritz".
> PARA LOS CASOS URGENTES
> Gracias a una organización especial los vestidos se pueden entregar en un tiempo EXTREMADAMENTE CORTO.[459]

La exclusividad de las colecciones creadas por Lelong para Biarritz, su capacidad de interpretar y comprender las necesidades de sus clientas para la vida en la Costa Vasca, así como la agilidad de su organización para responder con rapidez y eficacia a los encargos de su clientela formaron la base de la campaña de publicidad del hábil modisto, un desembarco mediático inédito hasta la fecha en Biarritz. La cronista Madelyne se expresaba con igual entusiasmo en una segunda crónica que siguió a la apertura de la casa Lelong. En ella elogiaba a los modistos "activos y

[457] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 18 de agosto de 1925.
[458] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 19 de agosto de 1925.
[459] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 9 de septiembre de 1925.

modernos" que, como Lelong "no temen [hacer] el esfuerzo necesario para mostrar al mismo tiempo una colección de invierno en París y realizar en Biarritz el modelo del momento en el que se revelará la última nota, la que marca la pauta"[460].

La campaña de Lucien Lelong confirmaba una tendencia que se imponía en la Costa Vasca a mediados de los años 1920. Se trataba de la evolucion en el seno de las casas de alta costura en relación a la política de sus sucursales en Biarritz: de la presentación de una selección editada de modelos parisinos, a la progresiva creación de modelos adaptados a la vida de sus clientas en la Costa Vasca, hasta la concepción de colecciones completas para Biarritz y en Biarritz, siguiendo una política de máxima flexibilidad, personalización y eficacia organizativa. Desafortunadamente los archivos de la casa Lucien Lelong desaparecieron tras su cierre en 1948, y los modelos que Lelong depositó en el registro del Conseil de Prud'hommes en París no revelan información alguna sobre el nombre con el designó sus creaciones, el destino de sus colecciones o la organización interna de la casa. Sin embargo, destaca la gran diversidad de creaciones específicamente adaptadas a diferentes ocasiones, actividades o deportes. Así, además de los habituales trajes de mañana, conjuntos de tarde y vestidos de noche, observamos un muy notable número de modelos de *sport*, trajes de baño, albornoces para la playa, vestidos de tenis, trajes de amazona, y una larga lista de creaciones cuya función nos es difícil descifrar. Muchos de ellos serían vestidos y exhibidos por la fiel clientela que Lucien Lelong cultivó en la Costa Vasca.

En octubre de 1930 la edición estadounidense de la revista *Vogue* afirmaba que "Patou siempre hace gran parte de su colección en Biarritz, pues vive allí durante el verano, es uno de los principales seguidores del Canot Club […] En su última colección, las chaquetas de los seis conjuntos para yate que expuso podían ser encargados solamente por mujeres que fueran miembros del Canot Club y que, por lo tanto, tenían derecho a vestir los botones del Canot Club"[461]. Jean Patou era un conocido *sportsman*, amante del automovilismo y de la navegación motora, habitual de las citas deportivas de la Costa Vasca desde su llegada a Biarritz en 1925 y socio fundador del Canot Club, creado oficialmente en julio de 1929. La hemeroteca constata la participación habitual del modisto tanto en las competiciones de lanchas motoras como en las cacerías del zorro históricamente organizadas por la colonia británica de Biarritz. Su apego al País Vasco se confirmó con la construcción entre 1929 y 1932 de su villa Berriots en Ustaritz,

[460] Madelyne, "La femme et la mode", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 28 de agosto de 1925.
[461] "Biarritz as seen by him", *Vogue*, 27 de octubre de 1930.

lo que sin duda influyó en su decisión de crear colecciones para Biarritz. Tal y como afirma Johanna Zanon en su tesis doctoral sobre Jean Patou, "Biarritz es la única sucursal – sería de hecho una agencia según el registro de comercio del Sena – que producía sus propios modelos. Los expedientes de personal muestran, en efecto, que hay ciertamente vendedoras, como Beatriz de Casa Eguia[462], contratada el 1 de enero de 1930, pero también primeras de taller, como Laurence Fayon que entró en la casa el 19 de mayo de 1941" [463]. Asimismo, según el registro de contabilidad de la casa Patou, el 3 de octubre de 1933, la "Colección Biarritz" se componía de 36 modelos, entre los cuales se hallaba el vestido "Shopping" vendido por Peggy[464]. Tal y como Zanon ha podido comprobar, 13 de los modelos de la "Colección Biarritz" fueron vendidos en la sucursal de Cannes en marzo de 1934, lo que podría significar que la sucursal de Patou de Biarritz proveía los modelos de saldos a la sucursal de Cannes[465]. La casa de Biarritz es además la única de las sucursales que se mantenía abierta durante todo el año, una decisión que, como hemos visto, Jean Patou anunció antes incluso de la apertura de la sucursal, en primavera de 1925. La casa Jean Patou de Biarritz funcionaba así de forma más autónoma que las demás sucursales y las colecciones que para esta casa se concebían responderían de manera más precisa a los hábitos y a los gustos de la clientela habitual en la Costa Vasca.

2.2.3. "El día de una mujer elegante en Biarritz"

Tal y como hemos observado al través de análisis de la hemeroteca local, la sociedad biarrota celebró el florecimiento del comercio local, y muy particularmente la apertura de sucursales de las grandes casas parisinas, entendiendo que simbolizaban la consolidación de Biarritz como un centro de ocio y elegancia internacional, y que contribuían significativamente al desarrollo económico de la Costa Vasca. Sin embargo, tanto las casas de alta costura como las creaciones que éstas ofrecían a su clientela jugaron también un papel determinante en la experiencia de ocio y sociabilidad de la vida cotidiana en Biarritz.

En septiembre de 1923 Eleanor Gunn, escribiendo desde Biarritz para *Women's Wear Daily*, describió la atmósfera que percibía en Biarritz en las horas centrales del día, muy

[462] Se trata de Beatriz Rosario Modet de Casa Eguia, nacida en Biarritz en 1895, hija de Fernando Modet de Casa Eguia y Almagro, segundo conde de Casa Eguia, y Marie Louise de la Cuadra y Sarazin.
[463] Joahnna Zanon, *Quand la couture célèbre le corps féminin, Jean Patou 1919-1929* (París: tesis doctoral, École Nationale des Chartes, 2012), 96.
[464] Zanon, *Quand la couture célèbre le corps féminin, Jean Patou 1919-1929*, 97.
[465] Zanon, *Quand la couture célèbre le corps féminin, Jean Patou 1919-1929*, 97.

particularmente en las calles de la localidad. La periodista destacaba especialmente los comercios que daban vida al corazón de Biarritz:

> Callot Sœurs en la esquina; Lewis, una tienda de tamaño considerable; joyerías y tiendas de perfumes en abundancia y un gran numero de pequeños establecimientos con grandes y poderosos nombres – Jeanne Lanvin, Chanel, Worth, y un largo etcétera. El establecimiento de Paul Poiret está frente al mar, y tiene magníficas cortinas estampadas de cerezas en los balcones [y] persianas de un verde vivo que esconden sus géneros.[466]

Hallamos igualmente testimonios de clientas de alta costura en Biarritz que nos permiten vislumbrar su propia experiencia de la moda; destaca entre ellos el de María de las Angustias Núñez de Prado y Trujillo, marquesa de San Carlos de Pedroso por su matrimonio con José Luis de Pedroso y Berghmans, III marqués de San Carlos de Pedroso. La familia del marqués de San Carlos era una de las más destacadas de la colonia española desde finales del siglo XIX, especialmente su padre, José de Pedroso y Scull, diplomático español y célebre residente biarrota. Referido fecuentemente en la hemeroteca local como un gran animador y organizador nato, el II marqués de San Carlos fue presidente del Comité des Chasses au Renard y del Country Club de Biarritz, residiendo en la estación junto con su familia durante largas temporadas desde 1896. III marqués de San Carlos desde el fallecimiento de su padre en 1908, José Luis de Pedroso y Berghmans contrajo matrimonio con Angustias Núñez de Prado en Madrid en noviembre de 1913 y ambos establecieron su residencia en Biarritz donde participaban activamente en la vida mundana protagonizada por la colonia extranjera. El marqués de San Carlos recibió la medalla del reconocimiento francés durante la Primera Guerra Mundial y en 1919 constituyó, junto con Ricardo Soriano, II marqués de Ivanrey y residente igualmente en Biarritz, la Société des Automobiles Soriano-Pedroso para la fabricación de los automóviles deportivos y de carreras bajo la marca "Soriano-Pedroso". La marquesa de San Carlos era considerada una de las mujeres más elegantes de la colonia biarrota, tal y como se observa tanto en la prensa local como en la prensa de moda francesa e internacional durante la década de 1920. Fue clienta habitual de todos los grandes creadores de alta costura de París y estrecha colaboradora del modisto Lucien Lelong, jugando un papel esencial en el establecimiento de éste en Biarritz en 1925. En 1927 creó su propia casa de sombreros

[466] Eleanor Gunn, "«Atmosphere» pervades beach and «Main Street»", *Women's Wear Daily*, 28 de septiembre de 1923.

denominada Maria Christiane con sedes en París y Biarritz, donde instaló una sucursal abierta durante todo el año[467].

En 1926 la marquesa de San Carlos contribuyó con una crónica a una publicación promocional de lujo sobre Costa Vasca que nos informa sobre el papel de la moda en la experiencia cotidiana de Biarritz desde la perspectiva de una clienta de alta costura. Se trata de una gaceta de lujo editada por la Compagnie du chemin de fer de Paris à Orleans et du Midi (P.O.-Midi), empresa que explotaba, entre otras, las líneas ferroviarias del sudoeste de Francia. La P.O.-Midi había iniciado en la década de 1920 una serie de publicaciones que tenían como principal objetivo la promoción de los principales centros turísticos franceses y, por ende, la de su propio servicio. Dichas publicaciones se enmarcaban dentro de las iniciativas impulsadas desde el servicio de turismo de la empresa, un órgano interno especializado creado tras la Primera Guerra Mundial. Este servicio colaboraba activamente con la Oficina Nacional de Turismo, los diferentes organismos regionales y con los *syndicats d'initiative* o patronatos de turismo creados desde principios del siglo XX en diferentes estaciones turísticas francesas[468]. En 1927 la P.O.-Midi editó una gaceta o álbum de lujo titulado *Biarritz et la Côte Basque* con prefacio del marqués de Arcangues, presidente del Syndicat d'Initiave de Biarritz[469], y contribuciones de una larga lista de colaboradores, miembros de la cosmopolita colonia biarrota. Entre ellos destacaban, el duque de Tamames, Roy Mac Willimans, vicecónsul de los Estados Unidos en Biarritz, la condesa Kleinmichel, el periodista Alex de Coulomne La Barthe, o la marquesa de San Carlos.

La marquesa de San Carlos tituló su contribución "El día de una mujer elegante en Biarritz" que redactó en forma de una carta dirigida "a la señora N…, Tercera Avenida, Nueva York, América". La carta, redactada desde la villa Mon Désir en Biarritz, daba continuacion a una conversación que ambas mujeres habrían mantenido "el otoño último en los jardines del Castillo de Versalles" días antes del retorno de la dama americana a los Estados Unidos. La misiva de la marquesa tenía pues como propósito persuadirle de una pronta visita a Biarritz relatándole los atractivos de la Costa Vasca. Tras un preámbulo sobre la belleza del paisaje y las bondades del clima vasco, la aristócrata se propuso narrar sus cinco primeros días en Biarritz, de viernes

[467] *Vogue US*, 1 de julio de 1927.
[468] Christophe Bouneau, "Le rôle de la Compagnie des chemins de fer du Midi dans les trajectoires d'innovation des aires touristiques du Grand Sud-Ouest de 1852 à 1937", *Sud-Ouest européen*, 39 (2015). DOI : https://doi.org/10.4000/soe.1828
[469] El Syndicat d'Initiative de Biarritz fue fundado en julio de 1912, siguiendo la creación en 1905 del Syndicat d'Initiative du Pays Basque.

a martes, en lo que muy probablemente sería la temporada alta de 1926, entre agosto y septiembre de dicho año.

El viernes de la marquesa se anunciaba una jornada "ocupada totalmente" y comenzaba con un baño en el Port Vieux, "playa miniatura en la que resulta de buen tono mostrarse entre las diez de la mañana y el mediodía, bastante ligera para parecer desnuda y no muy cubierta para parecer vestida". Tras media hora de baños de sol, a mediodía la marquesa y sus acompañantes se trasladaban a tomar un *cocktail* al célebre Bar Basque, "innegablemente el lugar más elegante del mundo, sin excluir Venecia y Londres". Por la tarde el grupo se dirigió al Golf du Phare para jugar un partido, seguido de un té que se prolongó hasta las ocho de la tarde. La marquesa relataba con entusiasmo la noche de gala en el Casino Bellevue, con cena, baile y bacarrá, y destacaba los vestidos allí lucidos ("¡Qué cena y qué bailes!").

Guiada por el "conde X…, que es uno de los residentes más fieles de Biarritz", el sábado comenzaba con un paseo a caballo por el campo. El programa de la jornada seguía con una copa de porto en la famosa pastelería Miremont, "donde siempre hay tanta gente como en el Bar Basque", y una comida en el Château Basque, el establecimiento dirigido en la villa Beltza por Grégoire Beliankine, cuñado de Ígor Stravinsky. La marquesa pasó la tarde con sus amigas en el Polo, donde se disputaba la copa Carlton, y donde había "mucha gente, muchos trajes, vestidos de tarde encantadores y divinos y, sobre todo, ¡qué conjunto! ...". El día finalizaba con una cena en el Hôtel du Palais y una velada en la Opera de Biarritz. La misa de las once de la mañana en la iglesia de Saint Eugénie era el acontecimiento más importante del domingo por la mañana, a lo que seguiría el ambiente festivo de la corrida de toros en Bayona.

El lunes por la mañana el día se presentó lluvioso, aunque, en palabras de la marquesa de San Carlos "las desgracias son buenas para algo". La aristócrata relataba a su amiga, que tras "pasar revista el domingo a mi vestuario me apercibí de que, a pesar de mis precauciones y de mis previsiones, me faltaban, empero, diferentes cosas. Excelente ocasión para hacer una visita a los modistos." Así, en compañía de "algunas mujeres jóvenes y encantadoras", la marquesa se dispuso a "visitar todos los salones de las sucursales de todas las grandes casas de París", pues según la aristócrata, "en este aspecto, Biarritz no deja nada que desear." La primera parada en esta particular peregrinación de moda fue en la casa de Chanel "en donde no me canso de admirar la sencillez tan elegante y de un aire tan aristocrático". Allí fue atendida por "Margarita, mi vendedora de la rue Cambon. Hemos estado charlando cerca de una hora, durante la cual

han hecho desfilar ante nuestros ojos encantados los últimos modelos recibidos de París. ¡Qué maravillas! ¡Qué quiere usted! Me he dejado aún convencer y no he podido por menos de hacer algunas adquisiciones." Tras su visita en la casa Chanel en la Villa Larralde, y movidad por la frescura del ambiente, la marquesa acudió a la casa Max "el gran peletero de la plade de la Bourse" de París. Ante la persistencia de la lluvia, el grupo de amigas se dirigió por la tarde a la casa Vionnet, donde una de las acompañantes de la marquesa debía probarse un encargo. "También allí pudimos admirar numerosos vestidos originales cuyo corte inimitable sabe por sí solo avalorar su elegancia trascendente". Después de la visita *chez* Vionnet, era el turno de la casa Patou, "que presentaba una colección *sport* que me ha parecido particularmente bien ejecutada". Desde allí el grupo de elegantes se reunió en la casa Worth con una amiga "la señorita R…, quien estaba de pruebas". Para continuar con la jornada enteramente dedicada a la moda, la marquesa visitó también la casa de Lucien Lelong, con quien había colaborado estrechamente un año antes como imagen y relaciones publicas de su casa con ocasión de su apertura en Biarritz. Allí, el modisto les mostró "trajes de golf, concebidos para el movimiento. Usted ya sabe que Lelong es el promotor de la línea llamada *kinética* [sic]." Tras admirar las creaciones de Lelong, la marquesa haría una última parada en la casa Lanvin, donde para su sorpresa, se encontró con su marido, José Luis Pedroso, quien "acababa de salir de «Lanvin-Sport»: "¡Él, que abandona al hombre que no concede importancia a la elegancia masculina!". Considerado, junto a su socio Ricardo Soriano, como un *sportsman* de gran elegancia, resulta lógico que el marqués de San Carlos se hallara comprando las prendas *sport* que Jeanne Lanvin acababa de lanzar para los hombres. Tal y como señala la revista *Vogue,* en una de sus escasas referencias a la moda masculina: "Los hombres, en Biarritz, se visten más elegantes que en ningún otro lugar. Llevan ropa ligera; pantalones bombachos, sin polainas, medias de lana con motivos de colores. Sus botas con cordones son pesadas, pero tan lustrosas como cabezas que han sido *abrillantinadas* hasta el milagro. Sus sombreros (cuando los usan) son de fieltro gris o beige, no demasiado pequeños, con una banda de cinta de tono más oscuro. Algunos de los más distinguidos llegan a las puertas de las pastelerías con sus ropas de montar después de su galope matutino"[470].

Tras el encuentro con su marido, la marquesa explicaba a su amiga de Nueva York que,

[470] "Fashion prophecies from French resorts", *Vogue*, 15 de junio de 1925, 45.

> Desde este verano Lanvin se halla instalada en un suntuoso edificio de la avenue Edouard VIII. Este inmueble se llama ahora Hôtel Lanvin; lo mismo que en París existe el Hôtel de Soubise, el Hotel Lambert o bien el Hôtel Grammont-Caderous, también hay en Biarritz el Hôtel Lanvin. Nobleza obliga, y, entre la aristocracia de la costura, Lanvin puede con justo derecho aspirar a un rango elevado.

La aristócrata detallaba asimismo que la nueva instalación de la casa Hermès se hallaba en el patio de mármol del ahora llamado Hôtel Lanvin. Este extraordinario recorrido por los templos de la moda "aprovechando" un día lluvioso no parece haber sido un programa ni excepcional, ni exclusivo de la marquesa de San Carlos y su círculo de amigas. En septiembre de 1927 la corresponsal de *Women's Wear Daily* afirmaba desde la Costa Vasca que "los establecimientos de Biarritz son una de las atracciones de la localidad. Si en un día lluvioso una sale de compras, pasarán horas, sin dejar tiempo para quejarse del desapacible clima"[471].

Tras la intensa jornada de costura y compras, la marquesa dedicó la mañana del martes a realizar una excursión "por este País Vasco tan hermoso". El recorrido se inició en San Juan de Luz, pasando por Ciboure, y hasta Ainhoa, donde el grupo degustó truchas frescas y vino de Iroulégy. En su regreso a Biarritz, pararon para tomar el té en el Pavillon Royal, donde la marquesa insistió en la elegancia de los allí congregados: "nunca repetiré bastante, querida amiga, que Biarritz es durante los meses de agosto y septiembre el lugar más elegante que existe en el mundo." Un artículo de *Women's Wear Daily* publicado en septiembre de 1925 confirmaba el ambiente de elegancia y sofisticación que reinaba en el Pavillon Royal, antigua residencia de la reina Natalia de Serbia. Según la cronista estadounidense, al son de jazz interpretado por la orquesta al aire libre, ante los asistentes acomodados bajo la sombra de los árboles y al abrigo de las columnas, admirando un pequeño lago, el Pavillon Royal era uno de los mas exquisitos lugares para el té de Biarritz y su atmósfera apacible lo distinguía de otros "ruidosos *tea-dancings"*. Tal y como relataba la periodista, los Hispano-Suizas y los Rolls-Royces se estacionaban allí ordenada y silenciosamente, y hasta el tintineo de la vajilla y de la plata parecía formar parte de la experiencia. Pero este ambiente exigía su propia etiqueta sartorial, ligeramente diferenciada de la moda *sport* que imperaba en el resto de actividades diurnas en Biarritz:

[471] "Biarritz shops emphasize sports setting for fashions", *Women's Wear Daily*, 6 de septiembre de 1927, 10-11.

> Si hay un lugar en la Côte Basque donde los vestidos de día pueden apropiadamente adoptar una nota mas formal, es aquí […] Uno puede justificar los ejércitos de vestidos de punto en la Chaumière o el Château Basque con el argumento de que sus portadoras han venido de la playa, el golf o el tenis, pero el Pavillon Royal es un lugar donde una acude con cierta ceremonia para el té de la tarde.[472]

Por la noche, la marquesa de San Carlos volvía al Pavillon Royal para asistir a una cela de gala, a la que siguió una visita al cabaret Florence, "una morada nocturna exenta de vulgaridad", donde su propietaria, oriunda de Louisiana, "baila y canta, acompañada de sus músicos negros, e interpreta en su arte las obras líricas y coreográficas del folklore negro". De esta forma finalizaba la marquesa su carta-crónica sobre Biarritz y el País Vasco, reconociendo que "acaso algunos hechos que expongo le parecerán un poco exagerados", pero confiada en que "la Costa Vasca y usted misma no me tomarán en cuenta, porque no olvide que toda mujer es franca cuando no dice mentiras inútiles."

El artículo de la marquesa de San Carlos nos ofrece una valiosa visión de cómo se articulaba la vida cotidina de las residentes de la colonia extranjera en Biarritz y del papel que la moda jugaba en dicha dinámica. La visita a todas las sucursales de las casas parisinas de alta costura, los tan frecuentemente denominados templos de la moda, constituía, así, tanto una necesidad primordial para la sociabilidad de las clientas en Biarritz, como una experiencia de ocio en sí misma. La ritualizada vida social en la Costa Vasca proporcionaba a los modistos las claves para la creación de colecciones especiales para sus sucursales; los modelos de Biarritz se enmarcaban en el código de vestimenta que se imponía en cada momento y ocasión del día en la Costa Vasca.

2.2.4. El imperio de la moda *sport* en la Costa Vasca

La crónica de la marquesa de San Carlos sintetiza, en efecto, el programa social de la mayoría de los residentes extranjeros o temporales en Biarritz y en la Costa Vasca en la década de los años 1920 y la primera mitad de los años 1930. Existen variantes a las actividades o a los lugares mencionados por la aristócrata que se produjeron en años posteriores a su artículo de 1926, como el baño que algunos preferían tomar en la Côte des Basques, una playa más abierta y

[472] "Biarritz tea hour rites on terraced slopes of Pavillon Royal establish continued vogue of simple one-piece and jumper types", *Women's Wear Daily*, 22 de septiembre de 1925, 2.

salvaje que se hizo especialmente popular en la segunda mitad de los años 1920; la terraza del Hôtel Miramar, inaugurado en 1927, que se convirtió en un lugar alternativo al legendario Bar Basque para la reunión del mediodía y de la tarde en torno a un cóctel; o la visita a los campos del Golf de Chiberta que rivalizaron con el histórico Golf du Phare a partir de su apertura, también en 1927. La excursión a San Juan de Luz y Ainhoa referida por la marquesa de San Carlos era uno de los innumerables itinerarios que realizaban los visitantes de la Costa Vasca, al tiempo que a las corridas de todos de Bayona se sumaban las de San Sebastián, cuya importante programación festiva durante la temporada alta y su intensa vida social constituyeron un atractivo fundamental del turismo en el litoral vasco. Otras manifestaciones deportivas vascas, como la pelota o las regatas, se erigieron desde finales del siglo XIX en citas imprescindibles de destacados residentes como el propio Eduardo VII, gran aficionado a la pelota vasca y admirador del legendario *pelotari* y campeón del mundo Joseph Apesteguy, conocido como Chiquito de Cambo.

Aunque es muy probable que existieran innumerables variantes de este programa en función de los gustos y circunstancias personales de cada visitante, se observa, desde principios del siglo XX, una ritualización de la vida en la Costa Vasca, así como una manifiesta codificación en el vestido que llega a su máxima expresión en la década de 1920. Escribiendo en junio de 1925 para la revista estadounidense *Harper's Bazaar*, la periodista de moda Marjorie Howards abordaba con sarcasmo la estrechez de los lugares de moda y la rigidez del programa social en Biarritz:

> La jornada comienza, por ejemplo, en la diminuta pastelería Miremont, en la que es obligatorio dejarse ver comiendo un *sandwich* a la una en punto. Como en la vida a bordo de un barco, porque nadie tiene nada que hacer, se establece un horario rígido y es seguido meticulosamente por todo aquel que es alguien. Hay una sala bastante grande en la parte trasera del establecimiento, pero no debes entrar. Lo que hay que hacer es amontonarse en el frente o pararse en la puerta, en el camino de todos, empujada por todos lados, pero feliz en la certeza de hacer lo correcto, en el momento adecuado, aunque sea incómodo.[473]

[473] Marjorie Howard, "The hunting of the chic", *Harper's Bazaar*, junio de 1925, 82-83.

Una crónica de la revista *Vogue* insistía sobre la misma idea un año después afirmando que, "lo que hace que la aglomeración sea doblemente perceptible en estos lugares es que todo el mundo va con un instinto infalible al mismo lugar a la misma hora del día". Dicha incomodidad parecía ser especialmente palpable en el Bar Basque, donde según la periodista "se escuchó a un joven comentar que, en lo que a comodidad se refiere, prefería la multitud del metro de las seis en punto"[474].

Una vez establecido el programa del día los visitantes de la Costa Vasca se enfrentaban a la elección de su vestuario, una consideración fundamental para su exitosa socialización en los círculos de la cosmopolita colonia foránea. Una de las características de la moda en la estación vasca en el periodo de entreguerras fue el imperio de la moda *sport*. Este fenómeno que marcó la moda internacional de los años 1920 tuvo un especial desarrollo y difusión en las estaciones balnearias, y muy particularmente en Biarritz; dicha preeminencia de la moda deportiva era la lógica consecuencia de una tradición sartorial presente en la Costa Vasca desde finales del siglo XIX.

Según las innumerables crónicas que se publicaban sobre la moda en Biarritz, todo lo que se necesitaba para una temporada en la Costa Vasca era una gran selección de vestidos y conjuntos *sport*, adecuados para todas las actividades diurnas, desde el Bar Basque hasta el té en el Golf Club o en el Pavillon Royal, así como una menor selección de lo más sofisticados modelos de noche de alta costura para las galas en los hoteles, los bailes en los casinos o las recepciones en las villas privadas. Además de Chanel, que se había erigido desde los años 1910 en promotora fundamental del estilo *sport*, o Jean Patou, que tras la creación de su línea deportiva en 1925 se consolidó como un referente de esta nueva tendencia, casi la totalidad de las casas de alta costura, como Jeanne Lanvin o Madeleine Vionnet, crearon líneas específicas de prendas *sport* hechas a medida que ponían a disposición de su clientela en su sucursal de Biarritz. Otras casas parisinas especializadas en indumentaria deportiva, como Jane Régny, se establecieron en Biarritz siguiendo la moda imperante en la estación. Antigua jugadora de tenis profesional y gran aficionada al golf, Jane Regny creaba prendas para la práctica de deportes caracterizadas por su elegancia y distinción[475]. La apertura en Biarritz de su nueva sucursal en julio de 1927[476] provocó una gran expectación, tanto por la fama y la reputación que le precedían, como por el

[474] "Three famous playgrounds of Europe", *Vogue*, junio de 1926, 49.
[475] "The House of Jane Regny", *Vogue*, 15 de mayo de 1926, 50, 52.
[476] "La Mode sur la Côte basque", *La Côte Basque*, 31 de julio de 1927, 549.

original diseño de su establecimiento, que reproducía el interior de un yate. Monique, la habitual cronista de moda de la *La Gazette de Biarritz,* afirmaba tras su visita a la sucursal del número 2 de la rue Gambetta que, "una encantadora impresión de gracia y frescura te embarga al entrar en la tienda transformada en un confortable barco"; asimimo, la cronista aseguraba que, según "la joven que hace de piloto de esta bonita embarcación", Jane Regny había reunido en Biarritz una selección de modelos especialmente creados para la Costa Vasca. El entusiasmo local se manifestó de nuevo en la portada de la revista *Biarritz Illustré*, que en su numero del 20 de septiembre de 1927 reproducía una escena de una golfista vestida con un modelo de Jane Regny[477]. Del mismo modo, la revista *Vogue* publicaba en el mes de octubre una ilustración con tres de los caracteríticos modelos de Jane Regny en tweed y punto, en el interior de su sucursal de Biarritz[478]. Junto con establecimientos como el de Jane Regny, también se consolidaron otras casas locales especializadas como La Vogue, regentada por la familia Le Burthe y especializada desde 1921 en vestidos, trajes y abrigos de *sport*. Tal y como afirmaba la revista Vogue en 1928, "muchas mujeres francesas y españolas de gran elegancia compran sus vestidos en Biarritz, no solo en las casas de los grandes modistos que, por supuesto, están representados allí durante la temporada, sino también en las casas más pequeñas"[479].

A pesar de la omnipresencia de la moda *sport* en la Costa Vasca, lo cierto es que la categoría de prenda deportiva incluía una gran diversidad de variaciones sobre una única tipología de vestido; la elección de la prenda adecuada para acudir a la pastelería Miremont o asistir a los partidos de Polo requería de un profundo conocimiento de las ultimas tendencias y una gran capacidad de observación para identificar los detalles que convertían a una prenda en la opción idónea para cada ocasión. Innumerables artículos publicados en las revistas de moda en Francia y Estados Unidos se esforzaban en dar las claves que ayudaran a sus lectoras a acertar en sus elecciones. Una crónica escrita por el barón de Meyer para la revista *Harper's Bazaar* en 1924 arroja algo de luz sobre las complejidades de la moda en general, y en la Costa Vasca en particular.

Adolf de Meyer constituye una figura ineludible de la moda del siglo XX, siendo considerado el primer fotógrafo de moda en la corta historia de esta nueva disciplina. Personaje tan

[477] Ilustración firmada por J.C. Haramboure y reproducida en la portada de la revista ilustrada *Biarritz Illustré*, de 20 de septiembre de 1927.
[478] "Tweeds et jerseys melent leur dessin", *Vogue*, octubre de 1927, 19.
[479] "As seen by him. The Riviera lengthens and shortens its costume", *Vogue*, 27 de octubre de 1928, 128.

misterioso como mundano, nació en París o en Alemania, y pasó su infancia en ambos países antes de introducirse en la comunidad fotográfica internacional en torno a 1894. En 1896 se mudó a Londres donde destacó por su trabajo pictorialista y conoció a su futura esposa, Olga Caracciolo, supuestamente una hija ilegítima del rey Eduardo VII. En torno a 1900 de Meyer comenzó a utilizar el título de barón, aunque se desconoce su procedencia. En 1912, gracias a su relación con Alfred Stieglitz, la pareja se mudó a Nueva York donde en 1914 de Meyer se convirtió en el primer fotógrafo jamás contratado en plantilla por la revista *Vogue*. En 1921, siguiendo una oferta de la revista *Harper's Bazaar* volvió a París, donde permaneció hasta 1932[480]. De Meyer fue un maestro de la primera fotografía de moda y de los retratos de sociedad, reflejando el elegante y ocioso mundo que protagonizaba el turismo de lujo en la Costa Vasca y que se desvanecería tras la Segunda Guerra Mundial.

En noviembre 1924, en plena edad de oro de su carrera como fotógrafo de moda y con una extraordinaria red de contactos en la sociedad parisina e internacional, de Meyer escribió un artículo para *Harper's Bazaaar* titulado "Un guarrropa completo para Biarritz"[481]. Al igual que la crónica de la marquesa de San Carlos, De Meyer recurrió al género epistolar para comentar la moda del momento y el estilo que imperaba en Biarritz y la Costa Vasca. El fotógrafo comenzaba su artículo relatando que, días antes de su salida de París con rumbo a Biarritz, habría recibido un encargo de la redacción de la revista pidiéndole que escribiera una crónica sobre la estación vasca, con algunas claves sobre los lugares donde alojarse, las actividades que realizar y las prendas que llevar, dirigida fundamentalmente a las lectoras americanas[482]. Para ello De Meyer habría propuesto reproducir una reciente correspondencia con su amiga Madame de Mazagran que, entendía el fotógrafo, contenía todo lo necesario para las potenciales nuevas visitantes del otro lado del Atlántico. Se trataba muy probablemente de una carta fictica, escrita por y para una amiga imaginaria (Mazagran era también el nombre de una de las calles comerciales más importantes de Biarritz), aunque su contenido estaría basado en el profundo conocimiento de De Meyer de la vida y de la moda en Biarritz. Así, en la carta escrita por Anne de Mazagran desde el hall del Hôtel du Palais de Biarritz en agosto de 1924, ésta solicitaba al célebre fotógrafo, en su condición de experto en moda, que adquiriera en París para ella una selección de prendas que considerara idóneas para la temporada en la estación balnearia.

[480] Ellen Handy, ed., *Reflections in a Glass Eye: Works from the International Center of Photography Collection* (Nueva York: Bulfinch Press, en asociación con el International Center of Photography, 1999), 214.
[481] Baron De Meyer, "A complete wardrobe for Biarritz", *Harper's Bazaar*, noviembre de 1924, 74-79, 132, 134.
[482] De Meyer, "A complete wardrobe for Biarritz", 74.

Madame de Mazagran justificaba su petición alegando que, aunque todas las casas de alta costura parisinas contaban con sucursales allí, Biarritz se hallaba saturada de visitantes, por lo que las existencias de las casas de costura disminuían cada día, a pesar de los esfuerzos de sus gestores en hacer llegar diariamente y por tren nuevos modelos procedentes de los talleres de París. Confiando en su criterio, Anne de Mazagran señalaba a su amigo sus preferencias, afirmando que "por supuesto, quiero ropa *sport* para los *sports*, pero también quiero ropa *sport* para la hora de la comida, y especialmente ropa de *sport* elegante para el té en el Gof Club y para jugar en el Casino. Casi iba decir que quiero también ropa *sport* para la noche – pero no, vestidos de noche, si te parece bien"[483]. La solicitante amiga insistía en que adquiriera muchos vestidos de noche, pues le gustaría lucir uno distinto cada día. Biarritz era a sus ojos "extremadamente elegante", y precisamente por ello confesaba que "con tantas mujeres alrededor, especialmente españolas y argentinas, todas vestidas impecablemente, voy a tener que mantenerme fuera de vista hasta que llegues"[484].

Así, De Meyer se disponía a conformar el guardarropa completo e ideal para su amiga en Biarritz. El fotógrafo confiaba en que los modelos de noche no supondrían un problema, pues siendo selectivo "será fácil elegir una docena de vestidos con una gran probabilidad de éxito". Sin embargo, el reto se hallaba en la elección de los modelos de día, "especialmente las imprescindibles prendas *sport* para una estación tan reputada como Biarritz"[485]. El fotógrafo convertido en estilista compartía con sus lectoras sus consideraciones, precisando que la dificultad no radicaba tanto en la elección, "siempre que se evite la excentricidad y las combinaciones de colores vulgares", sino en la manera de vestir dichas prendas, insistiendo en que "se requiere de elegancia, y ciertas dosis de imaginación"[486]. De Meyer, incidía en la importancia de la indumentaria *sport*: "solo los modelos diseñados tomando en consideración la comodidad tienen la oportunidad de obtener un éxito duradero, ya sea en terciopelo, en brocado, en kasha, o en punto. Los drapeados complicados, las faldas demasiado estrechas para caminar, o las colas demasiado largas para bailar, se han acabado – están *démodé*, no son *chic*". Tras diversas reflexiones sobre la moda actual, el fotógrafo recordaba una premisa imprescindible que caraterizaba la dinámica de la moda en Biarritz: "Evolucionar constantemente forma parte del arte del vestir, pues para ser la mujer más elegante de Biarritz

[483] De Meyer, "A complete wardrobe for Biarritz", 74.
[484] De Meyer, "A complete wardrobe for Biarritz", 74.
[485] De Meyer, "A complete wardrobe for Biarritz", 75.
[486] De Meyer, "A complete wardrobe for Biarritz", 75.

debe usted descartar y renovar su guardarropa y repetir el mismo proceso de descarte y renovación infinitamente"[487]. Así, las mujeres como Madame Mazagran en Biarritz no solo se vestían para su propio placer y entretenimiento, o para responder a las expectativas de un determinado ámbito social, sino que hacían evolucinar la moda mediante un constante proceso de validación y renovación que los modistos habrían de identificar e interpretar. De este modo los estilos imperantes en la Costa Vasca influirían las tendencias del verano y del invierno tras las temporadas de Pascua y de verano.

La crónica del barón de Meyer seguía con una lista exhaustiva de los modelos que supuestamente habría adquirido para su amiga[488], que incluían nueve conjuntos de *sport* (como un "traje *sport* de franela gris, compuesto de abrigo y falda. Para llevarlo con un fular de lana blanca y un sombrero *sport* de fieltro de color ocre") y tres juegos de falda plisada, suéter de cachemira y pañuelo conjuntado, en colores verde, malva y "un color cereza tenue"; nueve conjuntos de día "elegantes" o más formales (como, "una blusa y una falda de crepé naranja, para llevar con un abrigo de kasha forrado en naranja. Envío un cinturón en piel de color beige con una hebilla de oro, y un sombrero *sport* de ante color champán con una cinta de *grosgrain* [otomán] marrón para vestirlo con este conjunto"); así como once vestidos de noche (como "un vestido de terciopelo color lavanda, magníficamente bordado en oro en la parte inferior de la falda, que se abre en el frente sobre una combinación de satén de color rosa."). Aunque De Meyer no lo precisaba en su crónica, los nueve primeros conjuntos de *sport* y los tres juegos de falda, suéter y fular habrían de ser vestidos durante las actividades de mañana, como el aperitivo en Miremont, el cóctel en el Bar Basque, las excursiones por los alrededores de Biarritz, o las jornadas de compras en los establecimientos del centro biarrota. El grupo de conjuntos *sport* "elegantes", como los denominan Mamade de Mazagran o el propio De Meyer, eran prendas consideradas de *sport* pero ligeramente más formales, apropiadas para el té en el Golf du Phare o en los links de Chiberta, los partidos de Polo, o las carreras de caballos. Es muy probable que, el "conjunto de tarde" que menciona en su lista ("un vestido de crepé Georgette rojo, con un abrigo largo de tercipelo marrón forrado del mismo Georgette rojo. Hay un pañuelo de terciopelo marrón y un sombrero *sport* de fieltro rojo para llevarlo con este traje, pero arreglado [el sombrero] con tres grandes ramilletes de tupidas *aigrettes* extendidas bien adelante, casi cubriendo un lado de la cara") fuera añadido por de Meyer considerando el refinado ambiente de las tardes en el Pavillon Royal que la marquesa de San Carlos frencuentaba. Finalemente,

[487] De Meyer, "A complete wardrobe for Biarritz", 75.
[488] De Meyer, "A complete wardrobe for Biarritz", 132.

los vestidos de noche serían lucidos en todos los eventos organizados en Biarritz y en la Costa Vasca a partir de las nueve de la noche, como las galas en el Hôtel du Palais, los bailes en los Casinos, las cenas en las elegantes villas o en la Réserve de Ciboure, o las noches de bacarrá. Teniendo en cuenta que el barón introdujo nueve conjuntos de *sport* para el día y nueve vestidos de noche, hemos de asumir que la estancia de Madame Mazagran en la Costa Vasca duraría nueve días y sus nueve noches.

La crónica proseguía con una breve, pero eficaz guía de Adolf de Meyer para los nuevos visitantes de la Costa Vasca, con recomendaciones de hoteles, destacando el Hôtel du Palais y el Hôtel Carlton, y las villas privadas en alquiler que el fotógrafo aconseja encarecidamente. Éste exaltaba el paisaje vasco afirmado que "el campo en torno a Biarritz es precioso. Las carreteras son perfectas - a lo largo de toda la costa, desde Bayona a San Sebastián, incluyendo Biarritz, Bidart, Guéthary, St. Jean de Luz, Ciboure, Hendaye, Fuentarabia [sic], etc. Son un placer para los motoristas"[489]; señalaba además la conveniencia de alquilar un coche una vez en la Costa Vasca pues, "la mayor parte de la diversión se encuentra en las villas y quizá sea necesario conducir hasta San Sebastián para comer allí, volver a Biarritz para el té en el Golf Club, y estar cenando en St Jean de Luz. Todo ello concentrado en la diversión de un solo día"[490].

Tras hacer repaso a los habituales lugares de referencia, el barón de Mayer añadía una última consigna, la misma que había guiado su elección para Madame Mazagran:

> Traigan prendas de *sport* y vestidos de noche, pues no se requiere de nada más. En caso de que posea en su guardarropa algún vestido de crepé estampado, o un vestido de muselina, no lo deje en casa. Puede resultarle útil. La ropa de *sport* es hoy en día una denominación general e incluye tantos tipos de vestidos que solo transmiten una atmósfera de *sport*, que sin tener que recurrir a los vestidos de muselina de tipo *garden-party*, puede usted encontrar entre las prendas denominadas de *sport* vestidos apropiados para cada ocasión y tipo de clima […] Se requiere una buena selección de vestidos de noche. Son fundamentales. El atuendo debería completarse con abrigos,

[489] De Meyer, "A complete wardrobe for Biarritz", 132.
[490] De Meyer, "A complete wardrobe for Biarritz", 132.

> ligeros y más abrigados, y especialmente con chales para las noches frescas. Se cena mucho en el exterior en Biarritz, así pues, estos últimos son bastante importantes.[491]

La visión de De Meyer confirma no solo la rígida compartimentación y ritualización de la vida social y de la experiencia de ocio en la Costa Vasca, si no que incide en la importancia central que la moda adquiría en este contexto, tanto en las consideraciones sartoriales realizadas por sus visitantes antes y durante su estancia, como en la escenificación de las elecciones que hubieran realizado. También se percibe en las palabras del fotógrafo la considerable presión social que imperaba en este reducido espacio de moda.

Tal y como hemos observado en las recomendaciones de Adolf de Meyer, los chales u otros accesorios envolventes eran considerados prendas esenciales para las noches frescas características del clima en el País Vasco durante los meses de verano. Esta no sería la única consideración meteorológica que los prescriptores de moda se hacían desde París o Nueva York con respecto a la temporada de Biarritz. En noviembre de 1928 una extensa crónica de la edición estadounidense de *Vogue* la autora afirmaba que,

> La brisa de Biarritz es un factor de moda de gran importancia. Es la brisa la que ha hecho que las cabezas demasiado brillantes, moldeadas y onduladas parezcan anticuadas, algo inelegantes, y demasiado arregladas. Es la brisa la que hacer que el vestido de ciudad o el de tarde estén fuera de lugar. Es la brisa la que hace que los pañuelos ondeen, y muestra la necesidad de que las faldas favorezcan cuando están en movimiento.[492]

Ya en 1919, la activa corresponsal del diario *Women's Wear Daily* informaba desde Biarritz afirmado que "nuevos estilos son frecuentemente lanzados desde las principales estaciones francesas antes de que sean vistos en París. En efecto, a París se le escapan en ocasiones las cosas interesantes"[493]. La periodista se refería en esta ocasión a un impermeable que se vendía en una gran tienda especializada de Biarritz; se trataba de un abrigo realizado en tela de caucho negro, de cuello cuadrado, puños vueltos en tela de gabardina fina de color gris, costuras ribeteadas con la misma gabardina, y forrado en crepé de China también gris. Acompañaba el modelo un sombrero a juego también de caucho negro con una cinta de gabardina gris que

[491] De Meyer, "A complete wardrobe for Biarritz", 134.
[492] "Biarritz. Bathings, berets, and bars", *Vogue*, 10 de noviembre de 1928, 73.
[493] DeLange, "Raincoat from Biarritz stirs Paris", *Women's Wear Daily*, 24 de noviembre de 1919, 1, 23.

rodeaba la copa. Tal y como se precisaba en la crónica, "me han dicho que se lleva en la playa remplazando a abrigo *sport*. En Biarritz llueve considerablemente, y en estos días [de lluvia] este abrigo en particular es una bendición". Se trataba a ojos de la informante, de un modelo tan elegante como práctico, y precisaba que "la mayoría de la gente (las mujeres francesas) son reacias a los impermeables, pues son generalmente prendas poco favorecedoras y feas; sin embargo, este abrigo es justo lo opuesto." Terminaba su elogio de esta prenda señalando que había sido lucida por una conocida dama de la colonia americana en la Costa Vasca con ocasión del Salon d'Automne en París; la elegante en cuestión habría comentado a la periodista que pensaba también ponérselo para cruzar en canal en un aerobús, pues era lo suficientemente abrigado".

Además de los factores meteorológicos los visitantes de la Costa Vasca también tomaron la iniciativa creando nuevas tendencias inspiradas en elementos de la cultura y la tradición vascas. Uno de los casos más remarcables es el de la boina o *béret basque*. La revista estadounidense *Vogue* informaba a sus lectoras en junio de 1910 sobre las últimas tendencias en moda *sport* observadas en Francia. Según la cronista Madame F., "casi todas las jóvenes [en Biarritz] visten por la mañana cuando pasean por la *Plage*, así como en el campo de golf, los zapatos de los labradores vascos – «espadrilles» [alpargatas] de lona blanca con suelas tejidas en cuerda, y ajustadas a los pies con cintas blancas. Igualmente, han adoptado la gorra vasca, con su diminuta borla en el centro de la corona. El barón Henri de Rothschild viste en el campo del golf un traje de franela blanca […] y una boina vasca roja"[494]. En 1920 *Women's Wear Daily* advertía a sus lectores con su característica precisión de que "en lo que a sombreros se refiere, hay un tipo en particular que reina en la indumentaria *sport* en Biarritz – la boina, un estilo llevado también por los labradores vascos. Puede afirmarse que cada visitante que llega aquí viste una boina en algún tejido o color apropiado con el traje *sport*, así como con los vestidos de algodón por la mañana. Las boinas más populares son las de colores vivos en terciopelo de lana, y se venden aquí en todas las tiendas"[495].

El furor por la boina fue consolidándose a lo largo de la década de los años 1920, llegado a su máxima expresión en la moda a principios de los años 1930. Así, la *béret basque* se convirtió en un accesorio imprescindible, tanto para hombre como para mujeres, no solo durante la práctica deportiva, sino también como parte integrante de los conjuntos de *sport* "elegantes" a

[494] Madame F., "French Outdoor Gowning", *Vogue*, 15 de junio de 1910, 21.
[495] "Pre-war elegance for early Biarritz season", *Women's Wear Daily*, 10 de agosto de 1920, 57.

los que hacía referencia De Meyer. Otro artículo de 1926 publicado por mismo diario y titulado "El prestigio de la indumentaria *sport* es indiscutible en Biarritz"[496] mostraba tres ejemplos de la adopción de la boina en modelos observados en la Costa Vasca: un modelo de traje de baño ilustrado con la imagen de una bañista en la playa portando una pequeña y encajada boina negra; un traje *sport* de dos piezas en punto de lana complementado con una boina de ala ancha y ladeada; una tercera fotografía de la duquesa de Westminster en pleno partido de golf con un jersey blanco de rayas rojas y una boina roja a juego. Días después de la reseña de *Women's Wear Daily*, el diario biarrota *La Gazette de Biarritz* publicada una columna de André Lichtenberger, historiador, sociólogo y novelista de origen alsaciano cuya familia se instaló en el País Vasco tras la anexión prusiana de su Alsacia y Lorena natal en 1871[497]. Lichtenberger celebrada la adopción de la boina vasca que trascendía a su uso por los visitantes de la colonia extranjera y se imponía en el panorama internacional. El escritor recordaba sus frustrados esfuerzos por extender el uso de la boina más allá de las fronteras vascas: "en los felices y lejanos tiempos cuando jugaba a tenis, la adopté como sombrero. Y la paseé en todos los [trenes] expresos internacionales de Europa y sobre no pocos transatlánticos… […] Desgraciadamente, no consigue el primero que llega lanzar una moda"[498]. Así, Lichtenberger se congratulaba de su éxito actual, subrayaba que la boina se había introducido en los círculos de la sociedad londinense, y atribuía su éxito a dos factores fundamentales: el impacto de la imagen del campeón internacional de tenis vasco Jean Borotra, apodado "el vasco saltarín", quien jugaba sus partidos más importantes vistiendo su legendaria boina, y la adopción de la boina del príncipe de Gales durante su reciente estancia en la Costa Vasca; imágenes del pretendiente al trono británico coronado con una tradicional boina negra circularon profusamente en la prensa británica e internacional. A estas dos figuras podríamos añadir la del propio Jean Patou, a quien vemos en numerosas fotografías durante sus días en la Costa Vasca luciendo una boina junto con los trajes y conjuntos sofisticados que caracterizaban su estilo impecable.

Así, pronto la boina se convirtió en un accesorio fundamental en los modelos *sport* de todas las grandes casas de alta costura, tal y como atestigua tanto la hemeroteca de moda como los modelos custodiados en los archivos privados e institucionales consultados. La versión popularizada de la boina estaba inspirada en la prenda vasca, tal y como la vestían los

[496] "El prestigio de la indumentaria sport es indiscutible en Biarritz", *Women's Wear Daily*, 4 de octubre de 1926.
[497] Urbano Asarta Epenza, "Lichtenberger, André", Enciclopedia Auñamendi, 2021. https://aunamendi.eusko-ikaskuntza.eus/es/lichtenberger-andre/ar-88151/
[498] André Lichtenberger, "Le triomphe du beret Basque", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 8 de octubre de 1926.

agricultores en Labort y en Guipúzcoa; se trataba de una boina de fieltro negro chata, ancha, con un pequeño rabo, sin visera y con la sección vertical que la circunda doblada hacia adentro, jamás hacia fuera. Aunque los vascos apenas la calaban, las formas de vestirla variaron considerablemente en la medida en que su difusión se generalizaba. El uso de la boina en las playas de moda fue tan generalizado que la moda hubo de introducir nuevos accesorios para proteger a sus portadores de los rayos del sol. Una pequeña reseña en la prensa estadounidense advertía de que "la popularidad de los sombreros en forma de pequeña boina continua, y la necesidad ha suscitado una infinita variedad de atractivos parasoles para cubrir los ojos del sol en las playas"[499]. En 1928, la revista *Vogue* resumía de la siguiente forma el imperio de la boina en Biarritz:

> Algunos nacen con boinas, algunos ganan boinas y otros tienen boinas encajadas sobre ellos. Desde el amanecer más temprano hasta el brillo más tenue del día siguiente, las boinas locales y las trasplantadas son el orden del día en Biarritz. Sólo los bueyes se han resistido a ellos y todavía usan cubiertas de piel desgreñadas[500] sobre sus nobles cejas.[501]

[499] "The parasol gains prestige from the beret, in Biarritz", *Women's Wear Daily*, 19 de abril de 1925, 15.
[500] La cronistas norteamericana se refiere muy probablemente a los frontiles revestidos de lana de oveja que cubrían la cabeza de los bueyes en el medio rural vasco a principios de siglo XX. En, Telesforo de Aranzadi, "Explicación de los aperos de labranza en la exposición", *V Congreso de Estudios Vascos Bergara, 1930* (San Sebastián: Eusko Ikaskuntza,1934), 24.
[501] "Biarritz. Bathings, berets, and bars", *Vogue*, 10 de noviembre de 1928, 73.

Capítulo 3. Gabrielle Chanel: libertad, experimentación y éxito en la *Côte Basque*

Gabrielle Chanel constituye uno de los ejemplos más interesantes para ilustrar la relevancia de Biarritz y la Costa Vasca como centro y referente ineludible de moda, así como su especificidad en el panorama francés e internacional. Biarritz proporcionó a Chanel la oportunidad de consolidarse como creadora ante una de las clientelas más cosmopolitas y exigentes del mundo. Al mismo tiempo, el ambiente distendido, la actitud desenvuelta y la libertad sartorial que encontró entre aquellos que protagizaban la vida en la Costa Vasca le permitieron desarrollar su visión radical y alternativa de la moda en un momento de grandes transformaciones sociales, culturales y estéticas. Su experimentación creativa y su éxito comercial en Biarritz le aseguraron la confianza y la independencia económica que necesitaba para lanzarse a construir un proyecto ambicioso con autoridad, una propuesta innovadora que tendría importantes reverberaciones en la historia de la moda femenina y, por ende, en la historia de las mujeres.

3.1. Establecimiento y éxito en Biarritz

> Gabrielle abrió en Biarritz no una boutique, sino una casa de costura con una colección… Se trataba de establecer una base sólida. El proyecto se concibió en julio. En septiembre todo estaba listo. Gabrielle no tardó en comprobar el acierto de su iniciativa.[502]

Edmonde Charles-Roux relata con viveza la decisión de Gabrielle Chanel de establecerse en Biarritz en 1915 y capta como ningún otro de sus biógrafos la trascendencia que dicho episodio tendría en la trayectoria de la *couturière*. La casa de Biarritz constituyó la tercera gran decisión en la estrategia profesional y empresarial de Gabrielle Chanel. En 1910 Chanel se establecía en el número 21 de la rue Cambon como *modiste* o sombrerera bajo el nombre de Chanel Modes. La extrema simplicidad de sus sombreros, así como la fidelidad de algunas de las más célebres actrices del momento pronto la lanzaron en la escena de la moda parisina. En 1912, intuyendo las oportunidades que el ambiente de sofisticación y de consumo de las estaciones balnearias ofrecía, decidió abrir un establecimiento en Deauville donde la sociedad parisina que la frecuentaba cayó rendida ante la originalidad de sus sombreros y la elegancia confortable de

[502] Edmonde Charles-Roux, *Le temps Chanel* (París : Éditions de la Martinière/Éditions Grasset et Fasquelle, 2004), 130.

sus novedosas prendas de *sport*. Su éxito en Deauville y el estallido de la Primera Guerra Mundial la llevaron a proyectar una nueva apertura en otro gran referente de la vida balnearia francesa e internacional: Biarritz.

3.1.1. La gran guerra: adversidad y oportunidad

La Primera Guerra Mundial no hizo sino favorecer y reforzar el microclima de ocio y consumo que caracterizaba el veraneo en la Costa Vasca. Al igual que otras creadoras francesas, como las hermanas Callot, Jeanne Paquin y Jeanne Lanvin, Gabrielle Chanel supo intuir la oportunidad que Biarritz le ofrecía cuando las circunstancias parecían desfavorables. El éxito que Chanel había experimentado en Deauville había confirmado su intuición sobre el potencial de las estaciones balnearias como centros de moda y lujo; su éxito en Biarritz confirmaría también el acierto de su arriesgada apuesta en un periodo incierto.

El 2 de septiembre de 1915, en lo más álgido de la temporada en la Costa Vasca, la prensa local anunciaba que "la Maison Gabrielle CHANEL, de París, ha abierto sus salones de venta, villa de Larralde, 6, descente de la Plage, en Biarritz"[503]. Para su apertura en Biarritz Chanel alquiló la villa Larralde, un edificio de estilo medieval, construido en 1867 por el banquero inglés, y más tarde vicecónsul británico en Biarritz, Edmund Hooke Wilson Bellairs. La villa Emilia, nombre escogido por Bellairs para su residencia, o el "fuerte Bellairs", tal y como vinieron a denominarlo los biarrotas, era un edificio singular. Realizado en piedra de Bidache, el edificio contaba con una planta de forma triangular y vértices coronadas por altas torres, un gran patio interior y una orientación ingeniosa para evitar el golpe de los vientos procedentes del mar que Eugène Viollet-le-Duc[504] alabó en su obra *Habitations modernes*, considerándola un modelo de residencia balnearia.[505] El palacete fue rebautizado con el nombre de villa Larralde tras su compra en diciembre de 1875 por Albert de Larralde-Diusteguy, miembro de una prominente familia originaria de Ciboure. Durante los años de residencia de los Bellairs y los Larralde, la villa fue el centro de una vida familiar y social sosegada, lejos de los fastos vividos en otras mansiones y palacetes construidos en la Costa Vasca en el mismo periodo. Antiguo alcalde de Urruña, de Larralde Diusteguy residió en dicha villa junto con su esposa María Ignacia

[503] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et du littoral*, 2 de septiembre de 1915, 2.
[504] Eugène-Emmanuele Viollet-le-Duc (1814-1879), fue un historiador del arte, escritor y arquitecto francés, entre cuyas obras destaca el castillo-observatorio d'Abbadie realizado en Hendaya por encargo de Antoine d'Abbadie entre 1864 y 1884.
[505] Ville de Biarritz, *Villa Larralde*, [en línea], [Disponible en : https://ville.biarritz.fr/mes-loisirs-aisialdiak/balades-historiques/villa-larralde-769.html; Eugène-Emmanuel Viollet-le-Duc, *Habitations modernes* (París: Morel, 1875), grabado 112.

Cendoya, y su familia, uniéndose a ellos, en los últimos años de su vida, su hermano mayor, Alexandre de Larralde Diusteguy. Este último había destacado en la vida política ocupando diversos cargos de relevancia a lo largo de su larga trayectoria. Así, en 1848 sustituyó a su padre como consejero general de los Bajos Pirineos, cargo que desempeñó hasta 1871, y recibió la distinción de caballero de la Legión de Honor en 1859. En 1853 fue nombrado procurador imperial en Bayona en 1853 y presidente de su tribunal civil en 1866[506]. En 1878, ejerciendo aún de presidente del tribunal civil de Bayona, Alexandre de Larralde Diusteguy fue sometido a un proceso disciplinario por participar junto con otros conocidos "Bonapartistas" en lo que vino a considerarse una manifestación subversiva de apoyo al príncipe imperial, Luis Napoleón Bonaparte[507]. Lejos de retirarse de la política tras ser sancionado en 1879, Alexandre Larralde-Diusteguy siguió desempeñando su cargo en Bayona hasta 1883 y fue elegido alcalde de Biarritz en 1884, ocupando dicho cargo hasta 1888. La villa Larralde en Biarritz sería pues durante años lugar de encuentro y de debate de notorios partidarios de la vuelta del Imperio en Francia.

Tras el fallecimiento de Albert Larralde Diusteguy en 1901, su viuda siguió residiendo en la célebre villa junto con su hijo Louis Larralde Diusteguy y su hija Antoinette, vizcondesa de l'Hermite por su matrimonio con Joseph Tristan de l'Hermite, comandante en el ejército francés e hijo más joven del conde Ferdinand Tristan de l'Hermite. Entre 1897 y 1906 la hemeroteca nos informa de la actividad de compraventa de caballos que Joseph de l'Hermite desarrollaba desde la villa Larralde, así como de los distinguidos huéspedes que se alojaban en dicha residencia, también llamada château Larralde o chalet Larralde durante este periodo. El diario francés *Figaro* daba cuenta en octubre de 1905 de uno de los escasos eventos de sociedad que constan en los diarios de la época con respecto a la villa Larralde. Se trata de un "*five o'clock* íntimo pero muy elegante […] en casa de la vizcondesa de l'Hermite, para las jóvenes amigas de su encantadora hija"[508]. La crónica destacada entre las asistentes, "la condesa y Mlle de Caltabusturo, Mme. y Mlles de Miret-Martinez, marquesa y Mlle d'Arcangues, condesa, Mle de Monber, etc."[509] Tras el fallecimiento de María Ignacia Cendoya, viuda de Larralde

[506] Ainhoa Arozamena, *Larralde-Disteguy, Alexandre*, Enciclopedia Auñamendi [en línea], 2021. Disponible en: https://aunamendi.eusko-ikaskuntza.eus/es/larralde-disteguy-alexandre/ar-85897/
[507] Así, se le acusaba de haber acudido a una misa en honor a la familia imperial el 15 de agosto en la capilla de St. Eugénie de Biarritz, y de haber firmado una carta dirigida al príncipe imperial en la librería Benquet de la misma localidad. Habrían participado en dichos actos otras conocidas personalidades públicas, como el vicecónsul Bellairs, el duque de Tamames, o Jules Labat, alcade de Bayona entre 1853 y 1870 y esposo de la hermana de los Larralde Diusteguy, Gabrielle. *Journal Officiel de la République Française*, 27 de mayo de 1879, 4325-4327.
[508] *Figaro: journal non politique*, 29 de octubre de 1905, 2.
[509] *Figaro*, 29 de octubre de 1905, 2.

Diusteguy, así como de su hijo mayor Louis, Antoinette de l'Hermite heredó la villa Larralde. Desde este momento el edificio construido por Bellairs se convertiría en residencia temporal de locatarios dispares, como el político portugués João Franco, huésped en la villa biarrota en agosto 1908[510], meses después de haber sido cesado como presidente del Consejo de Ministros por Manuel II de Portugal tras el asesinato de su padre, el rey Carlos I, y su hermano mayor, Luis Felipe, en un atentado en Lisboa; o el embajador de España en París, Juan Pérez Caballero y su esposa, quienes en septiembre de 1911 "dieron un aperitivo"[511] en el conocido palacete. En septiembre de 1915 la vizcondesa de l'Hermite alquilaba la villa Larralde a una nueva inquilina que dejaría huella en la historia del emblemático edificio. Es muy probable que Gabrielle Chanel no conociera la vida política de Biarritz de las ultimas décadas, ni el papel que la villa Larralde hubo desempeñado en la misma. Sin embargo, ésta constituía para entonces un referente histórico y aquitectónico de Biarritz y su localización privilegiada en el centro de la localidad, frente al Casino municipal y a escasos metros de la playa, la convertían en un lugar idóneo para la ambiciosa visión de la joven modista en ciernes. Según Edmonde-Roux, una de las primeras decisiones de Chanel tras alquilar el edificio fue la de llenar su amplio patio interior de hortensias[512].

Así, Gabrielle Chanel estableció por primera vez una *maison de couture*, presentado una colección completa de vestidos y accesorios con una inversión de 3.000 francos[513], todo un hito y un salto cualitativo en su aún corta carrera. Con la ayuda de su hermana Antoinette, Chanel se instaló en Biarritz con algunas de las costureras de sus talleres de la rue Cambon en París y procedió a consolidar su equipo con jóvenes trabajadoras locales. A tan solo unos días de su apertura, la Maison Chanel anunciaba en la prensa local de Biarritz que buscaba "buenas costureras"[514], y nuevos anuncios se sucederían de forma sistemática en los meses siguientes y durante todo el año 1916 buscando siempre costureras[515], así como un "groom"[516], un joven que asistiera con la recepción de las clientas y los recados en general, como se hiciera en las más importantes casas de alta costura. Una de las costureras que integraron la nueva *maison* en 1915 fue Marie-Louise Deray, una joven de 21 años cuyo testimonio es representativo del perfil

[510] L.E.C., "João Franco en France", *Gil Blas*, 26 de agosto de 1908.
[511] *La Gaulois*, 18 de septiembre de 1911, 2.
[512] Edmonde Charles-Roux., *L'irrégulière* (París: Éditions Grasset et Fasquelle, 1974), 256.
[513] Charles-Roux., *L'irrégulière*, 255.
[514] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et du littoral*, 12 de septiembre de 1915.
[515] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et du littoral*, 1 de octobre de 1915; 20 de abril de 1916; 9 de agosto de 1916; 8 de septiembre de 1916; 30 de septiembre de 1916; 5 de octobre de 1916.
[516] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et du littoral* 9 de agosto de 1916; 30 de septiembre de 1916.

y la historia personal de las mujeres que trabajaron en la industria de la moda en la Costa Vasca durante este período: "Mi familia vivía en Burdeos y yo estaba de vacaciones en Bayona en ese momento. Buscaba trabajo en la costura, lo que no era muy fácil en las provincias. Mis padres no querían que me alejara de ellos. En ese momento una joven no "subía" a París, como hoy. Escuché que una parisina abría una boutique en Biarritz, fui allí. Mademoiselle Chanel no estaba. Estaba su hermana, Antoinette Chanel, y una dama. Me contrataron y me convertí en una «pieza clave» de la casa"[517].

Tal y como relata la propia Deray, el éxito fue tan inmediato como rotundo. Los pedidos arreciaban desde el otro lado de la frontera, no solo de la corte española y de la sociedad madrileña, sino también de la pujante burguesía de San Sebastián y Bilbao[518]. Armada de su primer gran triunfo, Chanel volvió a París convertida en célebre *couturière* y habiéndose asegurado una nueva y prometedora clientela. En su ausencia, su hermana Antoinette se hizo cargo de la dirección de la nueva casa de Biarritz mientras que Marie-Louise Deray supervisaba la actividad de los talleres donde trabajan unas sesenta mujeres[519]. Pronto Chanel establecería un sistema de rotación de personal entre sus talleres de París y Biarritz con el objeto de asegurar la formación de las costureras locales en la excelencia de la alta costura parisina. Tal y como relata Edmonde Charles-Roux, "en París, uno de los talleres trabajaba exclusivamente para sus clientas españolas. Entonces, como un líder militar mueve sus reservas según sus necesidades, Gabrielle se llevaba de París el personal que le faltaba en Biarritz y, un intento más arriesgado, acosaba a las madres vascas para que dejaran que sus hijas «subieran a París», y esto a pesar de los zepelines. Las madres, vencidas, cedían"[520].

En noviembre de 1915, tras su primera temporada en Biarritz, la casa Chanel anunciaba el cierre de su sucursal durante los meses de invierno y la consiguiente venta de los modelos presentados hasta la fecha a "precios extremadamente ventajosos"[521]. Gabrielle Chanel seguía así el modelo de sucursales temporales que otras grandes casas de costura parisina como Lewis o Béchoff-David habían establecido en los primeros años del siglo XX. Tras el éxito cosechado a lo largo de 1915 y en los primeros meses de 1916, Chanel continuaba su labor de promoción ante su nuevo mercado de clientas al otro lado de la frontera. Así, en julio de 1916 la "Maison Gabrielle

[517] Pierre Galante, *Les Années Chanel* (París: Paris Match/Mercure de France, 1972), 49.
[518] Galante, *Les Années Chanel*, 50.
[519] Amy de la Haye, *Chanel: Couture and Industry* (Londres : V&A Publishing, 2011), 26.
[520] Charles-Roux, *Le temps Chanel*, 131.
[521] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et du littoral*, 14 de noviembre de 1915.

Chanel, Vestidos, Sombreros, *Jerseys*" se anunciaba en los diarios donostiarras y madrileños informando de sus direcciones de París y Biarritz, y precisando que su establecimiento de la capital francesa se hallaba "abierto todo el año"[522]. Dicha promoción daba muestra del grado en que esta nueva clientela era fundamental para el éxito de su empresa durante los años de la contienda. En los primeros meses de 1916 Gabrielle Chanel contaba ya con unas 300 trabajadoras[523] que proveían a las casas de París, Deauville y Biarritz.

3.1.2. Al otro lado de la frontera: el papel de la clientela española en el éxito de Chanel

A partir de 1917 el desgaste de la guerra se hizo sentir también en Biarritz y la clientela internacional, especialmente la española, adquiriría una importancia fundamental para la industria del lujo en general y para Gabrielle Chanel en particular.

El periodista bordelés Paul Chantecaille, habitual desde su infancia a los veranos en Biarritz, recordaba en sus memorias la melancolía que imperaba en la villa costera en el verano de 1917: "En este trigésimo séptimo mes de guerra[524], Biarritz se me apareció triste y desierta. El Casino Bellevue y el Grand-Hôtel sirvieron como hospitales. Los hoteles medianos y las casas de huéspedes estaban cerrados. Nadie en las calles." [525] En lo que en una situación normal hubiera sido el mes más brillante de la temporada de Biarritz, "toda la vida estaba suspendida. La ciudad estaba muerta" [526]. La prensa local no publicó ni un solo anuncio informando de la presencia de Chanel en Biarritz durante la temporada de 1917. Ante esta situación crítica para el comercio del lujo, la moda parisina fue en busca de sus fieles clientas en el país vecino.

El 10 de mayo de 1917 se inauguraba en Madrid la "Exposicion de las Artes de la Mujer, esperada con tanta curiosidad por la buena sociedad madrileña, y especialmente por el elemento femenino, que desea ver los modelos de los más afamados modistos de Paris"[527]. Dicha muestra se presentaba en el número 50 de la calle de Alcalá, antigua residencia de la duquesa viuda de Nájera. La prensa se hacía eco de la visita de la reina Victoria Eugenia, acompañada de numerosas damas de la alta aristocracia[528]. La exposicion se presentó después en las escuelas francesas de San Sebastián entre en 5 y el 25 de agosto del mismo año, promovida por la Cámara

[522] *La Voz de Guipúzcoa*, 19 de julio de 1916; *La Correspondencia de España*, 23 de julio 1916, 7.
[523] Charles-Roux, *L'irrégulère*, 260.
[524] Septiembre de 1917.
[525] Pierre Chantecaille, *Regard sur le Passé* (Burdeos : Feret et fils, 1930), 132.
[526] Chantecaille, *Regard sur le Passé*, 134.
[527] *La Correspondencia de España*, 10 de mayo de 1917, 6.
[528] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 29 de mayo de 1917.

de Comercio francesa en la ciudad y por M. Ravelli, cónsul de Francia en la capital donostiarra[529]. Tal y como indicaban los organizadores, la exposición de San Sebastián estaba expresamente reservada a transacciones entre comerciantes, quedando excluida cualquier venta al por menor. Los productos expuestos correspondían a las secciones de: "costura y confección" (modas, sombreros, flores, plumas, velos, pieles y peletería, guantes, parasoles y paraguas); "lencería y mercería" (corsés y encajes, bordados y "trabajos de damas", mercería, pasamanería, cintas y tejidos de seda); "tejidos de todo tipo y tapices"; "marroquinería, perfumería, cepillaría fina, abanicos y peines de fantasía"[530].

A esta iniciativa institucional se sumaban los eventos organizados individualmente por los creadores parisinos, ávidos de seguir capitalizando el apoyo de sus clientas españolas. Así, en septiembre de 1917 Gabrielle Chanel anunciaba en la prensa donostiarra que "la casa Gabrielle Chanel, rue Cambon, 21, París, que actualmente tiene su exposición de modelos en el Hotel María Cristina, tiene el honor de comunicar a su numerosa clientela que […] se marcha el 28 del corriente mes"[531]. No sería la única en hacerlo; entre julio y septiembre de 1917 algunas de las más conocidas casas de moda parisienses del momento presentaban sus nuevas colecciones de temporada en los salones de los principales hoteles de la ciudad o en los locales que con tal fin alquilaban en San Sebastián. Cristóbal Balenciaga, quien fundó su primera casa de alta costura Balenciaga y Compañía en San Sebastián en 1917, recordaba ya en su madurez que fue precisamente en el Casino Municipal donde conoció a Gabrielle Chanel. Balenciaga, que admiraba profundamente a la ya célebre modista, supo que ésta acudía al Casino cada noche acompañada de su hermana Antoinette para jugar al bacarrá. Empeñado en conocerla, pero joven y sin los contactos necesarios para acceder al elegante establecimiento, fracasó en su primer intento pues no le permitieron entrar, por lo que hubo de recurrir a un amigo jesuita quien intercedió por él ante el director del casino. Sin dudarlo, Balenciaga se presentó ante Chanel como un ferviente admirador y así comenzó una entrañable amistad que les unió de por vida[532].

Siguiendo el relato de Chantecaille sobre Biarritz durante los años de la contienda, el nuevo éxodo de parisinos, que salieron de la ciudad tras los bombardeos sobre París del 30 de enero y

[529] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 31 de mayo de 1917.
[530] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 31 de mayo de 1917.
[531] *La Voz de Guipúzcoa*, San Sebastián, lunes 24 septiembre 1917, 2.
[532] Prudence Glynn, "Balenciaga and la vie d'un chien", *The Times*, 3 de agosto de 1971.

del 29 de marzo de 1918, ocasionó la llegada masiva de visitantes a Biarritz, algunos de los cuales nunca habían visitado la Costa Vasca. "En los primeros días de abril de 1918 casi todo París se encontraba en Biarritz. Personalidades procedentes de todo el mundo se mezclaban allí: gente de mundo, financieros, artistas, parlamentarios, magistrados, miembros del colegio de abogados". La estancia de esta heterogénea y mundana colonia se prolongaría durante meses, incluso después del fin de la guerra en noviembre de 1918. Según Chantecaille algunos de sus nuevos moradores nunca abandonarían Biarritz.

Se presentaba así de nuevo una situación ideal para el comercio del lujo y de la moda en la Costa Vasca y los anuncios en la prensa local vuelven a revelar el retorno a la febril actividad de las casas de moda de París que habían caracterizado los años 1915 y 1916. La casa Chanel informaba en junio de 1918 sobre la presentación de su nueva colección de verano en la villa Larralde[533] al tiempo que buscaba de nuevo costureras para su ya nutrido equipo de trabajadoras[534]. Sin embargo, esto no fue óbice para que Chanel reforzara su activa política de fidelización de las clientas españolas organizando presentaciones de nuevas colecciones en sendos desfiles organizados en Madrid y Barcelona fuera de la temporada de la Costa Vasca. Así, en octubre de 1918 la casa Chanel anunciaba en la prensa madrileña que "sus salones se hallan abiertos en el Hotel Ritz todos los días de 11h a 1h y de 3h a 7h", al tiempo que recordaba a sus clientas que la casa Carmen Pablo, situada en el número 66 de la calle Alcalá, tenía la exclusiva de la venta de sombreros de Chanel en Madrid[535]. Chanel haría lo propio en Hotel Palace de Madrid en la primavera de 1919 y de 1920[536], y en Barcelona, donde presentó sus innovadoras creaciones en el Hotel Ritz de la ciudad a partir de 1920[537].

La iniciativa de la joven modista dio pronto resultado. En febrero de 1918 Gabrielle Chanel adquiría el número 31 de la rue Cambon logrando así cumplir su ambicioso objetivo de instalar una casa de alta costura en París. La intención de Chanel fue siempre la de capitalizar el éxito conseguido en Biarritz entre sus clientas españolas para establecer una gran *maison de couture* en París, irrenunciable capital de la moda. En junio de 1918 la corresponsal del diario estadounidense *Women's Wear Daily* visitaba el nuevo establecimiento de Chanel en la rue

[533] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 11 de junio de 1918.
[534] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 17 de junio de 1918.
[535] *ABC*, 24-28 de octubre de 1918, pág. 24 ; *La Epoca*, 26 de octubre de 1918.
[536] *La Época*, 13 marzo 1919; *ABC*, 25 marzo 1919, pág. 23; *La Época*, 3 marzo 1920; *El Sol*, 12 marzo 1920, 2; *ABC*, 12 mayo 1920, 21.
[537] *La Vanguardia*, 24 octubre 1920, 2.

Cambon de París, dando cuenta del importante salto cualitativo que dicha apertura suponía para la *couturière* y para la moda parisina en general, todo ello en uno de los momentos más duros de la Primera Guerra Mundial. Tal y como relata DeLange,

> En lugar de ocupar dos plantas, como era el caso en el antiguo establecimiento, Madame Chanel [sic] ha comprado un edificio entero que era antes una mansión familiar. Este ha sido hoy completamente transformado en una casa de costura de lujo. La planta baja sirve como lugar para "la Caisse" y almacenes. Se accede por una bella escalera a la derecha a la primera planta, donde se sitúan los salones. Son habitaciones preciosas y hay tres con vistas a la rue Cambon. Son extremadamente grandes, aireadas y ligeras. Los muebles son de excelente gusto, pero extremadamente simples. El esquema decorativo principal puede describirse como centrado en grandes sofás cómodos colocados alrededor y apiladas con hermosos cojines y fundas de sofá.[538]

DeLange, admirada por la novedosa decoración interior de la nueva casa proseguía su crónica describiendo el mobiliario y la gama de colores de tejidos y accesorios que llenaban los amplios espacios de los salones de Chanel. Asimismo, aprovechó su visita para informarse por la próxima colección de otoño-invierno de 1918-1919 que, en principio y siguiendo el calendario habitual de la alta costura, debía de presentarse en el mes de agosto. El contexto de crisis bélica y económica hacía dudar a la periodista de que los desfiles y presentaciones de colección pudieran celebrarse en París como se había hecho en temporadas anteriores. Sin embargo, la pregunta provocó la sorpresa de su interlocutora, y su respuesta fue contundente:

> "Pourquoi pas?" (¿por qué no?), respondió ella. "Nos hemos mudado a este nuevo edificio y es aún más razón para que trabajemos duro, incluso más duro". Me dijeron que en este momento estaban trabajando en una colección de modelos para enviar a su sucursal en Biarritz. En Biarritz la maison Chanel ocupa una de las villas más bonitas de la localidad. Está situada a un tiro de piedra de Callot Sœurs. Un poco más adelante en la siguiente calle se llega a la casa Paquin y a la casa Lewis. Se prometen grandes cosas en Biarritz, cuando comience la temporada allí. Lo veremos.[539]

[538] DeLange, "Maison Chanel now located in new building", *Women's Wear Daily*, 29 de junio de 1918, 1.
[539] DeLange, "Maison Chanel now located in new building", 1.

En noviembre de 1918 Chanel compró la villa Larralde a Marie Antoinette Larralde-Diusteguy, vizcondesa de l'Hermite por una suma de 300.000 francos, prueba irrefutable del éxito financiero de su arriesgada empresa[540].

Siguiendo la apertura de la maison de couture Chanel en París, Marie-Louise Deray fue llamada de Biarritz a la rue Cambon para dirigir un taller de sesenta personas que trabajaba exclusivamente para las clientas españolas. Según el testimonio de la propia Deray: "gestionaba los encargos de toda la corte. Estas damas compraban vestidos por docenas. Mientras que en París, era la guerra y no siempre teníamos suficiente para comer ... Pronto fuimos cinco primeras de taller"[541]. Es indudable que la reina Victoria Eugenia jugó un papel fundamental en el éxito de Gabrielle Chanel entre la clientela española en estos primeros años de su carrera. Esposa de Alfonso XIII de España y nieta de la reina Victoria de Inglaterra, la reina Victoria Eugenia era una gran aficionada a la moda e introdujo la *couture parisiense* en la adusta corte española de la reina viuda María Cristina. La Infanta Eulalia relata en sus memorias este proceso de adopción de nuevas costumbres sartoriales, en lo que a su juicio fue una europeización de la moda en España y de la vida de la mujer española[542]: "Desde que Victoria llegó a España, ella fue la guía de la moda madrileña y, con sus usos, se renovaron en nuestra tierra hábitos y costumbres tradicionales que nos mantenían, en algunos aspectos, a la cola de Europa"[543]. Según la infanta Eulalia, fue la reina Victoria Eugenia quien, junto a sus damas, introdujo en España el maquillaje y la moda de los afeites parisienses, y quien se lanzó a las playas en traje de baño[544], para escándalo de muchos y referente de miles de jóvenes que seguirían su ejemplo:

> A medida que las modas se iban haciendo audaces, libérrimas y hasta picarescas, saltaban desde el escenario rutilante de París a los predios de Victoria Eugenia. Ella y sus damas eran maniquíes preclaros que, en San Sebastián, en Santander y en Madrid señalaban normas y trazaban direcciones. Justo es consignar que, gracias a eso, la aristocracia española y la burguesía comenzaron a hacerse elegantes y a europeizarse en sus costumbres.[545]

[540] Cf. Acte d'achat de la Villa de Larralde, en date des 14 et 23 novembre 1918, de Gabrielle Chanel à la vicomtesse de l'Hermite, devant Maître Blaise, notaire à Biarritz. Retranscrit à la Conservation des Hypothèques, le 23 décembre 1918.
[541] Pierre Galante, *Les Années Chanel* ,51.
[542] Eulalia de Borbón, *Memorias de Doña Eulalia de Borbón* (Barcelona : Editorial Juventud, 1967), 33.
[543] De Borbón, *Memorias de Doña Eulalia de Borbón*, 132.
[544] De Borbón, *Memorias de Doña Eulalia de Borbón*, 132.
[545] De Borbón, *Memorias de Doña Eulalia de Borbón*, 133.

En diciembre de 1916, la edición estadounidense de la revista *Vogue*, reproducía un retrato de la reina Victoria Eugenia junto con un texto que afirmaba: "la reina de España, que fue la princesa Victoria de Battenberg antes de su matrimonio, es famosa por su impecable gusto en el vestido, así como por sus magníficas joyas. Como su esposo, ella es extremadamente popular entre sus súbditos"[546].

Por su educación y costumbres británicas Victoria Eugenia fue una reina activa, gran aficionada a las actividades al aire libre y a los deportes, como el tenis, el golf, o las regatas, que practicaba con asiduidad. Priorizaba el confort y la libertad de movimiento y favorecía un estilo sobrio desprovisto de estridencias o adornos superfluos. Sus obligaciones reales y la etiqueta de la corte española le imponían en ocasiones una elegancia más conservadora que buscaba fundamentalmente en la casa Worth, histórica proveedora de las principales casas reales europeas. Sin embargo, la reina encontraría en las creaciones de Gabrielle Chanel el equilibrio perfecto entre libertad, confort y sofisticación que tanto apreciaba. Tal y como afirmaba en sus memorias Jeanne Heim, propietaria de la casa especializada en pieles Heim y estrecha colaboradora de Chanel desde sus inicios, en 1922 "toda la Corte de España se vestía entonces en Chanel y había abandonado completamente la Maison Worth"[547].

Las cuentas de compras y gastos particulares de Victoria Eugenia, recogidos en el bolsillo secreto de la reina en el Archivo General de Palacio, confirman su gusto por la moda y por los modistos más reputados de París. Lamentablemente, dicho fondo es especialmente detallado en lo que respecta a los gastos de la reina entre 1910 y 1913, antes de la apertura de la casa Chanel en 1915 (Biarritz) y 1918 (París), y muy escasa para los años posteriores a 1913. Las facturas y las correspondencias muestran que la reina era particularmente asidua a la casa Worth[548] y a otras grandes casas como Cheruit, Callot Soeurs, Laferrière o Heitz-Boyer. Del mismo modo, diversas compras realizadas en casas más vanguardistas y menos tradicionales como Paul Poiret o Babani también revelan el carácter más audaz e innovador de Victoria Eugenia. Desconocemos los motivos de la discontinuidad en la información después de 1913, aunque quizá se deba al recelo y a la oposición que una parte de la corte mostraba ante el interés de la reina por la moda. Tal y como relata la infanta Eulalia en sus memorias "el lujo comenzó a

[546] "The Queen of Spain", *Vogue*, 15 de diciembre de 1916, 46.
[547] Centre de Documentation Palais Galliera, "Jeanne Heim, Memorias inéditas", donadas al Palais Galliera por Jacques Heim, fechadas en París en agosto de 1953.
[548] Archivo General de Palacio, Administración general, Legajo 333, Caja 597.

hacerse llamativo", por lo que "hubo que ponerle coto pensando que la Corte debía dar el ejemplo al país y que un exceso de lujo en ella traería el derroche en todos los hogares"[549]. Fue así como, a propuesta de la propia Victoria Eugenia, se decidió crear un uniforme para las damas de la corte, un traje de lamé, con mangas abullonadas y cola de la misma tela prendida en la cintura. El traje de la reina se haría en lamé de oro, de lamé de plata el de las infantas, y de color gris el de las damas de la reina. "Se obtuvo de esta manera un conjunto suntuoso y rico, a la vez que se evitó la dilapidación y se puso margen al lujo entronizado"[550]. Resulta poco probable que la reina y sus damas dejaran de visitar a sus habituales modistos en París, Madrid, Biarritz y Londres tras la ingeniosa creación del "uniforme" de corte. La falta de documentación en el bolsillo privado de la reina hace que no podamos reconstruir el guardarropa de Victoria Eugenia en la década de los anos 20 y hasta 1931. Sin embargo, el caudal privado del rey muestra algunos datos reveladores al respecto. Una serie de transferencias realizadas desde las cuentas del rey en el Banco de Bilbao y Credit Lyonnais entre 1925 y 1929 dan buena muestra de los gastos de Victoria Eugenia en diversas casas de alta costura de París. Así, el 28 de junio de 1929, el rey realizaba un giro a la casa Chanel de París, junto con sendas transferencias el mismo día a las casas Worth, Heim y Madeleine Vionnet[551].

La prensa comentaba con frecuencia el estilo de la soberana y de su elección de creadores al vestirse para el ejercicio de sus responsabilidades públicas. Es el caso de un artículo publicado en *La Correspondencia de España* en 1920 en el que se señala que "uno de los vestidos que ha llevado S.M. la Reina Victoria en su viaje a Sevilla era un modelo de la casa Chanel, de París, adquirido en una importante casa madrileña[552], de punto de lana blanco, sencillísimo de forma, y sobre el cual, apenas refresque un poco, se pondrá nuestra bella Soberana un abrigo del mismo tejido, asimismo blanco, amplio y adornado con piel de castor en el cuello y ruedo"[553]. La reina vestía así uno de los estilos más célebres de Gabrielle Chanel caracterizado por la simplicidad de una silueta realizada en punto de lana y festoneado con pieles consideradas menos nobles, como el castor o el conejo.

[549] De Borbón, *Memorias de Doña Eulalia de Borbón,* 131.
[550] De Borbón, *Memorias de Doña Eulalia de Borbón*, 132.
[551] Archivo General de Palacio, Administración General, Legajo 1153.
[552] Podría tratarse de la casa Carmen Polo, que ya en octubre de 1918 anunciaba tener la exclusiva en Madrid de los sombreros de la *maison* Chanel de París (*La Epoca*, 26 de octubre de 1918), o la casa L. Couceiro que en 1919 exponía modelos de las casas "Lanvin, Chanel, Premet, Jenny, Drecoll" (*ABC*, 25 de marzo de 1919).
[553] "La Moda al día", *La Correspondencia de España*, 4 de mayo de 1920.

La reina no solo adquiría sus modelos de Chanel en las casas que obtenían una exclusiva de venta en Madrid, sino que también asistía a los salones de la sucursal en Biarritz, en el mes de septiembre cuando la familia real se reunía en San Sebastián. En septiembre de 1923 la prensa biarrota se hacía eco de una reciente visita a la villa Larralde en Biarritz: "la colección de invierno de Chanel es este año más bonita que nunca. Por lo tanto, no nos sorprenderá saber que Su Majestad la Reina de España, que honró esta casa con su visita la semana pasada, encargó allí varios vestidos"[554]. Según el testimonio de Annonciate Macellonio, *première d'atelier* en la maison Chanel entre 1921 y 1932, Victoria Eugenia enviaba un chófer para recoger en la villa Larralde a la *première* que le realizaría las pruebas de sus nuevos vestidos en el Palacio Miramar[555]. Tal y como muestran varios telegramas entre el inspector de oficios de la real casa y el administrador de la aduana de Irún, así como con agentes aduaneros, la reina aprovechaba sus estancias en Miramar para adquirir los nuevos modelos de invierno en otras sucursales que las casas de alta costura de París tenían en Biarritz. Así, en septiembre de 1926, el inspector de la casa real se dirigía a ambos informándoles de que el "Representante Casa Lewies [sic] llegara mañana Irún tren siete cincuenta y tres para enseñar en ésta modelos S.M. la Reina regresando por la tarde à Francia con ellos. Le ruego dé facilidades paso frontera"[556]. Del mismo modo en 1923 el inspector informaba "a Madrid", de que "el Conductor del Expreso de las 4.41 de esta tarde, lleva à la mano un paquete procedente de la Casa Worth, de Biarritz, para S.M. la Reina. Lleva una etiqueta con el membrete de la Inspección, y lacrada la envoltura con el sello de la Inspección de Oficios de la Real Casa. Que lo recojan en la Estación mañana à su llegada"[557].

En lo que suponía un cambio con respecto a las regulares visitas de Victoria Eugenia a la villa Larralde a finales de los años 1910 y principios de la década de 1920, este nuevo funcionamiento podría responder, no tanto a su deseo de exclusivdad, sino a la necesidad de proceder con discreción antes las posibles críticas de los hábitos de consumo de la soberana. Dichas críticas estarían motivadas no solo por el gasto que algunos considerarían excesivo en la adquisición de productos de lujo, sino por la procedencia extranjera de los mismos. En el marco de la política proteccionista de Miguel Primo de Rivera, el gobierno anunció en septiembre de 1929 la creación, por Real Decreto de 1 de septiembre de 1929, del "Patronato

[554] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 15 de septiembre de 1923.
[555] Testimonio recogido por las responsables del departamento de patrimonio de la maison CHANEL en París, y trasladado a la autora en el curso de sus investigaciones en el archivo CHANEL.
[556] Archivo General de Palacio, Administración general, RE13, Ca. 15496.
[557] Archivo General de Palacio, Administración general, Re13, Ca. 15801, Exp. 3.

para el fomento del Consumo de artículos nacionales"[558]. Dicha institución constaría de dos secciones que tendrían como misión reducir en lo posible las importaciones y "organizar en el Reino la propaganda y difusión de los artículos nacionales"[559]. Con el objeto de reforzar el trabajo de la sección segunda, éste contaría con un "Comité femenino […] compuesto por personas de libre designación del Gobierno, cuya finalidad será coadyuvar a la realización de los fines que persigue el Patronato en aquellos sectores de la producción y de la industria que guarden conexión íntima con la vida y necesidades de la mujer"[560]. El gobierno justificaba la creación de dicho comité afirmando que éste podría y debería hacer mucho en esta materia "por afectar precisamenente a determinados artículos de lujo el despego […] que ciertas clases sociales muestran hacia la manufactura española"[561]. El mensaje y la crítica del gobierno se dirigía así muy particularmente a las mujeres de sociedad que adquirían numerosos modelos en casas de costura francesas, en sus sucursales en Biarritz, o en establecimientos de modistas que los importaban desde España. La respuesta no parece haber sido muy persuasiva, a juzgar por una conversación mantenida en la *patisserie* Miremont de Biarritz entre "una muy rica castellana y un periodista" reproducida por *La Gazette de Biarritz* en octubre de 1929[562]:

- ¿Ha visto, madame, el decreto que crea el "Patronato" para la protección de la industria nacional?
- Vagamente ... ¿Cómo entonces, quieren que no encarguemos nuestros vestidos en Biarritz o en París?
- No se trata de no encargar nada, sino de limitar sus compras para favorecer a las industrias nacionales.
- Yo compro mucho en Madrid, pero ¿qué hacen las modistas y costureras de la capital sino comprar una buena parte de sus tejidos en Francia y vendérnoslas a un precio superior? ...
- ¿Cree entonces que la industria española no puede satisfacer a una mujer elegante?
- Si quiere saber la verdad, no sé qué produce la industria española. Las mujeres, ve usted, compramos lo que nos gusta. Cuando las cosas son más bonitas en el extranjero, las compramos todas en el extranjero.
- Lo que pide el nuevo decreto es un pequeño sacrificio para favorecer al país.

[558] "Real Decreto, Núm. 1.912", *Gaceta de Madrid*, 4 de septiembre de 1929, 1578-1581.
[559] "Real Decreto, Núm. 1.912", *Gaceta de Madrid*, 4 de septiembre de 1929,1578-1579.
[560] "Real Decreto, Núm. 1.912", *Gaceta de Madrid*, 4 de septiembre de 1929, 1579.
[561] "Real Decreto, Núm. 1.912", *Gaceta de Madrid*, 4 de septiembre de 1929, 1578.
[562] "Nouvelles d'Espagne", *La Gazette de Bayonne, Biarritz et du Pays Basque*, 8 de septiembre de 1929.

- ¿Llama usted a eso un pequeño sacrificio para una mujer? Es uno de los más grandes que se nos pueden pedir.
- Piense en las razones que inspiran la nueva disposición.
- Sí, sí, lo pensaré. Este año ya he hecho mis encargos en casa de X ... e Y ..., en sus sucursales de Biarritz.[563]

No resulta de extrañar que la reina Victoria Eugenia procediera de forma más discreta con respecto a sus compras en Biarritz durante la dicturadura de Primo de Rivera. La última visita de la soberana a la casa Chanel de Biarritz fue recogida por la prensa biarrota precisamente días antes del golpe de Estado del 13 de septiembre de 1923. Sin embargo, la reina fue fiel a la simplicidad y sofisticacion de las creaciones de Gabrielle Chanel, al menos entre 1916 y 1930. Su papel en el lanzamiento y éxito de Chanel a partir de 1915 fue, sin duda, fundamental.

3.1.3. Libertad y experimentación en la Costa Vasca

La simplificacion de la silueta y la utilizacion de tejidos inauditos en la moda femenina constituyeron la base del éxito de Gabrielle Chanel desde sus inicios en la década de 1910. Tanto Deauville como Biarritz se erigieron en sendos laboratorios de experimentación sartorial donde Chanel pudo proponer las radicales propuestas que le lanzarían en el mundo de la alta costura y que tendrían un profundo impacto en la moda durante la Primera Guerra Mundial y en todo el periodo de entreguerras. Lo que en un primer momento parecieron prendas exclusivamente adaptadas a la vida de *villegiature*, con sus largas jornadas dedicadas al ocio y a la socialización al aire libre, pronto se convirtieron en la nueva moda imperante. En línea con el desarrollo de la moda *sport* que se había iniciado a finales del siglo XIX, Chanel renovó el guardarropa femenino adoptando y adaptando prendas históricamente relacionadas con la moda masculina y con el universo de la indumentaria de trabajo. El resultado fueron prendas prácticas caracterizadas por una elegancia aparentemente descuidada que convenían especialmente a la vida en la Costa Vasca.

Cuando Gabrielle Chanel se estableció en Biarritz en septiembre de 1915 hubo de competir con creadoras de alta costura, como las hermanas Callot y Jeanne Paquin, así como el célebre creador de sombreros Lewis, que tenían a sus espaldas sólidas carreras y una reputación intachable entre la potencial clientela de la Costa Vasca. Sin embargo, Chanel, conocida desde

[563] "Nouvelles d'Espagne", *La Gazette de Bayonne, Biarritz et du Pays Basque*, 8 de septiembre de 1929.

1910 por sus creaciones de sombreros, había protagonizado una pequeña gran revolución que se inició dos años antes, en la temporada de verano de 1913. Tras sus inicios con la casa Chanel Modes, creando sombreros que llamaron la atención por la simplidad de su forma y la sobriedad de sus adornos, la joven *modiste* decidió en 1912 abrir una sucursal en Deauville, estación balnearia promovida durante el Segundo Imperio por la aristocracia francesa y que, tras una profunda crisis a finales del siglo XIX, vivía desde 1910 una nueva edad de oro. Es curiosamente la prensa norteamericana, y no la francesa, la que nos ayuda a reconstruir los movimientos y los logros de Gabrielle Chanel durante este periodo clave en la carrera de la modista. Siempre ávidas de las ultimas novedades en lo concerniente a la industria de la moda, las corresponsales del diario *Women's Wear Daily* nos ofrecen, una vez más, un valioso testimonio de los acontecimientos tal y como estos se desarrollaron a partir de 1912.

En octubre de 1912, y tan solo dos años después de la apertura de Chanel Modes, *Women's Wear Daily* anunciaba la presentación y venta de creaciones de sombreros de Chanel en el establecimiento neoyorkino J.M. Gidding & Co, junto con modelos de las casas Callot, Béchoff-David, Paquin, Drecoll, Doucet y sombreros de Jeanne Lanvin y Madame Louise. Según el diario, "uno de los mejores modelos expuestos es de Gabriel [sic] Chanel."[564] Se trataba de un "sombrero de felpa de color vino con corona plegable y ala, y decorado con un lazo cosido y plano en el frente". El éxito de Chanel en Nueva York fue inmediato pues, diez días después, el mismo diario informaba que J.M. Gidding presentaría nuevos modelos de importantes creadores de sombreros franceses y, muy especialmente, de "Madame Chanel, quien, por primera vez, está creando sombreros para mujeres americanas, habiéndose limitado hasta ahora a una selecta clientela parisina"[565]. Un año después, en octubre de 1913, Abraham & Strauss de Nueva York anunciaba la introducción en sus colecciones del abrigo "Deauville", subayando que el suyo era el único establecimiento en Brooklyn en proponer este "espectacular abrigo". Tal y como afirmaba la noticia, "Gabrielle Chanel, célebre en toda Francia por sus diseños *chic* de abrigos y sombreros, ha creado este abrigo que ha enloquecido a toda Francia"[566]. En efecto, en el verano de 1913, y ante el éxito de su apertura en Deauville, Chanel decidió lanzarse a introducir en su establecimiento una serie de prendas de *sport* entre las que destacó especialmente un abrigo realizado en "golfine", un tipo de *corduroy* o pana comercializado por el fabricante textil francés Rodier. Tal y como nos informa la noticia de

[564] "The Specialty Shops", *Women's Wear Daily*, 1 de octubre de 1912, 5.
[565] "Millinery", *Women's Wear Daily*, 11 de octubre de 1912, 6.
[566] "Coats and Suits", *Women's Wear Daily*, 9 de octubre de 1913, 9.

Abraham & Strauss, se trataba de un abrigo realizado en pana, con mangas kimono, cinturón, grandes bolsillos plastrones y un collar de piel "que le da un acabado elegante"[567]. En julio de 1914, en plena temporada alta de la estación balnearia en Deauville, Chanel volvía a soprender con la exposición en sus escaparates de "algunos *sweaters* extremadamente interesantes que incorporan nuevos elementos. El material empleado es *jersey* de lana en colores de lo más atractivos, como azul pálido, rosa, rojo teja y amarillo. El *jersey* a rayas, en negro y blanco o azul marino y blanco son también empleados"[568]. La corresponsal americana procedía después a describir cada detalle de la confección de dichos *sweaters*, proveyendo así a los fabricantes estadounidenses de la información necesaria para producir copias y ponerlas a disposición de sus clientas rápidamente y a precios considerablemente más reducidos. Así, el célebre abrigo "Deauville", cuyo precio original en la casa Chanel era, según *Women's Wear Daily*, de $77, se vendía en Abraham & Strauss a $24,95[569].

El estallido de la Primera Guerra Mundial en agosto de 1914 frustró temporalmente los nuevos planes de Chanel, quien había preparado para ese verano en Deauville una serie de prendas *sport* realizadas en punto de seda[570], un tejido ligero y flexible, e inédito en la moda femenina, siendo utilizado hasta entonces fundamentalmente para la confección de ropa interior y ropa infantil. En octubre de 1914, el diario *Women's Wear Daily* publicaba lo que probablemente constituyó la primera reproducción de una prenda diseñada por Gabrielle Chanel, el boceto de un abrigo en punto de seda con cuello marinero y cinturón del mismo tejido que la modista había esperado presentar ese verano en la Costa Azul[571]. La corresponsal del diario advertía a sus lectores: "el punto de seda es un elemento a tener en cuenta"[572]. Sin embargo, Chanel no tardó en reaccionar, y en febrero de 1915 enviaba sus novedosas prendas de punto de seda a Montecarlo, donde la gran duquesa de Mecklembourg-Schwerin[573] sería la primera en lucirlas[574]. Tras Montecarlo Chanel se preparó para una nueva temporada de verano en

[567] "Coats and Suits", 9 de octubre de 1913, 9.
[568] "Novelties un Deauville shops", *Women's Wear Daily*, 31 de julio de 1914, 4.
[569] "Coats and Suits", 9 de octubre de 1913, 9.
[570] "Parisian novelties", *Women's Wear Daily*, 20 de octubre de 1914, 1.
[571] "Parisian novelties", 1.
[572] "Parisian novelties", 1.
[573] Se trataba de Anastasia Mikhaïlovna de Rusia, nieta del zar Nicolás I y sobrina del zar Alejandro II, gran duquesa de Mecklembourg-Schwerin por su matrimonio en 1879 con Federico Francisco de Mecklembourg-Schwerin. La gran duquesa pasó la mayor parte de su vida residiendo en la Costa Azul, lejor de la corte de Schwerin.
[574] "Jersey craze is watchworld from Paris for spring", *Women's Wear Daily*, 6 de diciembre de 1915, 1.

Deauville[575]; el extraordinario éxito de sus prendas *sport* hizo que, en julio de 1915, se planteara ir un paso más allá en su ambiciosa estrategia abriendo una casa de alta costura en Biarritz.

Gabrielle Chanel había visitado la Costa Vasca junto con su compañero sentimental y de negocios, Arthur "Boy" Capel, durante un permiso de éste en el verano de 1915. Más allá de las oportunidades comerciales que Biarritz ofrecía, Chanel pronto supo apreciar la atmósfera de actividad, dinamismo y naturalidad que regía la vida de los habitantes de Biarritz, San Juan de Luz y el resto del litoral vasco. Más de medio siglo después de que Víctor Hugo se emocionara con la libertad y despreocupación que mostraban las jóvenes *grisettes* en la playa de Biarritz, diversos testimonios contemporáneos a Chanel recogen esta percepción. En 1910 Idalia de Villiers escribía en un artículo para el diario estadounidense *Boston Globe* sobre la elegancia de las mujeres en Biarritz y comparaba su estilo con el que predominaba en Trouville y Deauville, dos de las estaciones balnearias preferidas por la sociedad parisina:

> Biarritz. Hay pocas estaciones balnearias, si es que las hay, donde se ven vestidos más atractivos que en Biarritz. A su manera, está tan de moda como Trouville y Deauville, pero no se parece en nada a ninguno de estos exóticos lugares. En Trouville uno tiene la impresión de que el paseo marítimo […] se hizo con el único propósito de exhibir trajes hermosos y originales. La gente se baña en el mar, por supuesto, y se amontona en la arena, pero las mujeres que se bañan parecen hacerlo simple y exclusivamente para lucir sus excéntricos y muy favorecedores trajes de baño […] Pero en Biarritz a las mujeres de moda, en su mayoría, le gusta la vida al aire libre, natural. Nadan, juegan al golf, juegan al tenis, montan y conducen. Y estoy hablando de mujeres de diferentes nacionalidades: inglesa, americana, francesa, española y rusa. Todo el mundo es activo en Biarritz [576].

Claude Cherys abordaba la misma cuestión en un artículo para el diario estadounidense *The Sun* en agosto de 1914, afirmando que las mismas mujeres que en Deauville lucían sofisticados modelos se volvían en Biarritz "más genuinas, más como verdaderas deportistas"[577]. Asimismo, la cronista afirmaba que en Biarritz "hay un toque de practicidad masculina en los trajes de lino

[575] "Jersey craze is watchworld from Paris for spring", 1.
[576] Idalia de Villiers, "Modes of the Moment", *The Boston Globe*, 2 de diciembre de 1910.
[577] Claude Cherys, "Pure linen frocks worn on beach at Biarritz", *The Sun*, 23 de agosto de 1914, 4.

blanco puro que se usan en la *Grande Plage* a primera hora de la mañana. Los sombreros de marinero de ala ancha parecen un poco más severos y formales"[578].

En este ambiente tan elegante y sofisticado, como libre y desenfadado, se presentó Gabrielle Chanel en septiembre de 1915, armada con una novedosa colección de prendas de punto de seda caracterizadas por su ligereza, confort y elegancia aparentemente despreocupada, y que habían conquistado la *Côte d'Azur* y la *Côte Fleurie* unos meses antes. Ni los corresponsales de *Women's Wear Daily* ni los de otros medios franceses o norteamericanos cubrieron la recepción de las creaciones de Gabrielle Chanel en Biarritz en el verano de 1915. A pesar de que la Costa Vasca se había consolidado como un destino turístico de lujo desde finales del siglo XIX, tanto Trouville y Deauville en las costas normandas, como Niza, Cannes y Montecarlo en la Riviera francesa, eran ya reconocidos centros de moda para las casas de alta costura parisina desde los primeros años del siglo XX, una década antes de que la Costa Vasca se confirmara como tal. Los periodistas especializados en moda no habían aun desarrollado la costumbre de desplazarse desde París para seguir la temporada de Biarritz.

El 14 de noviembre de 1915 *La Gazette de Biarritz* informaba que, debido al cierre de la sucursal de la casa Chanel de Biarritz durante los meses de invierno, ésta vendía sus modelos a "precios extremadamente ventajosos" en los días siguientes. Desde su apertura a principios de septiembre, Chanel había prolongado su estancia más allá de los primeros días de octubre (término habitual de la temporada alta en la Costa Vasca), prueba de su contudente éxito. Unas semanas después del cierre temporal de la casa en Biarritz, el 6 de diciembre del mismo año, el diario *Women's Wear Daily* anunciaba que el *jersey* causaba furor en París y adscribía el mérito de esta moda, que se presentía arrolladora, a Gabrielle Chanel y a su primera colección de prendas *sport* en punto de seda. Según el diario neoyorkino "el traje de punto estaba originalmente concebido como vestido deportivo o para las estaciones balnearias", sin embargo, para 1915 consolidadas casas de alta costura como Jeanne Lanvin y Jenny realizaban modelos *sport* en punto, decorados con "toques de coloridos bordados que pronto fueron adoptados por las elegantes *Parisiennes* para el vestido de ciudad."[579].

Aunque la interpretación de los corresponsales americanos pudiera ser correcta y Chanel hubiera diseñado prendas que creía aptas exclusivamente para la vida activa en las estaciones

[578] Cherys, "Pure linen frocks worn on beach at Biarritz", 4.
[579] "Jersey craze is watchworld from Paris for spring", *Women's Wear Daily*, 6 de diciembre de 1915, 1.

balnearias, lo cierto es que la biografía y las fotografías personales que disponemos de Gabrielle Chanel en los años que precedieron a su establecimiento como modista sugieren otra posibilidad. Chanel había mostrado desde su juventud un estilo propio que se manifestaba en clara oposición al carácter rígido, constrictivo y recargado que caracterizaba la moda femenina a principios del siglo XX. Apropiándose de prendas características del guardarropa masculino y del vestido deportivo utilizado en el campo, Gabrielle Chanel destacada por la sobriedad y la simplicidad masculina de su atuendo, diferenciándose del resto de mujeres de su entorno y su generación con radical distinción, como una dandy femenina. Es muy probable que la libertad que se respiraba en las estaciones balnearias, el carácter excepcional de la vida de ocio al aire libre, conjugado con el convulso periodo bélico durante la Primera Guerra Mundial le proporcionaran el contexto idóneo para proponer su particular visión del vestido, que conjugaba distinción y funcionalidad, y hacerlo con éxito.

Tras la arrolladora respuesta de público y prensa, Chanel introdujo variaciones en sus modelos *sport* más sobrios para facilitar su adopción generalizada por parte de la clientela urbana, tanto parisina como internacional. Así, más allá de los abrigos *sport* y los *sweaters*, pronto presentó conjuntos y trajes de prendas combinables en punto de seda, festoneadas en ocasiones con pieles, en cuello, puños o bajos de chaquetas y faldas, y combinando otras veces el punto de seda con tejidos aparentemente opuestos, como el tercipelo de seda en tonos grises y marrones. Al igual que había hecho con la elección del *jersey*, Chanel decidió utilizar pieles consideradas menos nobles, raramente vistas en modelos de alta costura, como la piel de castor o de conejo, trabajando desde sus inicios en estrecha colaboración con la casa Heim de París. El Palais Galliera custodia las memorias inéditas de Jeanne Heim, quien en 1898 fundara, junto a su marido Isidore, la casa especializada en peletería Heim. El relato de Jeanne Heim nos ofrece un valioso testimonio sobre el desarrollo de su propio negocio, su colaboración con Chanel, la importancia de la clientela española y la apertura de su propia sucursal en Biarritz en 1924. Así, Jeanne Heim relata el momento en que, en invierno de 1915, Chanel le pidió que la casa Heim le proveyera de pieles de precios asequibles, ofreciéndole a cambio la excluvidad como proveedora de la casa Chanel[580]. En contra de la opinión de su marido Isidore, quien favorecía las "pieles finas", Jeanne encontraría en la casa Chapal de París un interesante surtido de pieles de conejo de diferentes tipos que su marido transformó en bandas y a las que ambos decidieron bautizar con el nombre de "Kamtchatka"[581]. Tal fue el éxito de los modelos de Chanel que

[580] Jeanne Heim, Memorias inéditas, 60.
[581] Heim, Memorias inéditas, 61.

pronto se supo de donde procedían las bellas pieles de conejo que los adornaban. Así, lloverían los encargos de las nuevas "Kamtchatka" procedentes de innumerables casas de costura y talleres de modistas de París[582].

Jeanne Heim relata igualmente la angustiosa situación que vivieron en la casa Heim en los días que precedieron a la Primera Guerra Mundial, desde sus desesperados intentos por proteger a sus empleados austríacos (uno de los cuales falleció durante la guerra en un campo de concentración)[583], hasta sus difultades para guardar las pieles que todos los clientes que se las confiaban en su huída de la capital[584]. Según Jeanne Heim, Gabrielle Chanel habría dudado en reabrir su casa de París tras el inicio de la guerra, cosa que terminó haciendo en octubre de 1914 tras una larga conversación con la propia Heim[585]. La colaboración de ambas mujeres se prolongó durante todo el transcurso de la guerra, apoyándose mutuamente en momentos particularmente difíciles. A finales de marzo de 1918, cuando 500.000 parisinos huían de los bombardeos sobre la ciudad, la pareja Heim decidió enviar a Biarritz las pieles que les habían sido confiadas para su almacenaje, así como un importante surtido de pieles de sus reservas en caso de que su estancia en la Costa Vasca se prolongara más de lo previsto.[586] Chanel había aceptado recibir en la villa Larralde las pieles enviadas por los Heim durante el tiempo que hiciera falta[587]. Jacques Heim, el único hijo de los Heim, partió hacia Biarritz para asegurarse que las mercancías y pieles depositadas llegaban correctamente a su destino, mientras que Isidore y Jeanne viajaron tras él recogiendo en el camino pieles que diversos clientes habrían dejado en los lugares más inesperados. Tal y como relata la propia Jeanne, una vez en Biarritz,

> […] todos los hoteles estaban llenos. En el "Palais", nos proponen, por milagro, y por 25 francos, una habitación en la quinta planta. Por 13,50 francos desayunamos muy bien en el hermoso comedor donde se reúnen no solo parisinas, sino también grandes de España, además muy bellas, mujeres de embajadores, etc… Después de los bomardeos de París, Biarritz parece un sueño[588].

[582] Heim, Memorias inéditas, 61.
[583] Heim, Memorias inéditas, 51.
[584] Heim, Memorias inéditas, 72.
[585] Heim, Memorias inéditas, 55-56.
[586] Heim, Memorias inéditas, 72-73.
[587] Heim, Memorias inéditas, 72.
[588] Heim, Memorias inéditas, 73-74.

A pesar de la trágica situación, Chanel seguía experimentando el éxito que le garantizaría tanto su consolidación como modista como su independencia económica. Asimismo, la validación de sus arriesgadas propuestas durante los años de la contienda sentó las bases de lo que se covirtió en su icónico estilo en el transcurso de las décadas siguientes. En junio de 1916 *Women's Wear Daily* afirmaba que "Chanel está de moda y el *jersey* hacer furor, y esta tendencia no declina, ni por parte del público ni por parte de la *couturière*, que tiene tanto éxito, pues visité hoy la casa Chanel y encontré nuevos modelos en *jersey* que la mujer de moda lucirá en agosto en Deauville y Biarritz"[589]. En septiembre de 1916, el diario neoyorkino afirmaba que "lo que todo el mundo está ansioso por saber, siendo una cuestión especialmente importante para el mercado americano, es si la moda *sport*, que ha reinado absolutamente durante todo el verano, continuará. Esta es una cuestion de vital interés, pero Chanel, quien ha hecho del estilo *sport* todo un éxito, mostrará nuevos modelos en su sucursal de Biarritz […] ¿Se batirán en duelo los modelos *sport* de Chanel con los elegantes modelos en seda y terciopelo de Callot y Paquin?". Duelo o no, lo cierto es que Gabrielle Chanel continuó presentando nuevos modelos de su característico estilo *sport* en Biarritz, tanto en 1916, como tras el fin de la guerra y durante las décadas siguientes.

Tras la apertura en 1918 de la maison de couture en el número 31 de la rue Cambon, la revista americana *Harper's Bazaar* informaba a sus lectoras en sobre las últimas novedades *chez* Chanel:

> Chanel, en sus bonitos y nuevos salones de la rue Cambon, fabrica nuevos modelos de tricot para Biarritz, donde Chanel viste al menos a la mitad de la playa. *Jersey* fino transparente y *jersey* grueso y suave, adornados con una especie de tricot peludo, se convierten en capas y vestidos de una pieza, que son prendas tan deseables en la playa, siendo a la vez frescas y cálidas ... No solo se usa tricot en la playa y en el campo, sino también en París, donde estamos empezando a vestirnos con trajes sastre de tricot[590].

El estilo Chanel triunfaba en París tras su legitimación en Biarritz y en los últimos meses de la guerra la capital de la moda recuperaba su condición de prescriptora de elegancia. Tras el fin del conflicto emergía una sociedad profundamente transformada y la *couture parisienne* se

[589] "Paris finds new ideas and combinations for continued use of jersey", *Women's Wear Daily*, 23 de junio de 1916, 27.
[590] "Paris whispers of autumn in her late summer frocks", *Harper's Bazaar*, Agosto de 1918, 39-40.

enfrentaba al gran reto de comprender las necesidades y aspiraciones de las mujeres en este nuevo mundo. Gabrielle Chanel pronto se erigió de una de las creadoras más influyentes del momento.

3.2. Los años dorados de Chanel en la Costa Vasca

El desarrollo de la actividad de Chanel en la década de los años 1920 y los primeros años de la década de los 30 refleja tanto su arrollador éxito e influencia en la moda internacional como la extraordinaria evolución del turismo en Biarritz y la Costa Vasca durante este periodo.

3.2.1. El "encanto eslavo" y la conexión rusa en Biarritz

Uno de los fenómenos más notables de la vida en Biarritz en los primeros años 1920 fue la presencia de la exiliada colonia rusa que se refugiaba en los hoteles y en las villas de la Costa Vasca y protagonizaba una intensa vida social. Dicho encuentro marcaría no sólo su vida personal sino también su creación, dando inicio a una próspera y celebrada "etapa rusa" entre 1921 y 1923.

Gabrielle Chanel fue cautivada por lo que ella misma denominó el "encanto eslavo" ("todo occidental tiene que haber sucumbido al encanto eslavo para saber lo que es. Me dejaba fascinada"[591]). En 1916 una emergente Chanel conoció a Misia Sert, figura imprescindible de la escena artística parisiense de las primeras décadas del siglo XX. Celebrada pianista, anfitriona de un inelidubles salón artístico, mecenas y musa imprescindible, Misia introdujo a la joven creadora en su círculo de amistades que entonces incluían Serge Diáguilev, Jean Cocteau, Pablo Picasso o Ígor Stravinski. Bajo la dirección de Diáguilev y gracias al mecenazgo de Misia Sert (entre otros benefactores) todos ellos habían participado en la producción de los Ballets Rusos que impactaron profundamente la vida artística y cultural europea entre 1909 y 1929. En mayo de 1920 Chanel conoció a Stravinski en el estreno de *Pulcinella*, la primera producción de Diágilev tras el fin de la Primera Guerra Mundial, y la que consagraría al compositor ruso en la sociedad parisiense. En el verano del mismo año Stravinski dejaba Suiza y llegaba a París acompañado de toda su su familia aceptando la generosa invitación de Chanel de instalarse en la nueva residencia que había adquirido unos meses antes, la villa Bel Respiro, en el municipio de Garches, a las afueras de París. Habiendo iniciado ambos una relación sentimental, Chanel pidió a Stravinski que la acompañara en el viaje a Venecia que había decidido hacer junto a

[591] Paul Morand, *El aire de Chanel*, (Barcelona: Tusquets, 2009), 78.

Misia y su esposo, el artista catalán Jose María Sert, en agosto de 1920. Fue allí donde Chanel conoció finalmente a Serge Diáguilev, amigo y protegido de Misia, quien buscaba desesperadamente financiación para producir en París una nueva versión de *La consagración de la primavera* de Stravinski. Chanel, que había asistido a la polémica *premier* de dicha obra en el Théâtre des Champs-Élysées en mayo de 1913, propuso a Diáguilev contribuir al proyecto a cambio de su total discreción; la nueva producción se presentaba con gran éxito en diciembre de 1920 gracias a la generosa colaboración de Gabrielle Chanel.

Los Ballets Rusos habían ejercido una profunda influencia en las artes decorativas europeas en general y en la moda parisina en particular en la década de los años 1910. Creadores de moda como Paul Poiret o Jeanne Paquin interpretaron los suntuosos diseños de inspiración oriental que Léon Bakst había diseñado para los vestuarios de Diáguilev convirtiéndolos en modelos comerciales que revolucionaron la moda y los cánones estéticos de la época. No en vano Paul Poiret ha sido considerado uno de los máximos resposables de la "liberación" de la mujer por haber osado eliminar el omnipresente y omnipotente corsé del vestuario femenino. Aunque no puede atribuirse dicha iniciativa a un solo creador, lo cierto es que la visión liberadora de los vestuarios de los Ballets Rusos jugó un papel fundamental en dicho proceso. Más allá de su papel de mecenas, Chanel colaboró estrechamente con los artistas del círculo de Misia Sert, fundamentalmente con Jean Cocteau, en diversos proyectos escénicos a partir de 1920. Así, diseñó el vestuario para *Antígona*, una radical interpretación de la obra de Sófocles dirigida por Jean Cocteau con decorados de Picasso que se estrenó en el Théâtre de l'Atelier de París en diciembre de 1922. Los diseños de Chanel reflejaban la profunda influencia rusa que permeaba sus colecciones de alta costura en la temporada de otoño-invierno de 1922. Lejos de la suntuosa opulencia que caracterizó el vestuario de los Ballets Rusos, Chanel propuso una versión depurada y sobria del universo estético eslavo con prendas realizadas en lana gruesa de tonos neutros en blanco y marrón, magníficamente decorados con grandes motivos geométricos.

Tras casi un año residiendo en Bel Respiro, Chanel sugirió a Stravinski establecerse en la Costa Vasca donde el templado clima, las bondades del mar y una consolidada y renovada colonia rusa le ayudarían a desarrollar sus proyectos y ocuparse de la salud de su esposa y de la educación de sus hijos en un ambiente propicio para ello. Fue así como en verano de 1921 la familia Stravinski al completo (su esposa, Yekaterina Nosenko y sus cuatro hijos) se instaló primero en Anglet, en la villa Cottage de l'Argenté en la Chambre d'Amour, y después en la

villa des Rochers[592]. Situada detrás de lo que fuera hasta 1870 el palacio imperial, a escasos metros de la iglesia ortodoxa, se trataba de una de las casas mas antiguas del distrito imperial de Biarritz donde residían numerosos miembros de la comunidad rusa. Al tiempo que Stravinski preparaba su nueva vida en la Costa Vasca, su cuñado, Grigori Beliankine hacía lo propio instalándose con su familia en la villa Emilia de la rue Gardères de Biarritz, a escasos metros de la villa Larralde, propiedad y sede de Gabrielle Chanel en Biarritz desde 1915. Beliankine que había sido ingeniero naval en su Rusia natal, buscaba, como la gran mayoría de los exiliados rusos, un nuevo modo de subsistir. Con la ayuda de Chanel, que puso a su disposición parte de su propiedad de la villa Larralde, Beliankine decidió abrir un hotel-restaurante llamado Château Basque, siguiendo el ejemplo de establecimientos de hostelería que tantos de sus compatriotas estaban inaugurando en París. Chanel reforzaba así sus lazos con la colonia rusa en Biarritz y contribuía de alguna manera a su sociabilidad y supervivencia. La prensa local se haría eco de la presencia de Chanel en las recepciones y cenas rusas organizadas en el Châteu Basque que constituyeron todo un éxito desde el inicio de la iniciativa[593]. Las crónicas de *La Gazette de Biarritz* confirman que el Château Basque se hallaba abierto desde al menos junio de 1921[594]. En septiembre del mismo año el mismo periódico afirmaba que "les diners russes sont décidément à la mode et ceux donnés dans les jardins du Château Basque les 22, 29 et 30 aôut furent les plus brillants". El cronista incluía a continuación una lista de personalidades destacadas que habían asistido a dichas cenas, entre quienes destacan "Mlle Chanel, Mme. Doubassoff[595], el gran compositor ruso Igor Stravinsky y Mme. Stravinsky, la encantadora bailarina de los ballets rusos Mme. Lopoukhova", o "el célebre pianista Arthur Rubinstein"[596]. El Château Basque, con sus célebres Zakouska, cenas rusas, galas temáticas y espectáculos, se erigió en uno de los lugares de referencia de la vida social en Biarritz entre 1921 y 1930. Tras la decisión de Chanel de vender la villa Larralde en 1923, Beliankine alquiló la emblemática villa Beltza, un imponente edificio de estilo medieval construido sobre las rocas en la Côte des Basques.

---

[592] Edouard Labrune y Natacha Degauque Belousova, *Les Russes à Biarritz et sur la côte basque*, (Urruña: Pimientos, 2018), 119.
[593] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 3 de septiembre de 1921.
[594] "Liste des Etrangers, Hotel Château Basque", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 18 de junio de 1921.
[595] Se trata muy probablemente de la viuda del almirante T. Doubassoff, quien fuera *aide-de-cam*p del zar Nicolás II y gobernador general de Moscú entre 1906 y 1912. Sus dos hijas, Tatiana e Irene, fueron habituales del veraneo en Biarritz en años posteriores. Una de ellas, Irene Doubassoff, escribió un relato sobre su arresto y cautiverio bajo el gobierno bolchevique en 1920: Irene Doubassoff, *Ten Months in Bolshevik Prisons*, (Edimburgo y Londres: William Blackwood and Sons Limited), 1926.
[596] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz,* 3 de septiembre de 1921.

Además de sus legendarias veladas, el Château Basque fue también lugar de encuentro inledudible de la colonia de "rusos blancos" que convergió en la Costa Vasca en la década de 1920. Algunos de ellos eran descendientes de familias que frecuentaban Biarritz desde el siglo XIX, y eran por lo tanto propietarios de villas en Biarritz, San Juan de Luz, Guéthary o Hendaya, o habituales residentes en algunos de los lujosos hoteles del litoral vasco. En su huída al exilio, muchos de ellos se refugiaron primero en la entonces Constantinopla y después en Francia, gracias al asilo concedido por las autoridades y a la generosidad y hospitalidad de partidarios de su causa. En este contexto Biarritz se convirtió en la ciudad balnearia de "los grandes duques", una extraordinaria colonia de aristócratas rusos que se instabalan en la Costa Vasca, donde la vida era menos costosa y donde contaban también con la complicidad y generosidad de la alta sociedad inglesa y americana, fascinada por la distinción y la decadencia de su modo de vida. En esta corte en el exilio jugaron un papel fundamental destacados miembros de la familia Romanov, algunos de los cuales establecieron en Biarritz su residencia definitiva. Una de sus principales figuras fue el gran duque Dimitri Pavlovich de Rusia, a quien Chanel conociera en enero de 1921.

El gran duque Dimitri de Rusia

El gran duque Dimitri fue, sin duda, uno de los Romanov mas notorios en el exilio. Nieto del zar Alejandro II, hijo del gran duque Paul y primo del zar reinante Nicolás II, era un joven apuesto y elegante, y también una de las grandes esperanzas blancas para aquellos que anhelaban la restauración de la monarquía en Rusia. Junto con su primo y amigo de la infancia el príncipe Félix Yusúpov, Dimitri había protagonizado uno de los episodios más siniestros de la historia reciente en Rusia, el asesinato de Grigori Rasputin en 1916. Irónicamente este hecho no hacía sino acrecentar el atractivo de los jóvenes aristócratas en la alta sociedad de París, donde ambos se establecieron en 1920 tras un breve paso por Londres. Edmonde Charles-Roux recoge en su biografía sobre Chanel el testimonio de Gabrielle Dorziat sobre cómo la *couturière* conoció al aristócrata ruso en Biarritz, probablemente en la primavera de 1921:

> Dorziat afirma que, durante una velada en la que tres de las amigas de Royallieu se encontraton por casualidad – Gabrielle Dorziat, Gabrielle Chanel y Marthe Davelli[597] –

[597] Gabrielle Dorziat, célebre actriz, y Marthe Davelli, igualmente célebre cantante de ópera, eran ambas amigas de juventud de Gabrielle Chanel, desde que compartieran fiestas y recepciones en el círculo de Étienne Balsan en su château de Royallieu. Ambas jugaron un papel determinante en el lanzamiento de las creaciones de Gabrielle Chanel desde sus inicios como *modiste* en los primeros años de la década de1910.

> , ésta última presentó al gran duque Dimitri a sus amigas y les dio a entender con claridad que eran amantes. La notoriedad no había vuelto a Davelli menos ávida de diversiones. Juerguista incorregible… A cualquier hora de la noche siempre había en cierta *boîte* cierto pianista o un saxo para escuchar; o cualquier pretexto para no irse a la cama. Ese verano, al final del un recorrido nocturno, advirtió que su compañero mostraba por Gabrielle algo más que interés, y en un momento que estuvieron solas le dijo a Chanel: "Si te interesa te lo cedo, realmente me sale un poco caro…[598].

Según varios de sus biógrafos, Chanel mantuvo una relación paralela con Stravinsky y el gran duque Dimitri durante varios meses en 1921[599], probablemente hasta el establecimiento del compositor en Biarritz a partir del verano de 1921. Tras la mudanza de la familia Stravinski fue al aristócrata ruso quien se instalara en la villa Bel Respiro de Chanel, alternando su vida en París con recurrentes viajes a la Costa Azul y largas estancias en la Costa Vasca. En el verano de 1923, y pesar de sus numerosos compromisos y exigencia profesionales en París, Chanel decidió pasar toda la temporada estival en el País Vasco junto con el duque, alquilando con tal fin la villa denominada Ama Ttikia en el municipio de Guéthary. Se trataba de un chalé de estilo neovasco contruído en 1904 por el arquitecto bordelés Michel Alaux[600] que constaba de tres plantas, numerosas habitaciones, una pérgola-cenador sobre el jardín y una espaciosa terraza cubierta en la primera planta[601]. Varias imágenes pertencientes a la colección particular de Zina de Rosnay[602] muestran a Gabrielle Chanel junto al gran duque Dimitri en Ama Ttikia, disfrutando de la compañía de los amigos de ambos en gran Duque Boris de Rusia y su esposa Zinaida Rachevskaya[603]. Boris era hijo del gran duque Vladimir, y por lo tanto primo hermano de Dimitri y del zar Nicolás II. Junto con su esposa, fue uno de los Romanov más fieles a

[598] Edmonde Charles-Roux, *Descubriendo a Coco* (Barcelona: Lumen, 2009), 299.
[599] Axel Madsen, *Coco Chanel* (Barcelona: Circe, 2000), 130.
[600] Jean Michel Alaux, *Burdeos, 1850-1935*. Ver base de datos del *Institut national d'histoire de l'art* (Instituto nacional de historia del arte, Francia): https://agorha.inha.fr/inhaprod/servlet/ViewManager?menu=menu_view&getCache=musee.MUS_PERSONNE&fromList=&assist=&source=&table=&fieldName=&fieldId=&view=view_mus_personne_long&record=musee:MUS_PERSONNE:80333
[601] *Villas et cottages des bords de l'océan* (París : Librairie générale de l'architecture et des arts décoratifs : Ch. Massin, [ca. 1900]), pl. 75 y 76.
[602] La madre de Zina de Rosnay, la actriz Natacha Koltchine, era hija de Natalia Rachevskaya, hermana de Zinaida. Natacha fue criada por su tía Zinaida y el gran duque Boris en Biarritz, donde conoció a su esposo, el artista franco-mauriciano Gaëtan de Rosnay: "Les Rosnay, une famille toujours dans le vague", *Les Echos*, 20 de julio de 2018.
[603] Imágenes consultadas en los archivos de la Maison CHANEL de París, copias de los originales cedidos por Zina de Rosnay, hija de Natacha Koltchine y sobrina nieta de Zinaida Rachevskaya. Las fotografías están fechadas por la familia/la Maison CHANEL en 1924; sin embargo, el estudio de la biografía de Gabrielle Chanel y la propia hemeroteca nos hacen concluir que las imágenes fueron tomadas en el verano de 1923.

Biarritz, alojándose cada temporada en el emblemático Hôtel du Palais, tal y como habían hecho los miembros de su familia desde el siglo XIX.

La relación sentimental de Chanel con el gran duque Dimitri duró dos años, aunque su amistad perduraría durante el resto de sus vidas. Dimitri conocería también en Biarritz a quien se convirtiera en su esposa unos años después. Se trataba de Audrey Emery, heredera y *socialite* y destacado miembro de la colonia americana en la Costa Vasca[604]. La boda se celebró en la iglesia ortodoxa de Biarritz el 21 de noviembre de 1926 ante lo más granado de la comunidad rusa blanca y la colonia internacional de Biarritz[605].

De la mano del aristócrata ruso, Gabrielle Chanel desarrolló un acusado interés por la historia, la cultura y el arte rusos que pronto trasladó a sus relaciones personales, a su elección de colaboradores y, finalmente, a sus propias creaciones. Así, fue Dimitri quien presentara a Chanel a Ernest Beaux, el perfumista con quien creara su legendario perfume N°5 en 1921, así como el célebre Cuir de Russie en 1924. También fue el gran duque Dimitri quien presentara a Gabrielle Chanel a su amigo el conde Serguéi Goleníshchev-Kutúzov[606], quien pronto se convertiría en un colaborador clave para la modista.

El conde Kutúzov

Kutúzov era miembro de la aristocracia militar rusa, bisnieto del destacado general Kutúzov y descendiente de militares y diplomáticos al servicio del Imperio. Según las escasas referencias biográficas con las que contamos[607], fue el segundo hijo del mayor general conde Alexander Vasilyevich Goleníshchev-Kutúzov y su esposa Vera Sergeevna, de soltera princesa Obolenskaya. A partir de 1902 fue educado en el Cuerpo de Pajes, siendo ascendido en 1905 de paje de cámara a corneta del Regimiento de Caballeros. En 1906 fue asignado como oficial

[604] La hermana de Dimitri, la gran duquesa María Pavlovna recordaría con emoción el día que conoció a Audrey Emery en la villa de una amiga común en Biarritz: "Cette jeune fille était Audrey Emery, qui, trois ou quatre ans plus tard, devait prendre une place importante dans ma vie. Après cette première rencontré, nous nous retrouvâmes de temps en temps à Paris ou à Biarritz.", en Maria Pavlovna, *Une princesse en exil. Mémoires*, (París : Librairie Stock, Delamain et Boutelleau, 1933), 226.

[605] Le mariage du grand duc Dimitri avec Miss Audrey Emery", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 22 de noviembre de 1926, 1.

[606] Serguéi Alexandrovich, conde Goleníshchev-Kutúzov es referido en las fuentes consultadas de manera diversa, como consecuencia de la adopción de diferentes métodos de romanización del ruso. Así, encontramos su nombre transliterado como Koutouzoff en francés, Koutouzov en inglés o Koutousoff y otras formas erróneas, en la hemeroteca o en testimonios de aquellos que le conocieron. Apartir de ahora se utilizará la forma Kutúzov, adoptando el Alfabeto Fonético Internacional (AFI).

[607] Сборник биографий Кавалергардов: 1826-1908, Санкт-Петербург, 1908, С. 383. (*Colección de biografías de los Guardias de Caballería: 1826-1908* (San Petersburgo, 1908), 383.

en la embajada rusa en Roma, ocupando dicho cargo hasta 1914, siendo después elegido líder de la nobleza del distrito de Petrogrado, cargo que ocupó hasta la Revolución de Febrero. Durante la guerra civil, participó en el Movimiento Blanco como parte del Ejército voluntario. En 1915 la prensa francesa lo citaba en una noticia de carácter militar como "gentilhombre de la cámara del emperador de Rusia"[608] (siguiendo los pasos de su padre, que había sido adecán del zar y *attaché* militar en la embajada rusa en Berlín[609]), siendo condecorado por el rey Alberto de Bélgica en el cuartel general del ejército belga con la cruz de caballero de la Orden de Leopoldo. Kutúzov acompañaba al "príncipe Youssoupof, encargado de conceder al soberano, en nombre del emperador de Rusia, las condecoraciones para las tropas belgas", quien recibiría a su vez la gran cruz de la Orden de la Corona de manos del monarca belga[610]. Después de la Revolución de Octubre de 1917 Kutúzov se trasladó al sur de Rusia, estableciéndose primero en Kislovodsk y después en Crimea, donde desempeñó el cargo de jefe del distrito de Yalta entre 1918 y febrero de 1920. En agosto del mismo año fue evacuado a Constantinopla, para después exiliarse a Francia, donde estableció su residencia principal en París acompañado de sus dos hijas, Sofía y Marina, que entonces contaban con tan solo 11 y 8 años respectivamente.

Tal y como relata el príncipe Serge Obolensky en sus memorias, Kutúzov estaba casado con María Alexandrovna Chernysheva-Bezobrazova (1889-1960), hija del conde Chernyshev-Bezobrazov y considerada "una de las más bellas mujeres de Petrogrado"[611]. El propio Obolensky, primo de Kutúzov (su padre, el príncipe Platon Obolensky, y la madre de Kutúzov, Vera Kutúzov, eran hermanos) confesaba haber estado enamorado de "Maia" Kutúzov cuando ésta se hallaba aun en trámites de divorcio de su primo y gran amigo Serguéi[612]. A pesar de su romance con Obolensky, Maia se casaría finalemente con un oficial de mayor rango del mismo regimiento de caballería, el capitán Oleg Dubasov[613]. El capitán Dubasov desempeñaría a partir de 1917 las funciones de edecán de Boris Bakhmetieff, embajador ruso en Washington nombrado por el Gobierno Provisional y reconocido por el gobierno de los Estados Unidos

608 "Echos", *La Libre Parole*, París, 3 de febrero de 1915.
609 "Necrologie", *La Republique Française*, 11 de septiembre de 1897, 3.
610 Dicho episodio se produce en el contexto de la Primera Guerra Mundial y responde muy probablemente a la ayuda ofrecida por Bélgica al Imperio ruso tras la solicitud del zar Nicolás II al monarca belga Alberto I a principios de 1915. El Cuerpo Expedicionario Belga de Vehículos Blindados fue una unidad militar belga que luchó junto al ejército imperial ruso en el frente oriental entre 1915 y 1918.
611 *Russian court memoirs, 1914-16, with account of court, social and political life in Petrograd before and since the war*, *by a Russian* (Londres: Herbert Jenkins, 1917), 282.
612 Serge Obolensky, *One man in his time: The memoirs of Serge Obolensky* (McDowell, Obolensky, 1958), 166.
613 Obolensky, *One man in his time: The memoirs of Serge Obolensky,* 173-176.

hasta su retiro en 1922. Obolensky y su recién esposa Maia formaron parte de la importante misión diplomática que Bahhmetieff lideró en Washington en junio y julio de 1917 y que fue seguida con máximo interés y expectación por los medios estadounidenses (Maia fue una de las cuatro mujeres que formaron parte de dicha misión en calidad de acompañante). Tras el triunfo de la revolución bolchevique y el fin del Gobierno Provisional la pareja se estableció en Estados Unidos.

En su calidad de exiliado ruso blanco en París, y a cargo de sus dos hijas menores, el conde Kutúzov recurrió a su extensa red de contactos en la creciente comunidad de exiliados, entre los que se encontraban sus amigos el gran duque Dimitri, el príncipe Yusúpov y el príncipe Obolensly, entre otros. Según Charles-Roux, Kutúzov y su familia fueron huéspedes de Chanel primero en su casa Bel Respiro en el invierno de 1921 y en la villa Ama Ttikia de Ghétary en verano de 1922. "Gabrielle le había conseguido un empleo a Kutusov [sic]. Figuraría entre los principales empleados de su empresa durante más de quince años"[614]. El conde Kutúsov entraría en la casa Chanel tras su encuentro en Biarritz en octubre de 1922 como "director de salón", convirtiéndose en el hombre de confianza de Gabrielle Chanel, "al mismo tiempo secretario personal, chófer y confidente"[615].

Es muy probable que Kutúzov conociera bien Biarritz antes de su exilio, al igual que los miembros de su círculo más íntimo de amigos. Su tío el príncipe Platon Obolensky y su esposa María eran residentes habituales en Biarritz y San Sebastián en los años que precedieron a la revolución[616], junto con su primo Sergéi Obolensky y los hermanos de éste. Asímismo, sus tías Marina, Natalia y Sofía habían sido damas de honor de la corte y habían acompañado en diversas ocasiones a la emperariz María Fiódorovna, viuda del zar Alejandro III, en sus viajes a la Costa Azul, y muy probablemente a la Costa Vasca en 1907. Ya fuera por su trabajo en la casa Chanel o por sus relaciones con la colonia rusa de Biarritz, el conde Kutúzov se hizo un habitual de las numerosas recepciones, cenas de gala, bailes y eventos benéficos que articulaban la vida mundana en Biarritz en la década de 1920. No en vano una de las numerosas crónicas en la prensa biarrota daba cuenta de la llegada a una brillante fiesta en el Hôtel du Palais de

[614] Charles-Roux, *Descubriendo a Coco*, 306.
[615] En 1926 Gabrielle Chanel encomendaría al conde Kutúzov la firma ante notario del alquiler de la villa Larralde. En Guillemette de Sairigné, *La Circasienne,* (París: Robert Laffont, 2011), 164.
[616] Edouard Labrune y Natacha Degauque Belousova, *Les Russes à Biarritz et sur la côte basque*, (Urruña: Pimientos, 2018), 71.

Biarritz del conde Kutúzov "qui connait l'univers et qui l'univers connait."[617]. Su hija menor Marina pronto se convirtiría en modelo y relaciones públicas para la *maison* Chanel y fue también en Biarritz donde conocería a su futuro marido, el príncipe Dimitri, hijo de Alejandro Mijaílovich Románov.

El gran duque Alejandro, también conocido como Sandro, era nieto del zar Nicolás I y un destacado miembro de la dinastía Románov que pasaba largas temporadas en Biarritz desde los años 1880. Sandro había contraído matrimonio con la gran duquesa Xenia, hermana del que fuera más tarde el zar Nicolás II. Él y su familia alternaban sus estancias en los grandes hoteles de Biarritz, sobre todo el Hôtel du Palais, con el alquiler de espaciosas villas como la villa Espoir, antigua propiedad del marqués de Noailles, o la villa Les Vagues, ambas situadas en la subida al faro. Su hijo Dimitri y Marina Kutúzov se encontraron en Biarritz gracias a Chanel y contrajeron matrimonio el 25 de noviembre de 1931 en la iglesia rusa de la rue Darue en París. Su boda tuvo una importante repercusión en los medios franceses e internacionales y un retrato de la novia vistiendo un modelo de Chanel realizado por el baron Hoyningen-Huene fue publicado en la edición norteamericana de la revista *Vogue* el 1 de mayo de 1932[618]. George Hoyningen-Huene era también hijo de una arisocrática familia alemana del Báltico, hijo del barón Bertholde Hoyningen-Huene y de Anne Van Ness Lothrop, hija del embajador estadounidense en Rusia George Van Ness Lothrop[619]. La pareja y sus tres hijos se instalaron en Francia tras la Revolución y eran destacados miembros de la colonia rusa en Biarritz, donde en 1921 adquirieron una villa que bautizaron con el nombre de Nawwast[620] (nombre de su casa solariega en Groß-Sankt-Johannis, hoy Suure-Jaani en la actual Estonia). Fue en esta villa donde la baronesa falleció el 14 junio de 1927, celebrándose sus funerales en la iglesia anglicana de Biarritz el 18 del mismo mes[621]. George Hoyningen-Huene comenzó a trabajar como ilustrador para el grupo Condé Nast en 1926 y pronto se convirtió en jefe de fotografía de la edición francesa de la revista *Vogue*. La prensa local biarrota cita sus asiduas visitas a la villa de sus padres en Biarritz en la década de los años 1920, antes de su marcha a los Estados Unidos en 1932. Marina Kutúzov siguió trabajando para Chanel como relaciones públicas tras su

[617] Hemos decidido utilizar la versión original de la expresión, que podría traducirse como "quien conoce a todo el mundo y a quien todo el mundo conoce", en "Les Elégances", *La Gazette de Biarritz-Bayonne et Saint-Jean-de-Luz*, 23 de agosto de 1927, 1-2.
[618] "The Princess Dimitriof Russia", *Vogue* US, 1 de mayo de 1932, 34.
[619] Lothrop sirvió como embajador en Rusia entre 1885 y 1888. "George Van Ness Lothrop (1817–1897)", Office of the Historian, Foreign Service Institute, United States Department of State. Recuperado de https://history.state.gov/departmenthistory/people/lothrop-george-van-ness?
[620] "Nos hôtes", *La Gazette de Biarritz-Bayonne et Saint-Jean-de-Luz*, 22 de abril de 1921, 1.
[621] "Deuil*", La Gazette de Biarritz-Bayonne et Saint-Jean-de-Luz*, 16 de junio de 1927, 2.

matrimonio con el príncipe Dimitri. Ambos gestionaron junto a Ana de Pombo la maison Chanel de Biarritz con gran éxito en el verano de 1932[622].

La gran duquesa María Pavlova

Uno de los encuentros mas importantes que el gran duque Dimitri propició fue, sin duda, el de Chanel y su hermana la gran duquesa María Pavlovna de Rusia. Ambas fueron presentadas en otoño de 1921 y pronto comenzarían una fructífera relación personal y profesional que se desarrollaría entre París y Biarritz.

La casa Kitmir

La gran duquesa María había conseguido huir de la Rusia revolucionaria junto con su segundo esposo, el príncipe Sergei Putiatin, en julio de 1918. Tras un breve período residiendo en Bucarest y después en Londres, donde se reunió con su hermano el gran duque Dimitri, la familia se estableció finalmente en París en 1920. En sus memorias publicadas en 1932 la aristócrata relata con viveza su periplo en el exilio, las dificultades a las que hubo de enfrentarse para subsistir, así como su relación con Chanel, a la que dedicó todo un capítulo[623]. Obligada a vender las extraordinarias joyas de la familia que había podido extraer de Rusia vía Suecia ("escondidas en botellas de tinta, pisapapeles, y falsas velas de cera"[624]) María buscaba desesperada un trabajo que pudiera desempeñar. Fue en ese momento crítico cuando su hermano le presentó a Gabrielle Chanel, un encuentro que daría inicio a una nueva etapa de desarrollo profesional e indepedencia económica en la vida de María Pavlovna.

La gran duquesa profesaba una gran admiración por la *couturière* a quien describe como una creadora innovadora, revolucionaria y una extraordinaria mujer de negocios, "la primera en democratizar el arte del vestir"[625] Tras su presentación en otoño de 1921, y sientiéndose atraída por la fuerte personalidad de Chanel, María visitaba frecuentemente a la *couturière* en su apartamento privado de la rue Cambon donde se la encontraba a menudo debatiendo con sus más próximos colaboradores. En una ocasión, la gran duquesa fue testigo de una acalaroda discusión entre Chanel y Mme. Bataille, la bordadora de la casa, que discrepaban sobre el precio

[622] Ana de Pombo, A, *Mi última condena* (Madrid: Taurus Ediciones, 1971), 70-72. Esta cuestion será desarrollada con mayor profundidad en el subcapítulo dedicado a Ana de Pombo.
[623] Maria Pavlovna, *Une princesse en exil. Mémoires*, (París : Librairie Stock, Delamain et Boutelleau, 1933), 171-193.
[624] Pavlovna, *Une princesse en exil*, 84.
[625] Pavlovna, *Une princesse en exil*, 174.

de un bordado para una blusa de crepé de China de color rojo. Chanel se negaba a pagar los 600 francos por pieza de bordado que Mme. Bataille había estimado aduciendo que encarecía en exceso el precio final del modelo, y amenazaba con buscar los servicios de otra bordadora si no lograba reducirlo[626]. Despues de que Mme. Bataille se retirara resignada, la gran duquesa preguntó a Chanel si, en caso de que ella misma pudiera bordar la blusa por 150 francos menos, le daría el encargo para bordar todos los modelos. Tal y como la popia María relata, fue una propuesta súbita e inesperada, y respondía a su desesperado deseo de buscar un modo de subsistir y hacer frente a su delicada situación económica en el exilio. Sorprendida, Chanel le recordó que se trataba de un bordado hecho a máquina y le preguntó si estaba familiarizada con este tipo de trabajo. La gran duquesa contestó que no, pero que podría aprender, y la modista, intrigada, afirmó que podría intentarlo. Tres meses después de su conversación con Chanel, y tras un arduo proceso de formación en una fábrica de máquinas de coser, la gran duquesa María Pavlovna entregaba una blusa bordada a Chanel por 450 francos[627], el primero de una serie de encargos que se sucederían entre 1921 y 1923.

Fue así como en 1922 María fundaría una casa de bordados denominada *Kitmir* (nombre de un perro legendario de la mitología persa[628]) que proveía a Chanel de numerosos bordados para blusas, vestidos y abrigos que inmediatamente causaron sensación entre clientas y compradores y que marcaría "el periodo ruso" de Chanel. Las fuentes de inspiración para sus diseños de bordados eran diversas, desde tapices orientales y mosaicos persas, a porcelana china o tejidos coptos, un universo que encajaba con las tendencias orientalistas que imperaban en la moda de principios del siglo XX. Sin embargo, la interpretación que María Pavlovna hacía de este variado catálogo estético se caracterizaba por su sobriedad y refinamiento, lejos de los tópicos estereotipados que abundaban en otras casas de bordados y de alta costura. Kitmir también supo innovar en lo que a técnica y materiales se refiere, como en la utilización o recuperación del hilo de chenilla para el bordado, un tipo de hilo que había caído en desuso décadas atrás. La gran duquesa recuerda en sus memorias el abrumador éxito de los sombreros de crochet realizados en chenilla que Kitmir propuso a Chanel y que pronto fueron copiados y reproducidos en todo el mundo[629].

[626] Pavlovna, *Une princesse en exil*, 175-176.
[627] Pavlovna, *Une princesse en exil*, 177.
[628] María Pavlovna se inspiró para escoger este nombre en el perro de Boris Bakhmeteff, último embajador de la Rusia zarista en Washington (1911-1917), llamado también "Kitmir". En Pavlovna, *Une princesse en exil,* 180.
[629] Pavlovna, *Une princesse en exil*, 208.

La gran duquesa María cuenta con emoción el éxito de la primera colección para la que realizó numerosos bordados y que Chanel presentó el 5 de febrero de 1922. Blusas, túnicas y paletós cubiertos en sus diseños fueron elogiados tanto por clientas como por compradores internacionales que realizaron numerosos encargos de la nueva moda Chanel. Lejos de la ligereza de sus diseños de punto de los años 1910, las nuevas colecciones destacarían por su riqueza de materiales y adornos, como terciopelos, brocados, pieles y bordados de inspiración oriental, siempre magistralmente interpretados por Chanel. La modista nunca sacrificó la modernidad, el confort y la simplicidad de la línea de sus creaciones, claves indiscutibles de su éxito.

La prensa especializada francesa e internacional cubrió con detalle y cierta fascinación esta nueva fase suntuosa de la casa Chanel. En su número del 1 de marzo de 1922 la revista *Vogue* afirmaba en su edición norteamericana que "Chanel confiere esplendor oriental al crepé de China negro con bordados rusos y balcánicos"[630] y describía dos modelos de la última colección que ilustraban esta idea: un vestido de día realizado en crepé de China negro que "mira a los Balcanes no solo por sus bordados, sino también por la línea de la blusa. La característica combinación de azul, amarillo y rojo aparece en el bordado de la blusa, que se lleva sobre una falda sencilla y recta"; un segundo modelo en el que destacan un cuerpo sencillo y una falda más elaborada y que "busca más al Este la inspiración para los bordados, realizados en un diseño verde, rojo y azul sobre un crepé de mayor cuerpo". La edición francesa de *Vogue*, fundada en 1920, reproducía una reseña casi idéntica en su numero de 15 de abril del mismo año. Sin embargo, llaman la atención las diferentes interpretaciones que ambas ediciones realizan sobre el "orientalismo" de las creaciones de Chanel. A diferencia de la edición americana, *Vogue* Francia simplificaba el titular diciendo que "Chanel ensalza la riqueza del crepé de China con bordados orientales"[631]. Asimismo, describía el primer vestido como un modelo "de inspiración muy rumana", y destacaba en el segundo "las grandes mangas pagoda" y "el bordado muy japonés" de la falda. El mayor grado de precisión de la versión francesa puede deberse a que sus redactores conocían de primera mano las intenciones estéticas de Chanel y de sus nuevas colaboradoras. En junio de 1922 la revista francesa *L'Art et la Mode* reproducía un modelo en crepé blanco festoneado en piel de pingüino y cubierto con bordados de diversos motivos de inspiración oriental. Entre dichos motivos destaca la cruz de Malta, que

[630] "New Models from Cheruit and Chanel", *Vogue*, 1 de marzo de 1922, 56.
[631] *Vogue*, 15 de abril de 1922, 8.

pronto inspiraría algunas de las joyas de fantasía más caracteristícas de la creación de Chanel[632]. Tras la presentación de la nueva colección de invierno en agosto de 1922, la revista norteamericana *Women's Wear Daily* destacaba los vestidos en crepé de la colección de Chanel, siendo mucho ellos bordados con motivos "prestados de fuentes documentales rusas, coptas u otras, siendo dichos motivos "mas geométricos que nunca, dispuestos en bandas horizontales"[633]. También en agosto la revista *Harper's Bazaar* señalaba que "Chanel ha hecho que la moda sea curiosamente rica: esta temporada, la colección de Chanel se caracteriza por bordados intrincados y costosos que se extienden sobre vestidos y abrigos, de modo que parecen parte de un tejido curiosamente rico y enjoyado. El abrigo de crepé *marocain* negro fotografiado está completamente cubierto con un exquisito y brillante bordado de acero en diseño ruso"[634].

Así, la influencia rusa en la creación de Chanel no pasaría desapercibida.

La inspiracion eslava: moda y subsistencia

María Pavlovna evocaba también en sus memorias el duro reto de embarcarse en un proyecto tan ambicioso como Kitmir sin ningún conocimiento ni experiencia empresarial, así como su doble determinación de probarse a sí misma y de contribuir a la "causa blanca" en el exilio, asistiendo a los numerosos exiliados rusos que con frecuencia se encontraban en una situación desesperada. Así, desde los inicios de Kitmir, María empleó a jóvenes rusas a las que formaba en el bordado a máquina, ya que todas ellas habían sido educadas en el arte de la aguja y desconocían las posibilidades que la tecnología les ofrecía. Muchas de las mujeres de la realeza y la aristocracia rusas encontraron en la industria de la moda un modo de sostenerse en el exilio que siguió a su traumática salida de su país natal. Las artes textiles, fundamentalmente el bordado y la costura, formaban parte primordial de su educación, lo que les proporcionaba un conocimiento y unas habilidades especialmente útiles para para crear sus propias empresas de moda u ofrecer sus servicios en las reputadas casas de alta costura de París (en las que ellas mismas habían sido asiduas clientas). Asímismo, contaban con una sustancial red de contactos entre la aristocracia y la élite política, cultural y económica internacional, por lo que su labor como *vendeuses* o vendedoras consistía en trabajar como agentes de relaciones públicas con el principal objetivo de atraer a nuevas y distinguidas clientas. Además, su característica belleza eslava, así como sus exquisitas maneras (también parte de su aristocrática educación), hacían

[632] *L'Art et la Mode*, Junio de 1922.
[633] *Women's Wear Daily*, 24 de agosto de 1922.
[634] *Harper's Bazaar*, Noviembre de 1922.

que muchas de ellas se convirtieran en maniquíes, modelos de alta costura. Todas ellas eran especialmente cotizadas en las casas de los grandes modistos.

En marzo de 1922 la edición americana de *Vogue* publicaba un artículo sobre "galas benéficas y cenas en elegantes hoteles" que se organizaban en París y que formaban parte fundamental de la vida mundana de la capital francesa. La revista destacaba especialmente una cena de gala que se había celebrado en el Cercle Interallié en beneficio de los refugiados rusos. Entre descripciones de los vestidos y accesorios advertidos entre las asistentes, la crónica hacía hincapié en las asistentes, a las que describía como "algunos de los nombres más célebres en Francia, modistas famosas, y ciertas "*vendeuses-grandes-dames-russes"* a quienes está de moda recibir en sociedad, en reconocimiento a su posición antes de la guerra"[635]. El artículo destacaca algunas entre dichas damas: "Así, Madame Doubassoff, célebre por su gran belleza, está ahora con Gabrielle Chanel, y Mademoiselle Annenkoff, Mrs. Bate, y muchas otras mujeres rusas de sociedad se hallan en ocupaciones similares. La aristocracia rusa ha sido, por supuesto, llevada a la ruina por la revolución, y la sociedad de París hace todo lo posible por asistir a sus miembros, para que, por la noche, al menos, vuelvan a sus acostumbrados lugares"[636]. Un reportaje gráfico publicado en la edición francesa de la misma revista dos meses antes, en enero de 1922[637], reproducía a algunas de las damas que habían asistido a dicha gala benéfica y describía en detalle los modelos y accesorios que habían lucido esa noche. Destacan entre las asistentes la gran duquesa María Pavlovna y su madrastra, la segunda esposa de su padre el gran duque Paul, la princesa Paley. Tal y como detalla *Vogue*, la princesa Paley lucía un vestido realizado "en crepé de China negro bordado con azabache; la manga realizada con una rejilla de azabache y un velo de tul negro posado sobre una corona de azabache dotando al conjunto un carácter magnífico"[638]. La gran duquesa María llevaba "el collar de su tía, la gran duquesa Élisabeth asesinada con el zar, sobre un vestido de crepé color "frambuesa" de cintura baja, con hojas plateadas cubriendo enteramente el vestido"[639].

Mas allá de la frivolidad con la que algunos cronistas de moda trataban la cuestión del exilio ruso y las dramáticas circunstancias en la que se hallaban muchos refugiados, artículos como

[635] "La Mode à Paris. Charity balls and dinners at Smart hotels are features of the social whirl of Paris in midwinter", *Vogue*, 15 de febrero de 1922, 36-38.
[636]"La Mode à Paris", 37.
[637] "Une grande fête au Cercle Interallié. Fête au profit des Russes Malhereux", *Vogue*, 15 de enero de 1922, 24-25.
[638] "Une grande fête au Cercle Interallié", 24.
[639] "Une grande fête au Cercle Interallié", 24.

los citados no hacen sino confirmar el hecho de que muchas mujeres de la aristocracia y la alta burguesía rusa encontraron una solución temporal en el mundo de la moda para poder hacer frente a la difícil situación financiera en la que se encontraban. La gala a la que ambos reportajes hacen referencia formaba parte de un evento organizado por la gran duquesa María, junto con la princesa Paley, con el objeto de recoger fondos para paliar la situación de los refugiados rusos en Francia. El evento benéfico tuvo lugar el 13 y el 14 de diciembre de 1921 en la sede del Cercle Interallié de la rue Faubourg Saint-Honoré y comenzó con una venta benéfica de "lencería, bordados, perfumes y todo tipo de objetos relacionados con el lujo femenino. Objetos confeccionados, en su mayoría, en los talleres creados por las damas benefactoras, donde trabajan numerosas mujeres rusas que han escapado de la Revolución que les ha arruinado"[640].

La intensa actividad benéfica promovida por la princesa Paley y la gran duquesa María trascendía la sociedad parisina y se extendía también a Biarritz en la temporada alta, buscando la solidaridad de la cosmopolita y adinerada colonia veraneante. En septiembre de 1922 *La Gazette de Biarritz* anunciaba que el "Comité de beneficencia ruso de París y Biarritz, presidido por la Princesa Paley, viuda del Gran-Duque Paul, y por la Princesa Gortchakoff, organiza en septiembre una gran fiesta mundana, que promete ser especialmente espléndida"[641]. La noticia adelantaba que dicho comité sería presidido en Biarritz por la gran duquesa María, junto con "los más destacados miembros de la aristocracia francesa, española y rusa". Unos días más tarde el mismo diario transcribía una carta de la gran duquesa María dirigida "a la alta sociedad que reside actualmente en Biarritz"[642]. En ella la aristócrata recordaba el "estado lamentable en el que se encuentran muchos de mis compatriotas, tras las catástrofes que han asolado a vuestra gran amiga y aliada, mi Patria", y expresaba su esperanza de "obtener una nueva prueba de vuestra generosidad" para asistir a aquellos que habían caído en desgracia. Así, proponía organizar una fiesta benéfica, una cena de gala seguida de un baile en La Chaumière el 17 de septiembre de 1922.

El 18 de septiembre, el día siguiente a la la celebración de la gala, la crónica de *La Gazette de Biarritz* calificaba la velada como "una fiesta de suprema elegancia que dejará huella en los

[640] "Une fête de charité au profit des Russes malheureux", *Excelsior*, 14 de diciembre de 1921, 4.
[641] "Une grande fête mondaine de charité à Biarritz", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz,* 2 de septiembre de 1922.
[642] "Une grande fête mondaine de bienfaisance. L'appel de S.A.I la Grande Duchesse Marie de Russie", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz,* 6 de septiembre de 1922.

anales de Biarritz"[643]. Una de las cuestiones centrales de la crónica de "Smoking" fue sin duda la elegancia de las asistentes. Aunque subrayaba que "en una reunión tan selecta todas las *toilettes* eran muy bellas"[644], afirmaba también que algunas merecían una mención especial. Así, la gran duquesa María lucía "un vestido coral y negro, originalmente drapeado"[645], la princesa de Borbón vestía un modelo "en terciopelo violeta púrpura"[646], la princesa de Oldenburg portaba una *toilette* rosa y una diadema de plumas doradas, al tiempo que la maharaní de Kapurthala destacaba con un vestido en gasa color naranja y un "muy bello conjunto de joyas de diamantes y rubíes"[647].

Unos días después del evento la gran duquesa María agradecía calurosamente a *La Gazette de Biarritz* por su "generosa y desinteresada colaboración", así como a los miembros del comité organizador, a los artistas y a la dirección de La Chaumière. La fiesta por los refugiados rusos fue considerada todo un éxito recaudando un total de 25.042 francos[648] (fueron especialmente notorias las aportaciones del sha de Persia, que contribuyó a la causa con 2.000 francos, y la del príncipe de Kapurthala, de 1.000 francos) y pronto se convertiría en un evento de carácter anual y una cita ineludible de la vida social en Biarritz.

Chanel, poco inclinada a mostrarse en sociedad, asistiría con asiduidad a este y otros eventos benéficos organizados por la colonia rusa en Biarritz siempre y cuando su trabajo se lo permitiera, debido a su estrecha relación con la familia Romanov en particular y con la comunidad de exiliados rusos blancos en general. La crónica biarrota la cita como una de las asistentes a la fiesta rusa anual en La Chaumière en su siguiente edición de septiembre de 1923[649].

En sus sucesivas ediciones la moda continuó siendo un elemento central de la llamada fiesta rusa, no solo por la elegancia de la que sus organizadores y asistentes hacían gala sino también por la colaboración activa del mundo de la moda en general y de algunos creadores en particular. Es el caso de gran cena de gala celebrada el 4 de septiembre de 1926, organizada por

[643] Smoking, "Le Grand Gala de Bienfaisance Russe à la Chaumière", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz,* 18 de septiembre de 1922.
[644] Smoking, "Le Grand Gala de Bienfaisance Russe à la Chaumière".
[645] Smoking, "Le Grand Gala de Bienfaisance Russe à la Chaumière".
[646] Smoking, "Le Grand Gala de Bienfaisance Russe à la Chaumière".
[647] Smoking, "Le Grand Gala de Bienfaisance Russe à la Chaumière".
[648] "Après la fête pour les réfugiés russes", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz,* 23 de septiembre de 1922.
[649] "La fete russe a la chaumiere", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 19 de septiembre de 1923.

modisto Lucien Lelong, bajo la presidencia de la princesa Paley y la participación activa de la gran duquesa María y de su hermano del gran duque Dimitri. Lucien Lelong había conocido a la princesa Paley y a sus hijas Irina y Natalia (más conocidas por sus nombres afrancesados Irène y Nathalie), tras la apertura de la sucursal de su casa de alta costura en Biarritz en septiembre de 1925. Como lo hicieran numerosas de sus compatriotas, pronto Nathalie, célebre por su belleza, comenzó a trabajar como modelo para la casa Lelong. Lucien Lelong seguía así el ejemplo de Chanel, quien no solo inició la moda de las modelos rusas a princios de la década, sino que también tuvo una notoria relación sentimental con un destacado miembro de la familia Romanov. En 1927 Lucien Lelong rompía su relación con su hasta entonces esposa Anne-Marie Audoy para contraer matrimonio con Nathalie Paley el 9 de agosto de 1927, apenas un mes después de su divorcio. Durante los diez años que duró su matrimonio Nathalie Paley se convertiría en imagen y símbolo de la casa Lelong.

Quizá en clave de rivalidad con Lucien Lelong, Chanel se decidió a contribuir de manera más visible a consecutivos eventos benéficos, algo que, al contrario de otras casas de moda de París o Biarritz, no había hecho hasta entonces. Así, con ocasión de la cena organizada por el cabaret Casanova[650] en beneficio del asilo para niños rusos de Salies-de-Béarn, creado bajo en patrocinio del duque de Leuchtenberg y su esposa Nadejda, Chanel donó un vestido de su última colección a la iniciativa. El propio cronista subrayaba el carácter extraordinario de dicha donación señalando que "las damas elegantes que saben que la *maison* Chanel nunca hasta ahora había realizado un regalo semejante, sabran apreciar el gesto de Mlle Chanel hacia la duquesa de Leuchtenberg: todo sea por el bien de la causa"[651].

El duque de Leuchtenberg era un príncipe Romanov, primo y adecán del zar Nicolas II y descendiente de la familia Beauharnais-Leuchtenberg. Éste había contraído matrimonio en secreto con la bailarina Nadejda Caralli al filo de la Revolución en 1917 y ambos se exiliaron poco después instalándose en su gran villa Nadia de Anglet en 1922 tras su paso por Finlandia. Tras años de intensa vida social y gasto inmoderado, la pareja se vio obligada a vender su palacete para hacer frente a los acreedores. Poco después los duques se establecían en el château de Mosqueros, su propiedad de Salies-de-Béarn, y fundarían la Maison de l'Enfant russe, la

[650] El Casanova fue inaugurado en agosto de 1926 en la villa Croisine de la Chambre d'Amour en Anglet por S. Bronstein y M. Toultchine, siguiendo en éxito de su cabaret de París: "Une bonne nouvelle", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint-Jean de Luz*, 10 de agosto de 1926, 1.
[651] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 15 de septiembre de 1928, 2.

mayor obra benéfica de estas características. La gran duquesa María Pavlovna recordaría en sus memorias con afecto sus visitas a sus familiares residentes en Biarritz, destacando entre ellos al matrimonio Leuchtenberg. Admirando su altruismo diría de ellos "su propia casa, aunque muy simple, es agradable, y encuentran una gran satisfacción en su actual existencia útil y apacible"[652].

Biarritz fue así un importante centro de socialización para la comunidad rusa blanca en Francia. Allí se reunían, se apoyaban, buscaban la solidaridad de la colonia internacional y llevaban una vida mundana que emulaba lo que había sido su cotidianidad en la Rusia pre-revolucionaria con un presupuesto mas accesible de lo que París exigía. La escena de la moda en Biarritz también ofreció a las mujeres de la aristocracia y la alta burguesía rusa la posibilidad de trabajar en algunas de las casas de alta costura más reputadas de París sin renunciar a su vida en la Costa Vasca. Chanel fue, una vez más, la primera en identificar y aprovechar la ocasión.

El papel de las aristócratas rusas en la maison Chanel

En julio de 1921 Chanel anunciaba a sus clientas de Biarritz que la nueva colección de modelos de invierno sería presentada por la condesa Orloff durante el mes de septiembre tanto en Biarritz como en San Sebastián[653]. A mediados de septiembre del mismo año la maison comunicaba que la coleccion de invierno sería presentada en el 'hôtel du Château Basque, 6, rue des Gardères, par la comtesse Orloff-Davidoff", entre le 13 y el 23 de septiembre[654]. El Château Basque de Grégoire Beliankine se convertía así en un extraordinario salón de alta costura donde Chanel presentaba sus nuevas creaciones de temporada. En noviembre de 1921 *La Gazette de Biarritz* se hacía eco de una novedad en el seno de la maison Chanel: "la condesa Orloff-Davidoff acaba de entrar como vendedora en Mme. Chanel [sic], para remplazar a la señorita Anenkoff que, junto con otras grandes damas rusas, ha abierto una casa de costura"[655].

La condesa de Orloff Davidoff, nacida Thekla de Staal, era hija del barón de Staal[656], un destacado diplomático ruso que desempeñó, entre otros, el cargo de embajador de Rusia en el Reino Unido entre 1884 y 1902 y fue presidente de la Primera Conferencia de Paz de La Haya

[652] Maria Pavlovna, *Une princesse en exil. Mémoires*, (París : Librairie Stock, Delamain et Boutelleau, 1933), 230.
[653] "*La Gazette de Biarritz, Bayonne, Ghéthary, St. Jea de Luz, Hendaye, Cambo et toue le Pays Basque*, 14 de julio de 1921.
[654] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 17 de septiembre de 1921.
[655] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 19 de noviembre de 1921.
[656] Baron Egor Egorovich Staal (anglicanizado como Georges de Staal, y afrancesado como Georges Frédéric Charles de Staal), 1822-1907.

en 1899. En 1900 Thekla contrajo matrimonio con el conde Alexis Orloff Davidoff[657] en la capilla rusa de la Iglesia Ortodoxa de Welbeck Street en Londres. El enlace fue todo un acontecimiento social al que acudió lo más granado de la sociedad británica y la colonia diplomática en Londres, destacando la asistencia del Príncipe de Gales, futuro rey Eduardo VII[658]. La pareja se estableció en San Petersburgo formando parte del círculo íntimo de la corte de los Romanov hasta su divorcio en 1914, poco antes del estallido de la Primera Guerra Mundial. Tras negociar la custodia de sus hijos la condesa se instaló con junto con ellos y su madre, dedicando una gran parte de su tiempo a su actividad favorita, la pintura de retratos[659]. La familia hubo de abandonar el país con el estallido de la Revolución viviendo a caballo entre Francia y el Reino Unido. Antes de su divorcio los condes Orloff-Davidoff habían sido habituales residentes de Biarritz instalándose en la villa costera de forma definitiva a partir de la compra de la villa Les Cyclamens en junio 1908[660]. Tras el divorcio de la pareja la villa parece haber quedado en propiedad de la condesa, pues será ella quien gestione su mantenimiento y alquiler en años posteriores[661].

Las crónicas de la prensa biarrota citan con frecuencia a la condesa Orloff entre 1921 y 1923, destacando sus habilidades artísticas, su relación con la casa Chanel y su papel, junto a la princesa Paley, como promotora y organizadora de eventos benéficos en favor de los exiliados rusos en Francia, especialmente los niños huérfanos, en los que la propia Chanel participaba con frecuencia. Así, en diciembre de 1920, *La Gazette de Biarritz* informaba sobre un *thé* que la marquesa de San Carlos de Pedroso había organizado en su residencia para mostrar a sus invitados el "hermoso retrato de ella realizado a pastel por la condesa Orloff-Davidoff, quien es una verdadera artista"[662] El cronista elogiaba la obra destacando que, "de un gran parecido y tratado con extrema sencillez, el trabajo de la gran dama *amateur* es muy interesante, por lo que recibió sinceras felicitaciones de todos lados"[663].

[657] "Un grand mariage", *Le Matin*, 1 de mayo de 1900, 2.
[658] "Un grand mariage", 2.
[659] *Russian Court Memoirs, 1914-1916* (Londres: Herbert Jenkins Limited), 275.
[660] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint-Jean de Luz*, 7 de junio de 1908.
[661] Jean Pierre Guyon guarda facturas y justificantes de su abuelo Paul Dugène quien trabajara para la condesa Orloff a principios del siglo XX (1920-1925), en Jean Pierre Guyon, *Promenade naturaliste et historique sur le litoral à partir du phare de Biarritz* [en línea]. Disponible en: http://www.jpdugene.com/fiches_rando/promenade_littorale_biarritz.htm
[662] *La Gazette de Biarritz Bayonne et Sain Jean de Luz*, 4 de diciembre de 1920.
[663] *La Gazette de Biarritz Bayonne et Sain Jean de Luz*.

En febrero de 1922 el diario norteamericano *The Chicago Tribune* publicaba un artículo sobre el radical cambio de situación de numerosas mujeres de la aristocracia rusa tras la revolución[664]. La publicación se centraba en el caso de tres de estas aristócratas que habían pasado de ser clientas de la casa Chanel en los años 1910 a trabajar para la célebre *couturière* a su llegada en Francia en calidad de refugiadas. Se trataba de Mme. Doubassoff (citada también en el artículo de *Vogue US* antes referido y publicado en el mismo mes), de la princesa Magaloff y de la condesa Orloff. Las crónicas de la prensa biarrota mencionan a Mme. Doubassoff asistiendo a diversos eventos sociales junto a Gabrielle Chanel en el verano de 1921, como las fiestas rusas del Château Basque celebradas a finales del mes de agosto[665]. También la citan en una nota que informa sobre los nuevos socios del Golf-Club de la Nivelle en Ciboure junto con la propia Gabrielle Chanel el 22 de agosto del mismo año. Aunque ni la revista *Vogue* ni el diario *The Chicago Tribune* mencionan la función que Mme. Doubassoff desempeñaba en la casa Chanel, parece probable que ésta realizara labores de responsable de relaciones públicas, haciendo uso de su extensa red de contactos allí donde a Chanel le resultaba más interesante. Según el testimonio de la propia Mme. Doubassoff, ella misma acudió a Chanel en busca de consejo y ayuda, y ésta reaccionó con rapidez y resolución ofreciéndoles a ella y a sus dos compatriotas y amigas una ocupación en su empresa. Tal y como relata Doubassoff, la condesa Orloff habría propuesto en tan solo unos días todo un plan de creación y producción de tejido de punto para la casa, y subrayaba que "hoy es uno de nuestros departamentos más populares".

Al igual que ocurriera con la gran duquesa María Pavlovna, Chanel supo apreciar no solo las relaciones sino también la sensibilidad artística de la condesa Orloff integrando su talento en las colecciones de la *maison*. Así en enero de 1922 la condesa Orloff abría una casa en París bajo el nombre de Mode en el número 114-bis del boulevard Malesherbes dedicada a la creación de prendas de punto[666]. Asistida por su hermana, María Zografo, y su prima la condesa Orloff-Desinoff, la casa destacaría por su producción de tejidos de lana y seda estampados en relieve que imitaban antiguos brocados. En agosto de 1923 la revista americana *Women's Wear Daily* publicaba una crónica sobre la última colección de la maison Chanel en la que ponía de relieve los modelos realizados en punto de lana tan característicos del trabajo de Chanel, señalando que "los *jerseys* con diseños elaborados, que la condesa Orloff Davidoff hace para Chanel, son

[664] "Noblewomen of Russia work in mode house. Once best customers of establishment", *The Chicago Tribune and the daily news New York*, 26 de febrero de 1922.
[665] "Carnet Mondain", *La Gazette de Biarritz-Bayonne et Saint-Jean-de-Luz*, 3 de septiembre de 1921.
[666] Alexandre Vassiliev, *Beauty in exile* (Nueva York: Henry N. Abrams, Inc., 2000), 196.

inmensamente populares en La Touquet. Uno de ellos, que llamó mucho la atención, es de color limón suave, con motivos en un verde más oscuro, y tiene un cuello y ribetes de crepé liso a juego con el color de la falda finamente plisada con la que se lleva"[667]. Animada por su propio éxito la condesa Orloff trasladó su empresa a un establecimiento más espacioso en el número 23 de la rue du Faubourg St. Honoré. Contaba entonces con 125 trabajadoras cualificadas, fundamentalmente rusas y armenias trabajando casi todas ellas desde sus propias casas, además de una docena de empleadas dedicadas exclusivamente al tejido de prendas de punto, por lo que la casa Chanel era especialmente admirada. Según la documentación consultada en los archivos de la actual casa Chanel en París, veinticinco personas de nacionalidad rusa figuran entre los asalariados de la *maison* entre 1920 y 1930. Se trata de Nina Auroussof, Korine Barakoff, Diana Beackeroff, Marina Belaieff, Mary Czernicheff, Marie Eristoff (nacida condesa Chevardchizé), Fechsnakoff, Ouroussof, Louba Gbeboff, Emilianoff de Gognief, Christiane Kharmoff, Mary Klapouchine, Tatiana Korenoff, Marie-Thérèse Loubinoff, Sophie Magaloff, Marianna Mouranieff, Nathalie Nobokoff, Tatiana Ordazalesky, Marina Pavloff, Larissa Polova, Kira Sklarova, Natacha Starasseksky, Azi Zacoutine, Mona Yvanoff y Mona Zabotkine.

La relación de Gabrielle Chanel con el gran duque Dimitri, con su hermana la gran duquesa María, y con mujeres aristócratas como la condesa Orloff-Davidoff, así como la presencia e influencia de numerosas mujeres rusas en su empresa despertaron en ella un inusitado interés por la cultura y el arte eslavos que pronto desplegó en sus colecciones. Lo que hoy denominamos el período ruso de Chanel se desarrolló fundamentalmente entre 1921 y 1923 y tuvo un considerable eco en la prensa especializada, francesa e internacional, así como un rotundo éxito de crítica y de ventas. En febrero de 1923 la revista *Women's Wear Daily* seguía haciendo referencia a la importancia de los bordados rusos en los modelos de día de Chanel[668]. Sin embargo, un año después su crítica sería categórica:

> Atrás quedaron los bordados rusos y los lujosos bordados de pedrería cuyas bogas empezaron aquí; y más evidentes que nunca son los sencillos vestidos de día de crepé de China de un solo color. Suelen acompañarse de un abrigo de tela del mismo cuello, y vestidos de noche igualmente sencillos[669].

[667] "Sportswear notes from abroad", *Women's Wear Daily*, 14 de agosto de 1923.
[668] *Women's Wear Daily*, 5 de febrero de 1923.
[669] *Women's Wear Daily*, 15 de agosto de 1924.

A partir de 1924 la inspiracion rusa cedería a una moda *sport* que encontraría sus principales referentes en la cultura de campo británica. Los elaborados bordados orientales en vivos colores sobre crepés negros y marrones darían paso a las finas sargas, las lanas y el célebre tweed de manufactura inglesa y escocesa con los que aun hoy se identifica el trabajo de Gabrielle Chanel.

3.2.2. Los salones de la *maison* Chanel en Biarritz

1923 fue un año particularmente brillante para Chanel en Biarritz. Las colecciones fueron recibidas con entusiasmo y los salones de la villa Larralde se habían convertido ya en lugar ineludible y cita obligatoria de la temporada. La prensa local publicaba crónicas entusiastas sobre las creaciones de Chanel y anunciaba con precisión las fechas de presentaciones, promociones, o las visitas de distinguidas clientas, como la ya mencionada reina de España. Monique, una cronista habitual del diario biarrota *La Gazette de Biarritz*, afirmaba orgullosa que "en Biarritz tenemos el privilegio de poder contemplar y encargar aquí estas obras maestras, que venimos a buscar de todas partes del mundo"[670].

Es precisamente en este momento dulce cuando Chanel decidió vender la villa Larralde y continuar en la misma como locataria. Desconocemos los motivos que le llevaron a hacerlo, aunque puede estar relacionado con su decisión de abrir un nuevo establecimiento en Cannes. Su expansión a la cada vez más popular Costa Azul requeriría de una importante inversión que podría permitirse con la venta del imponente edificio que ocupaba desde 1915. Chanel vendió la villa Larralde el 13 de noviembre de 1923 a un comerciante de origen vasco establecido en La Habana, Raymond Elissalt.

Tan solo unos días después de la transacción, se anunciaba en la prensa una importante subasta de muebles "antiguos y modernos" que tendría lugar "el miércoles 21 de noviembre 1923 y los días siguientes a las 2 y media horas, en BIARRITZ, villa «CHANEL», (antiguamente château de Larralde), bajada de la Grande-Plage." Aunque no nos consta que exista documentación gráfica del interior de la villa Larralde ni de los salones de la casa Chanel antes de 1923, encontramos una descripción detallada del palacete en un anuncio redactado por la agencia inmobiliaria biarrota Benquet a la que la vizcondesa de l'Hermite había encargado su venta en

[670] "Une visite a Chanel", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 6 de septiembre de 1923.

1912[671]. La agencia describía el inmueble como una "gran y bella villa" con una situación única en el centro de Biarritz ("maravillosa vista sobre el océano, a cien metros de dos estaciones… enfrente del Casino Municipal), y reformado "con las últimas comodidades modernas"[672]. El anuncio pasaba a detallar las principales estancias de la villa, que incluían, un "muy amplio comedor con mirador acristalado, vista sobre el mar, offices bien equipados"; "16 habiaciones, inmenso salón con veranda con vista sobre el mar y distribuido para numerosas recepciones, *fumeur* lateral – Mobiliario artístico, pinturas de maestros, objetos de arte"; "amplio sótano bien iluminado, con grandes sótanos bien iluminados […] bonita y amplia cocina, gran comedor para el servicio […] salida independiente y directa sobre la playa"[673]. La fenomenal propiedad incluía además un pabellón independiente con vivienda para el portero y garaje para varios automóviles. La superficie total del inmueble ascendía a 950m², y una anotación manuscrita incluía el precio que se pedía por la villa: 300.000 francos (350.000 incluyendo los muebles)[674].

La noticia de la subasta que se organizó en noviembre de 1923 anunciaba un cambio inminente en la historia del emblemático edificio. Del mismo modo, el listado de los muebles y objetos que salían en venta nos permite imaginar cómo era la decoración de los salones de la casa Chanel en Biarritz entre 1915 y 1923. Así, salían a subasta, "un salón estilo Luis XIII, una pianola, un piano, un escritorio de época Luis XVI, butacas de época Luis XV, una cómoda Luis XVI, una mesa *bouillotte*, un bronce de Moigniez, bellos espejos antiguos y modernos, una cubertería de plata, un servicio de mesa de loza, una cristalería, numerosas pinturas y grabados, una cama de estilo Directorio, cuatro habitaciones completas, otras habitaciones, cuarto de baño, alfombras, utensilios de cocina de cobre y multitud de otros objetos"[675].

Los archivos municipales de Biarritz guardan la solicitud cursada por Raymond Elissalt en diciembre de 1923 y el consiguiente permiso concedido por el ayuntamiento de Biarritz para acometer una importante obra de remodelación en la villa Larralde[676]. El proyecto de Elissalt consistía en transformar la planta baja del edificio para crear diversas lonjas destinadas a establecimientos comerciales. En los planos elaborados por los arquitectos biarrotas Lafourcade

[671] Archives départementales des Pyrénées Atlantiques, 1 S 139. Existen en este expediente varias cartas entre la vizcondesa de l'Hermite y la agencia Benquet en torno a una venta rápida de la villa Larralde, pues ella quería evitar entrar en conflicto con sus familiares por una posible división de la propiedad.
[672] Archives départementales des Pyrénées Atlantiques, 1 S 139.
[673] Archives départementales des Pyrénées Atlantiques, 1 S 139.
[674] Archives départementales des Pyrénées Atlantiques, 1 S 139.
[675] *La Gazette De Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 16 de noviembre de 1923.
[676] Archives départementales des Pyrénées Atlantiques, 1 O 319.

y Labarrare, la casa Chanel ocupa un edificio de nueva construcción de tres pisos, al fondo del patio y al que se accede por una galería que los arquitectos denominan en su proyecto "passage Chanel"[677]. Así la casa Chanel contaba en la planta baja con una gran sala de exposición o boutique, donde probablemente se vendían accesorios, perfumes y productos de belleza, así como una oficina y un pequeño salón. En la primera planta dominaba un gran salón donde se organizarían las presentaciones de colección, flanqueado por pequeños salones, una sala para las modelos y vestuarios para las pruebas. En el sótano había grandes almacenes para materiales y efectos diversos, así como una amplia oficina.

La obra tardó más de un año en completarse ya que, en noviembre de 1924 Elissalt cursaba una nueva solicitud de permiso para ampliar el proyecto original con el fin de construir dos nuevos pabellones destinados a comercios del tipo de grandes almacenes[678]. Por fin en agosto de 1924, Chanel volvía a presentarse ante su clientela de Biarritz con las fuerzas y los salones renovados. Tal y como describe la cronista de moda Monique para *La Gazette de Biarritz*, "desde ayer, la casa Chanel ha abierto sus salones en el nuevo local que ha hecho construir. En el mismo jardín de la antigua Villa de Larralde, una construcción sencilla y original alberga amplias estancias que parecen encantadores salones de verano. Los muebles Luis XVI cubiertos de terciopelo marrón, las cortinas de lona gruesa, la alfombra gris, los grandes armarios, y un hermoso mueble antiguo en el que parecen colgar las encantadoras frivolidades que ha creado el arte de Mlle. Chanel, constituyen un conjunto de lo más agradable"[679]. En esta nueva configuración el Hôtel du Château Basque de Beliankine hubo de trasladarse a un nuevo establecimiento. Entre 1924 y 1933 el célebre cabaret ruso entretuvo y divirtió a sus cosmopolitas clientes con cenas, recepciones, veladas temáticas y espectáculos en la legendaria villa Beltza siguiendo el ejemplo de otros cabarets rusos instalados en París desde 1918.

Tras dos años de imparable desarrollo comercial que incluía ahora la producción de perfumes, cosméticos, maquillaje y todo tipo de accesorios, fundamentalmente joyas de fantasía, en 1925 Chanel decidió renovar el interior de su sucursal de Biarritz para estar a la altura de sus propios retos y de las expectativas de su importante clientela de la Costa Vasca. Mientras Elissalt terminaba su ambicioso proyecto de construcción de nuevos pabellones, Chanel presentaba sus colecciones en el Hôtel Ritz de Madrid, para no descuidar a su fiel clientela española. La casa

[677] Archives départementales des Pyrénées Atlantiques, 1 O 319.
[678] Archives départementales des Pyrénées Atlantiques, 1 O 326.
[679] "La Mode à Biarritz", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 6 de agosto de 1924.

Chanel se mantuvo así cerrada en Biarritz entre octubre de 1924 y julio de 1926. Días antes de la reapertura, *La Gazette de Biarritz* ofrecía varias crónicas sobre la cuestión en días consecutivos, destacando la curiosidad por descubrir lo que la *couturière* había estado preparando: "No es suficiente que una artista de la costura cree continuamente nuevos modelos, siempre encantadores; debe renovar, transformar el lugar donde éstos serán presentados a sus clientas. Así hemos sabido que Chanel, cuya ausencia de Biarritz nos pareció larguísima, nos guarda sorpresas. Una gran actividad reina en este discreto rincón, junto al Cercle des Tamaris, donde en la primera quincena de julio Chanel abrirá sus salones"[680]. Tres días más tarde, el mismo periódico, en su sección en inglés dirigida a la colonia anglosajona denominada "English and American News" relataba que "el jardín de la villa Larralde alberga ahora un conjunto de elegantes establecimientos. En el fondo, Chanel parece concentrar sus pensamientos en una residencia escondida con habitaciones espaciosas y luminosas. El interior se ha transformado y las nuevas ideas de esta artista, tan enteramente francesas, reservan sorpresas para su clientela. Chanel abrirá sus salones a mediados de julio"[681]. Para satisfacción de sus impacientes admiradores la casa Chanel abrió por fin a mediados de julio, acontecimiento al que siguió la correspondiente noticia en *La Gazette de Biarritz*, "biblia" de la vida en Biarritz y la Costa Vasca. La cronista describía sucintamente "el primer salón de Chanel en la villa Larralde", tratándose muy probablemente del gran salón de la planta baja donde se recibe a las clientas: "una fragancia emana de la decoración sobria y encantadora: sobre las pesadas mesas los complementos imprescindibles de la mujer coqueta y refinada; cajas de esmalte que contienen los polvos para el rostro, diminutos tubos con la barra de labios, polvos y jabón de baño del delicado perfume, etc"[682].

El secreto de Chanel era precisamente reorganizar los salones, crear una boutique siguiendo el modelo de la rue Cambon y poner en valor de la manera más seductora posible toda la línea de productos de belleza y perfumes que había comenzado a desarrollar desde 1921 y que rápidamente comenzó a reportarle pingües beneficios. Tal era el éxito de su estrategia empresarial a mediados de la década de 1920 que, días después de su reapertura en Biarritz Chanel anunciaba en la prensa local que buscaba trabajadoras que le siguieran en sus desplazamientos entre Cannes, París y Biarritz[683]. Annonciate Macelloni relata como ella

[680] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 28 de junio de 1926.
[681] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 1 de julio de 1926.
[682] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 19 de julio de 1926.
[683] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz,* 12 de septiembre de 1926.

misma viajaba en función de las temporadas comerciales propias a cada una de las ciudades donde Chanel se había establecido. También recuerda que la clientela de Biarritz era considerada de "alta gama" y que existía una especia de competencia entre los *ateliers* de las distintas *maisons*. Así ciertas clientas que habían visto las colecciones en París esperaban a estar en Biarritz para hacer sus pedidos de temporada, lo que era mal recibido por los talleres de la rue Cambon[684]. En este contexto de expansión, las clientas americanas adquirieron una destacada importancia, pues en su periplo europeo visitaban París, así como las playas de Biarritz y Cannes. Varios anuncios de la casa Chanel publicados en septiembre de 1926 buscando vendedoras que hablen inglés y modelos de gran altura dan buena cuenta de la atención que se les prestaba.[685].

En 1929 Gabrielle Chanel decidió abandonar sus salones de la villa Larralde e instalarse en otro inmueble cercano, en el número 11 de la place de Liberté. Teniendo en cuenta que su sucursal de Biarritz estaba irremediablemente asociada al característico palacete de estilo medieval (siendo incluso rebautizada entre los biarrotas como "villa Chanel") se trataba de una decisión importante. No existe documentación alguna que arroje luz sobre este cambio, aunque, una vez más, la hemeroteca y el contexto de la vida social de Biarritz nos ayudan a intuir un posible motivo. Tras años de deliberaciones, discusiones y no pocas polémicas que se sucedieron entre 1927 y 1928 en torno a la cuestión de la construcción de un nuevo casino municipal, las autoridades biarrotas competentes optaron por una renovación integral de la fachada del edificio existente. El nuevo casino municipal de estilo Art-déco concebido por el arquitecto Alfred Laulhé fue inaugurado el 1 de agosto de 1929[686]. Fue precisamente en esta misma fecha cuando Chanel se anunció en la prensa local con su nueva dirección[687]. Situada frente al casino municipal, la villa Larralde pasaba a estar en el centro neurálgico de la intensa vida social y cultural que las autoridades esperaban promover con el moderno casino. Es probable que Chanel considerara este nuevo ambiente poco adecuado para la elegante recepción que sus clientas exigían decidiendo así retirarse a un inmueble con grandes escaparates hacia el exterior y muy cercano, situado en la neurálgica place de la Liberté. De nuevo la prensa local, fascinada con los constantes cambios y las nuevas propuestas de Chanel nos da cuenta del nuevo proyecto de la modista:

---

[684] Testimonio recogido por las responsables del departamento de patrimonio de la maison Chanel en Paris, y trasladado a la autora en el curso de sus investigaciones en el archivo CHANEL.
[685] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 18 de septiembre de 1926; 5 de junio de 1928.
[686] Institut français d'architecture, *Biarritz le Casino 1929-199*4 (París : Norma, 1994), 29.
[687] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 1 de agosto de 1929.

> […] Debo decirles que durante toda la semana pasada noté un gran movimiento alrededor de la entrada de Lloyds Bank […] Me pregunté qué estaba pasando, quién lo ocuparía ahora y ¿quién crees que es ? Pues nada menos que Chanel. No necesito añadir nada más porque no hay una dama en todo Biarritz que no haya oído hablar de Chanel, no, ni hay una sola dama en todo Biarritz que no estaría encantada de llevar una de las creaciones de Chanel, tal es su poder en hacer que cada mujer que viste se vea elegante y *chic*. Hacerse con esa tienda debe haber exigido un poco de ingeniería, y lo que debe haber pagado por ello, pero así es Chanel.[688]

Más allá de informarnos del nuevo cambio de emplazamiento de la maison Chanel, el cronista revela la importancia de Gabrielle Chanel en Biarritz, su posición indiscutible en la moda de la Costa Vasca y su ascendente entre sus clientas, mujeres cosmopolitas y exigentes que prefieren hacer sus pedidos en los talleres de Biarritz que en sus homólogos de París. También nos habla de la personalidad resuelta, resolutiva e indómita de Mademoiselle Chanel, a quien, como prueba el artículo, conocían muy bien en Biarritz. Una magnífica imagen captada por los hermanos Seeberger en Biarritz en los primeros años 1930 muestra la fachada del edificio donde Chanel se instaló en 1929. Chanel se encontraba en la cúspide de su carrera profesional, no solo en la alta costura de París sino también en la escena de la moda internacional.

3.2.3. Ana de Pombo y la gestión de las relaciones públicas en Biarritz

El testimonio de Ana de Pombo resulta de gran interés para comprender la política seguida por Gabrielle Chanel en lo que respecta a la imagen y a las relaciones públicas de su empresa. Aunque algunos datos e informaciones narradas por Ana de Pombo en su autobiografía son imprecisas, erróneas, o simplemente anoveladas, no dejan de arrojar nueva luz sobre Gabrielle Chanel y su casa de Biarritz.

Ana de Pombo nació Ana Caller de Donesteve en La Cavada, Cantabria, en 1896[689]. Procedía de una familia de la alta burguesía cántabra, hija de Francisco Caller de la Vega y Elvira de Donesteve de la Pedaja. Ana recibió una esmerada educación centrada en la música, "que su

[688] "English and American News", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 1 de agosto de 1929.
[689] Ana de Pombo se negó durante toda su vida a proporcionar su fecha de nacimiento que oculta deliberadamente en sus memorias: "Hace más de un siglo nació en Solares, Santander, una niña…", en Ana de Pombo, *Mi última condena*, pág. 26. Epifanio Romo Velasco ha identificado el año de su nacimiento en su ensayo "Alvaro Pombo y los recuerdos de La Dehesilla", *La Corredera, Revista Cultural de Ampudia (Palencia)*, N.5, pág. 28. El escritor Álvaro de Pombo es nieto de Ana de Pombo (hijo de Cayo Pombo Caller). Alvaro Pombo realizó una dura crítica de su abuela y de sus memorias en su novela *Un gran mundo* (Madrid: Ediciones Destino, 2015).

madre confió a Carmen y Mercedes Sert en Barcelona, hermanas mayores del pintor José María Sert y mecenas de Enrique Granados, quien aceptó clases particulares en la casa del Paseo de Gracia, 110"[690]. Fue también su madre quien planeara su boda con Cayo de Pombo e Ybarra junto con la madre de éste, Virginia de Ybarra y Arambarri (hermana de la Beata Rafaela de Ybarra), durante un encuentro de ambas en París mientras la primera visitaba a su hija Elvira. Ésta residía en París tras su matrimonio con James Chappuis, ingeniero y profesor en la École Centrale de París, una de las escuelas de ingenieros más prestigiosas de Francia. Chappuis dejaría la Escuela en 1922[691] para ser nombrado director de las fábricas de la empresa Citroën antes de su prematura muerte en 1926[692]. Su hermana más joven Ana contrajo matrimonio en 1912 con apenas diecisiete años con Cayo Pombo Ybarra, veinte años mayor que ella y enfermo de neurastenia. Miembro de una aristocrática familia cántabra, Cayo era hermano del célebre aviador Juan Pombo Ybarra y de Gabriel María Pombo Ybarra, conocido *dandy*, *bon vivant* y Mayordomo de Semana del rey Alfonso XIII desde 1921[693]. Tal y como relata Ana de Pombo en sus memorias, el matrimonio tuvo dos hijos, Cayo y Álvaro y pronto atravesó numerosas dificultades debido fundamentalmente a la frágil condición mental de Cayo. Tratado por el doctor Gregorio Marañón e ingresado en sanatorios de Pau y París, en 1926 Cayo Pombo y Ana Caller finalmente decidieron separarse, quedándose ésta en París con sus hijos al tiempo que su marido volvía a Santander. Ante dicha situación desesperada la joven decidió abrir una casa de costura con la ayuda de su hermana Elvira, quien acababa de perder a su marido, creando juntas la casa Elviana (Elvira y Ana), sita en la place de la Madeleine de París. Contaron con la inestimable ayuda de sus amigas la condesa de Ginestet y la vizcondesa de Dampierre, así como con la complicidad de Mme. Citroën. La revista francesa *Les Modes* reproducía en septiembre de 1930 un retrato de la recién casada "baronesa Gérard de Dampierre, nacida Elisabeth Miral" que vestía el día de su boda "un espléndido vestido que fue especialmente admirado, y que estaba firmado por la Maison Elviana"[694]. En noviembre del mismo año el diario *Excelsior* daba cuenta de la visita que la reina Victoria Eugenia había realizado a la "*maison de couture* Elviana, 12 rue Tronchet" el día anterior y horas antes de asisir a la cena que el embajador español Quiñones de León ofrecía en su honor y a la que asistiría el presidente de la República y otras destacadas personalidades como el embajador británico Lord Tyrell, la duquesa de San

[690] Lola Gavarrón, *Ana de Pombo* (Madrid: Prisanoticias colecciones, 2019), 22.
[691] Léon Guillet, *Cent Ans de la vie de École Centrale des arts et manufactures, 1829-1929* (París: M. de Brunnof, 1929), 240.
[692] "Deuil", *Le Figaro*, 20 de enero de 1926, 2.
[693] Pablo Pombo, *Juan Pombo. Historia empresarial del siglo XIX* (Santander: Ediciones de Librería Estudio, 1999), 114.
[694] "A travers le monde", *Les Modes*, Septiembre de 1930, 6.

Carlos, la marquesa del Puerto, el embajador de Francia en Madrid, M. Corbin, el mariscal Pétain y Mme. Pétain, el conde y la condesa de Castellane, o la duquesa de La Témoille[695]. Se trata muy probablemente del episodio que la propia Ana de Pombo relata en sus memorias, una visita de la reina en su *maison parisiense* "en los últimos años de su ejercicio de Reina", quien "entró, vio, se alegro y dijo:

> – Esta noche tenemos una gran cena en la Embajada y voy a hablar de la Casa Elviana. Se despidió. Los días siguientes aumentó la clientela y, con ella, se hizo ancha la voz de la fama en París. Ya en las reuniones bien, se hablaba de mí, de la "Pequeña Española".[696]

Según Ana de Pombo ella misma habría sido dama de honor de la reina durante sus estancias en el palacio de La Magdalena en Santander a iniciativa del propio Alfonso XIII, gran amigo de su tío, Gabriel María Pombo Ybarra[697]. Es muy probable que fueran sus relaciones con la corte y la aristocracia española, y el propio éxito de su arriesgada empresa las razones por las que Gabrielle Chanel quiso conocer y contratar a esta extraordinaria mujer. Así, poco después de la visita de la reina, Ana de Pombo recibió en su establecimiento una segunda visita inesperada de "un señor políglota, delgado, distinguido. Era el Conde Koutosoff [sic], director publicista de la Casa Chanel"[698]. Éste le transmitió que Mlle. Chanel quería verla, y al día siguiente tuvo una entrevista en la casa de la rue Cambon con una mujer llamada Vera Bate, quien no permitió que viera a Gabrielle Chanel y le expuso con claridad las condiciones de su trabajo:

> Tiene que estar usted a prueba conmigo tres meses y le entregaré una lista de personas que se nos han ido de la casa y hay que traerlas. Además, debe usted hacer una lista de las personas interesadas en España. De sueldo 25.000 francos al mes. Comida en el Ritz, y todo pagado para sus invitaciones. Los trajes que yo comprenda que le irán bien con vistas a la publicidad los tendrá. Absténgase de hablar con el señor Koutosoff [sic], con el Barón de Router, con los Marqueses de Laborde, con Lady Abdy, con el Conde de

[695] "Les Cours", *Excelsior*, 27 de noviembre de 1930, 2.
[696] De Pombo, *Mi última condena*, 58-59.
[697] De Pombo, *Mi última condena*, 49.
[698] De Pombo, *Mi última condena*, 59.

> Beaumont, con Misia Sert. Tampoco con Chanel. Tiene usted que cerrar la Casa Elviana.[699]

Aunque es difícil creer que la soflama descrita por Ana de Pombo sucediera tal y como ella la transcribe, puede que el fondo del mensaje que Vera Bate quiso transmitirle se ajuste a la realidad. Es probable que Vera Bate, amiga de Gabrielle Chanel e íntimamete relacionada con la aristocracia y la realeza británicas[700] temiera ser desplazada en el seno de la *maison* pues su propia función era muy similar a aquello que Chanel había decidido solicitar a Ana de Pombo que hiciera. Según Edmonde Charles-Roux, Vera Bate trabajaba para Chanel "sin que nadie entendiera bien en qué consistía su empleo. Todavía no se ha encontrado una palabra para definir esa función que escapa a todas las definiciones, aunque sea reconocible a primera vista. ¿Reclamo, modelo, relaciones públicas? […] Todavía la casa Chanel estaba llena de eslavos – Vera también tenía la misión de hacer que la firma aprovechara sus relaciones. Además, llevaba con tanta desenvoltura los vestidos que con eso bastaba para que sus amigas la envidiasen al instante. Era un error: Chanel se los prestaba. […] Añadamos a esto que sus pretendientes eran tantos […] empeñados en lograr su compañía, al escuchar tan perfectos acentos de Oxford o de Cambridge, Gabrielle no pudo menos que pensar que Vera le sería muy útil para conquistar Inglaterra"[701].

Chanel debió pensar, asimismo, que Ana de Pombo le sería extremadamente útil para conquistar España, o más bien reconquistar a aquellas aristocráticas clientas que aseguraron su primer y rotundo éxito en Biarritz durante los años de la Primera Guerra Mundial. Tras cerrar Elviana, Ana de Pombo definía su trabajo como el de una "public relations", asistida por un equipo de diez personas de la casa Chanel, y no se limitada a la clientela española, sino que intentaba identificar potenciales clientas en los lugares más exclusivos de París ("Iba por lo grandes hoteles, hablaba con sus conserjes: yo iba a por las personas interesantes en trajes y joyas"[702]). Su habilidad para traer nuevas clientas, sus relaciones y su desenvoltura le valieron la simpatía de Chanel quien quiso que la acompañara, junto a Kutúzov, Misia Sert, y los marqueses de

[699] De Pombo, *Mi última condena*, 59-60.
[700] La propia Vera Bate, nacida Vera Nina Arkwright, parece haber fomentado el rumor según el cual ella misma sería nieta del II duque de Cambridge, el príncipe Jorge. El diario *Le Figaro* se refería en una noticia de sociedad publicada en diciembre de 1918 a "Mme Bate", como "la nieta de S.A.R. el duque de Cambridge": "Le Monde & La Ville", *Le Figaro*, 1 de diciembre de 1918, 2. En realidad, era la hijastra por el segundo matrimonio de su madre Rosa Baring de George FitzGeorge, hijo ilegítimo del mencionado duque de Cambridge con la actriz Louisa Fairbrother.
[701] Edmonde Charles-Roux, *Descubriendo a Co*co, (Barcelona: Lumen, 2009), 374.
[702] De Pombo, *Mi última condena*, pág. 60.

Laborde, a un viaje a Londres. Chanel presentaba en la capital británica su nueva colección en un acto benéfico el 6 de mayo de 1932[703] ante 500 mujeres de la sociedad londinense "en una casa prestada por el duque de Westminster"[704]. Se trataba de Bourdon House, la residencia en Londres del duque de Westminster, sita en el número 2 de Davies Street, junto a Grosvenor Square[705].

Chanel y el duque de Westminster habían iniciado una relación tras conocerse en el Hôtel de Paris de Montecarlo en diciembre de 1923. Vera Bate, amiga del duque, hizo las presentaciones y, al día siguiente de su encuentro hizo llegar a Chanel un mensaje de éste invitándola a cenar a bordo de su yate, el Flying Cloud, anclado en el puerto de Mónaco. Chanel se mostró reticente por el desengaño de sus recientes relaciones y por la fama que precedía al aristócrata británico, que estaba aun casado con su segunda esposa Violet, por lo que asistió a la cita acompañada de su entonces amigo el gran duque Dimitri de Rusia. A su vuelta a París, Chanel recibió durante meses galantes atenciones y extraordinarios regalos del duque de Westminster quien volvió a invitarla a bordo del Flying Cloud, esta vez en Biarritz en la primavera de 1924. Así comenzó una relación que duraría seis años, hasta el anuncio del compromiso del duque de Westminster con Loelia Mary Ponsonby en diciembre de 1929[706].

Westminster era un habitual de Biarritz, antes y después de su encuentro con Chanel, al igual que otros destacados miembros de la aristocracia británica, sobre todo desde que el rey Eduardo VII hubiera popularizado el veraneo en la Costa Vasca entre los círculos más íntimos de la corte. La prensa biarrota anunciaba frecuentemente la llegada de su flamante yate al puerto de Bayona y la estancia del duque de Westminster en el Hôtel de Palais. En abril de 1924, *La Gazette de Biarritz* detallaba la lista de extranjeros que se alojaban en el Hôtel du Palais el día 19 del mes de febrero. Se trataba de un nutrido grupo de visitantes británicos encabezados por el duque de Westminster, acompañado de, entre otros, Winston Churchill, el general Laycock, Sir y Lady Musgrave, la condesa de Craven o el conde de Welyss y March[707]. En abril del mismo año *La Gazette de Biarritz* anunciada la llegada del Flying Cloud, "el bello yate del duque de Westminster"[708] atracado en los Allées Marines del puerto de Bayona. Fue muy

[703] Amy de la Haye, *Chanel: Couture and Industry* (Londres : V&A Publishing, 2011), 57.
[704] De la Haye, *Chanel, the couturiere at work*, 60-61.
[705] Ronda K. Garelick, *Coco Chanel and the pulse of history* (Nueva York: Random House, 2014), 189.
[706] Garelick, *Coco Chanel and the pulse of history*, 184-185.
[707] *"Liste des étrangers",* La Gazette de Biarritz-Bayonne et Saint-Jean-de-Luz, 19 de febrero de 1924, 4.
[708] *La Gazette de Biarritz-Bayonne et Saint-Jean-de-Luz*, 14 de abril de 1924, 2.

probablemente en esta ocasión cuando se produjo el ya mencionado encuentro definitivo a bordo del Flying Cloud.

Tras el éxito del evento benéfico organizado por Chanel en Londres y la capacidad y habilidad que Ana de Pombo había demostrado en dicho viaje, la modista confió a ésta la dirección de la maison Chanel de Biarritz en la temporada de verano de 1932. Ana de Pombo se trasladaba a Biarritz, acompañada de los recién casados Marina Kutúzov y el príncipe Dimitri, así como de "20 obreras y una primera de taller"[709]. Chanel le ordenaría antes de partir, "para empezar, ahí tienes veinte trajes de la colección de París. Lo demás, como te conozco, *tu te débrouilles* [te las arreglas][710]. De este modo, Ana de Pombo no solo debería gestionar la buena marcha de la *maison*, la atracción de nueva clientela y la confección de modelos, sino que también sería responsable de la creación de nuevos modelos que respondieran a las necesidades y deseos de las clientas de la casa, siempre en línea con el estilo de su fundadora. *La Gazette de Biarritz* anunciaba mediante una breve nota el 4 de julio la apertura de la casa Chanel el día siguiente, 5 de julio de 1932. "Mme. de Pombo-Ybarra, muy conocida en la sociedad de Biarritz, estará encantada de recibir a la clientela en los hermosos salones de la Maison Chanel"[711]. El 6 de julio el mismo periódico informaba sobre la llegada a Biarritz de S.A. el Príncipe Dimitri de Rusia y su esposa la Princesa, nacida Koutouzoff"[712]. La joven y bella pareja compuesta por Marina y Dimitri haría las veces de relaciones públicas, "para que los vistas a tu gusto"[713], le habría dicho Chanel. Pero la *couturière*, profunda conocedora de la vida mondana y la dinámica social de Biarritz, no se privaría de hacer sus propias propuestas. Así, al de pocas semanas envió un paquete a Biarritz que contenía dos vestidos de noche, uno azul turquesa y otro rojo (dos de los colores fetiche de Chanel en sus creaciones de los años 1930). "Sin mangas, poco escote por delante, muy escotados por detrás, lisos, con el único adorno de una enorme guirnalda de flores hechas de terciopelo rojo y tercipelo turquesa"[714]. Una nota de Chanel acompañaba el envío: "Mañana, en la gran gala del Casino, presentaos, Ana con el traje rojo, y Mira, con el traje azul"[715]. Se trataba muy probablemente de la gala benéfica anual por los mutilados de guerra organizada con gran éxito en el Casino Bellevue el 26 de agosto de 1932. Al día siguiente de su celebración la crónica de *La Gazette de Biarritz* recordaba que "esta fiesta tradicional

[709] De Pombo, *Mi última condena*, 70.
[710] De Pombo, *Mi última condena*, 70.
[711] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 4 de julio de 1932, 2.
[712] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 6 de julio de 1932, 2.
[713] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz,* 6 de julio de 1932, 2.
[714] De Pombo, *Mi última condena*, 71-72.
[715] De Pombo, *Mi última condena*, 71-72.

reúne siempre a todas las personalidades de la región, asi como los huéspedes más destacados de Biarritz y de las Côte Basque"[716]. Las mesas decoradas con flores, la coral de Bayona interpretando canciones tradicionales vascas, las danzas acrobáticas de Lou Parker y Edith Davis, la bailarina española Térésina que bailó "un bolero, una danza con traje de la época de Goya, una maravilla de reproducción, y un baile tradicional"[717], seguido por la tómbola, "en resumen, fue una de esas noches que marcaron la elegancia inigualable de las noches de Biarritz"[718]. Entre los asistentes, los duques de Leuchtenberg, los príncipes Marina y Dimitri de Rusia, los alcaldes de Biarritz y de Bayona, el duque de Santo Mauro, el cónsul americano Mac Williams y su esposa, Mme. de Pombo Ybarra [Ana de Pombo], el modisto y rival de Chanel Jean Patou, o la princesa de Lichtenstein, entre otros en la larga lista de habituales de la vida munda biarrota.

Ana de Pombo relata en sus memorias con gran emoción haber entrado en el Casino de Biarritz acompañada del príncipe de Gales y del duque de Kent, ante la admiración de los demás asistentes. Según de Pombo:

> La escalinata del Casino de Biarritz, que baja la calle superior al nivel de la playa, estaba cubierta de alfombra roja. Todo Biarritz eperaba en formación, montando guardia a ambos lados de la escalinata, cuando… ¡surgimos de la puerta como una aparición fastuosa de lujo y de leyenda! Los aplausos fueron tantos como el entusiasmo, y el entusiasmo tanto, que nos arrancaron los collares de flores.[719]

Lo cierto es que Ana de Pombo describe el Casino Municipal de Biarritz, y no el Casino Bellevue donde se celebró la mencionada gala. Y el príncipe de Gales, que había llegado a Biarritz la noche del 24 de agosto procedente de Cannes y acompañado por su hermano el príncipe George[720], no acudió a la gala anual por los mutilados de guerra; si lo hubiera hecho éste hubiera, sin duda, ocupado un lugar prominente en las cróncias biarrotas que seguían exhaustivamente todos sus movimientos. También resulta difícil de creer que los distinguidos y aristocráticos asistentes a la gala arrancaran las guirnaldas de flores que adornaban los

[716] "La Gala des Mutilés de Biarritz hier soir au Bellevue a obtenu un succès considerable", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 27 de agosto de 1932, 1-2.
[717] "La Gala des Mutilés de Biarritz", 1-2.
[718] "La Gala des Mutilés de Biarritz", 1-2.
[719] De Pombo, *Mi última condena*, 72.
[720] "Le Prince de Galles en vacances", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 25 de agosto de 1932, 1.

vestidos (y no los collares, como señala Ana de Pombo, contradiciendo su propio relato) de la princesa Marina y de Ana de Pombo. Por todo ello, parece probable que, ya sea por un lapsus de memoria o por una voluntad de adornar sus recuerdos (cualidad que compartía con la propia Gabrielle Chanel), el relato de Ana de Pombo no sea siempre rigurasamente fiel a lo que realmente ocurrió. Sin embargo, es igualmente probable que sí conociera al príncipe de Gales. El 3 de septiembre *La Gazette de Biarritz* informaba de la elegante cena que el príncipe y la princesa Dimitri de Rusia habían dado la noche anterior en honor del S.A.R. el príncipe George de Inglaterra, y destacaba entres los invitados al príncipe y la princesa Lobkovitz, a Mme. d'Erlanger, a Mme. de Pombo de Ibera [sic], o a los señores Emery"[721]. Otra noticia del mismo diario indica la familiaridad del príncipe de Gales y su hermano con la casa Chanel durante su estancia en Biarritz. Así, una de las vendedoras de *La Gazette de Biarritz* habría informado orgullosa a sus superiores cómo unos días atrás "delante de la casa Chanel, el Príncipe de Gales, que se encontraba en compañía de su hermano, del Príncipe Dimitri y de la Princesa Dimitri, que llevaba un vestido rosa, le había comprado *La Gazette de Biarritz* y le había pagado cinco francos por el ejemplar"[722].

Ana de Pombo califica el verano en que estuvo a cargo de la casa de Biarritz como un éxito rotundo y afirmaba con entusiasmo que "los grandes visitantes y los grandes compradores fueron el Duque de Windsor [entonces príncipe de Gales] y el Duque de Kent"[723], primos del príncipe Dimitri. Cuenta así cómo el príncipe de Gales le habría propuesto que les hicieran a ambos unos pantalones en punto, pues consideraba que serían especialmente cómodos para la playa. Tras un pequeño percance con la primera de taller, que se negaba a tomar medidas de pantalón a un hombre, el resultado fue tan satisfactorio que "venían todos los hombres de Biarritz a hacerse sus pantalones, hasta que nos vimos obligados a cerrar la puerta"[724]. El príncipe de Gales partiría hacia París el 13 de septiembre[725] tras unos agradables días dedicados al golf, las excursiones en los alrededores de Biarritz, y las animadas soirées de la Costa Vasca, y quizá unos elegantes pantalones de punto realizados en la casa Chanel.

[721] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 3 de septiembre de 1932, 2.
[722] *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz,* 10 de septiembre de 1932, 2.
[723] De Pombo, *Mi última condena*, 70-71.
[724] De Pombo, *Mi última condena*, 71.
[725] "Le Prince de Galles nous quitte ce soir", *La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz*, 13 de septiembre de 1932, 2.

La temporada hubo de ser realmente un éxito ya que Ana de Pombo prolongaría su estancia en la localidad vasca hasta finales de octubre de 1932. Tras su vuelta a París continuaría trabajando para Chanel durante más de un año. En diciembre de 1933 la revista *Vogue* publicaba un artículo con algunas de las damas más elegantes de París, entre las que se encontraba "Mme. Pombo", vistiendo una chaqueta y sombrero a juego enteramente cubiertos en lentejuelas firmados por Chanel[726]. Ana de Pombo terminó su relación con Gabrielle Chanel en malos términos "por las intromisiones de Paul Iribe[727] en nuestra amistad"[728]. Su vida tras Chanel fue igualmente fascinante, convirtiéndose sucesivamente en diseñadora de la histórica casa de alta costura Paquin, celebrada bailarina bajo el seudónimo de Ana de España, decoradora en el Madrid de la posguerra y promotora del veraneo en Marbella en los años 1960 y 1970.

La casa Chanel de Biarritz siguió funcionando hasta el otoño de 1933, cuando el veraneo en la costa vasca comenzaba un declive al que el estallido de la Segunda Guerra Mundial dio su golpe de gracia. El 6 de septiembre de 1935 una nueva subasta se anunciaba en la "Maison Chanel", en la villa Larralde, entre el 9 y el 11 de septiembre. Una larga lista de objetos y muebles que salían a la venta mostraba la calidad de lo que podría adquirirse, desde obras de reconocidos artistas (como Boucher, Rubens, Fragonard, Watteau, etc.), pasando por muebles antiguos y tapices persas. Sin embargo, como toda subasta, anunciaba de alguna forma también el fin de una brillante etapa, la conclusión de la dulce y productiva relación de Chanel con Biarritz, así como el declive de la *Côte Basque* como centro internacional e ineludible de ocio, sociabilidad y moda.

[726] "La mode filmée", *Vogue* Francia, diciembre de 1933, 47-49.
[727] Chanel inició una relación profesional y sentimental con el célebre ilustrador, decorador, diseñador Paul Iribe hacia 1932.
[728] De Pombo, *Mi última condena*, 73.

Capítulo 4. Cristóbal Balenciaga: formación, consolidación y éxito en la Bella Easo

El periodo que transcurre entre el nacimiento de Cristóbal Balenciaga en 1895 y su establecimiento en París en 1937 se caracteriza por una profunda maduración personal, y un crecimiento profesional y éxito empresarial extraordinarios. Cristóbal Balenciaga creó su primer establecimento de costura en San Sebastián en 1917 y desarrolló una destacada carrera como modisto durante dos décadas, aprendiendo de los grandes modistos de alta costura de París, desarrollando una importante red de relaciones profesionales, y vistiendo a una clientela de gustos y exigencias cosmopolitas que incluía la casa real y la corte, la prominente burguesía vasca y las elegantes que visitaban la Costa Vasca cada temporada procedentes de todo el mundo. Todo ello no hubiera sido posible sin el desarrollo de la Costa Vasca como un centro internacional de moda y lujo, con su principal epicentro en la ciudad de Biarritz seguida por su homóloga al otro lado de la frontera, San Sebastián. Aunque hubo numerosos profesionales dedicados a la moda y a la costura en la capital donostiarra, Balenciaga constituye el ejemplo más notable de dicho fenómeno en el sur del País Vasco, tanto por el alcance de su éxito como modisto como por la expansión de su empresa, sin olvidar la dimensión internacional que adquirió una vez establecido en París.

4.1. Getaria: sensibilización y formación temprana

> Mi padre era pescador, mi madre una costurera local. Mi suerte fue que, en este pueblo de Guétaria [sic] cerca de San Sebastián, se encontraba la residencia de verano de una gran dama, la marquesa de Casa-Torrès [sic], la bisabuela de la futura reina Fabiola. Solo tenía ojos para ella cuando llegaba a misa cada domingo, bajando de su *tilbury*, con sus largos vestidos y sus sombrillas de encaje. Un día, reuniendo todo mi valor, le pedí que me permitiera visitar su guardarropa. Encantada, ella estuvo de acuerdo. Y así viví meses maravillosos, todos los días después de la escuela, conviviendo con las planchadoras de la marquesa, en el último piso del palacio, acariciando las telas, examinando cada pliegue, cada puntada de todas estas obras maestras. [729]

Cristóbal Balenciaga se expresaba en estos términos en la primera entrevista que concedía a un medio de comunicación tras el inesperado cierre de su casa de alta costura y que publicaba la

[729] Virginie Merlin, "Balenciaga devient un visage", *Paris Match*, 10 de agosto de 1968.

revista *Paris Match* en agosto de 1968. Conocido por su actitud esquiva con los periodistas, se trataba de la primera vez que el modisto se sinceraba con un periodista desde su establecimiento en París en 1937, lo que le había valido todo tipo de apelativos y había provocado los más sorprendentes rumores sobre su identidad. En agosto de 1951 la misma publicación afirmaba con gran satisfacción haber desenmascarado por fin al "hombre invisible de la moda", "el *couturier* más misterioso de Paris", Cristóbal Balenciaga[730]. Dos retratos robados por la revista a la salida de la *maison* de l'avenue George V servían de prueba irrefutable de semejante hazaña periodística. Una tercera imagen captada en el interior de los salones de Balenciaga mostraba una figura oculta detrás de unas cortinas de satén blanco, refugio habitual de Balenciaga durante la presentación de sus colecciones. *Paris Match* se concedía así el mérito de haber demostrado la existencia misma del evasivo personaje, poniendo fin a todo tipo de extravagantes rumores sobre su identidad, desde aquellos que aseguraban que se trataba de "un revolucionario español" hasta los que fantaseaban con que Balenciaga fuera "el sobrenombre de una mujer novelesca de la alta sociedad"[731]. Este y otros artículos similares dan muestra del carácter absolutamente extraordinario de la mencionada entrevista, una de las dos únicas que se conocen en la extensa carrera de Balenciaga. El hecho de que decidiera hablar en ella de sus inicios, de su primera experiencia con la moda y la alta costura en Getaria, de su padre, de su madre y de la marquesa de Casa Torres, ponen de manifiesto la importancia que el propio Balenciaga confería a su villa natal, a su entorno y, en general, a este período de su vida.

4.1.1. José Balenciaga

Cristóbal Balenciaga Eizaguirre nació a las cinco de la tarde del 21 de enero de 1895 en Getaria, villa marinera de la costa gipuzkoana, hijo de José Balenciaga Basurto y de Martina Eizaguirre Embil. El humilde domicilio familiar de la calle Zacayo número 10 (hoy conocida como calle Aldamar) vería nacer a los cinco hijos de la pareja, desde que esta contrajera matrimonio el 16

[730] "Pour la première fois démasqué l'homme invisible de la mode, Balenciaga", *Paris Match*, 18 de agosto de 1951.

[731] "Pour la première fois démasqué", *Paris Match*, 18 de agosto de 1951. Tal y como señala el propio artículo, fue irónicamente esta actitud reservada y distante, no solo con respecto a los medios de comunicación sino también ante sus propias clientas o a la vida social parisina en general, la que aseguró a Balenciaga la más efectiva y valiosa publicidad.

de febrero de 1886: Lucía (1886)[732], María Agustina (1888)[733], Juan Martín (1889)[734], Marcelina (1892)[735] y Cristóbal (1895)[736].

La familia Balenciaga era conocida en Getaria por el seudónimo de «Azkoitinekuek», ya que originariamente procedía de la villa gipuzkoana de Azkoitia. Tal y como revela el censo electoral de Getaria[737] el abuelo de Cristóbal, Gregorio Balenciaga Berazaluce, era confitero y su padre, José Balenciaga Basurto, se dedicaba, como la mayoría de los hombres de Getaria, a la pesca y a la marinería. Así lo señalan las actas de nacimiento y defunción de sus hijos que se encuentran en el Registro Civil de Getaria, en las que se hace referencia a su profesión de "marinero" o "pescador". José Balenciaga fue además alcalde de Getaria entre 1895 (año del nacimiento de Cristóbal) y 1898, tras haber sido elegido por el Partido Liberal en las elecciones municipales de 1893[738], 1895[739] y 1897[740]. Durante su mandato como alcalde de Getaria José Balenciaga se congratuló de la decisión del Ministerio de Fomento de declarar la iglesia de San Salvador Monumento Nacional[741], lo que había sido solicitado y promovido por la Diputación Foral de Gipuzkoa a través de la Comisión de Monumentos Históricos y Artísticos desde 1892[742], y también celebró el doble triunfo de la embarcación *Esperanza* de Getaria en las regatas de Bilbao y San Sebastián en agosto y septiembre de 1896 respectivamente[743]. Las actas de sesiones del archivo municipal transcriben los emocionados discursos del patrón de la trainera de Getaria, José Francisco Arregui, y del alcalde José Balenciaga con ocasión de la

[732] Registro Civil de Getaria. Acta de Nacimiento n.º 20, Libro 6, Folio 20, Sección 1.ª.
[733] Registro Civil de Getaria. Acta de Nacimiento n.º 64, Libro 6, Folio 64, Sección 1.ª.
[734] Registro Civil de Getaria. Acta de Nacimiento n.º 32, Libro 7, Folio 32, Sección 1.ª.
[735] Registro Civil de Getaria. Acta de Nacimiento n.º 45, Libro 8, Folio 45, Sección 1.ª. a
[736] Registro Civil de Getaria. Acta de Nacimiento n.º 178, Libro 8, Folio 178, Sección 1.ª.
[737] Censo electoral de Getaria de 1890, reproducido en Antxon Aguirre Sorondo, *Getaria, itsasoaren, zeruaren eta mendiaren artean* (Getaria: Getariako Udala, 2000) 220-224.
[738] Getariako Udal Artxiboa, Gobernua - Udalbatzarra - Udalbatzarreko akta liburuak - Aktak 1.1.4.2., ID# 4186, Sig. 248-3, 1893-11-23, Orrialdeak: 116 r-v.
[739] Getariako Udal Artxiboa, Gobernua - Udalbatzarra - Udalbatzarreko akta liburuak - Aktak 1.1.4.2., ID# 3560, Sig. 249-1., 1895-07-01, Orrialdeak: 22 r. - 23 r.
[740] Getariako Udal Artxiboa, Gobernua - Udalbatzarra - Udalbatzarreko akta liburuak - Aktak 1.1.4.2., ID# 5275, Sig. 249-1., 1897-07-01, Orrialdeak: 171 r. - 172 r.
[741] Getariako Udal Artxiboa, Gobernua - Udalbatzarra - Udalbatzarreko akta liburuak - Aktak 1.1.4.2., ID# 3666, Sig. 249-1., 1895-07-28, Orrialdeak: 28 v. - 29 v.
[742] "Comision Provincial de Monumentos Históricos y Artísticos de Guipúzcoa", *Euskal-Erria, revista Bascongada* (San Sebastián: Hijos de J.R. Baroja, Tomo XVII, segundo semestre de 1892) 220.; Pavía y Bermingham, J. y de Seoane, marqués de, "Comisión de Monumentos de Guipúzcoa – Información referente a la iglesia parroquial de San Salvador de Getaria", *Euskal-Erria, revista Bascongada* (San Sebastián: Hijos de J.R. Baroja, Tomo XVIII, primer semestre de 1893) 449 y 481.
[743] Getariako Udal Artxiboa, Gobernua - Udalbatzarra - Udalbatzarreko akta liburuak - Aktak 1.1.4.2., ID# 4869, Sig. 249-1., 1896-09-11, Orrialdeak: 119 v. - 120 r.

entrega de la bandera conquistada en las regatas donostiarras a la corporación municipal[744]. Fue también José Balenciaga quien, en su calidad de alcalde, felicitara a Cesáreo Aragón y Barroeta Aldamar, marqués de Casa Torres, por su elección de Diputado a las Cortes por Madrid en las Elecciones Generales de abril de 1896[745], suplicándole a su vez "que ponga toda su influencia cara al Ministerio de la Gobernación para que resuelva pronto y favorablemente en favor de este Ayuntamiento el recurso de alzada interpuesto por el mismo contra un acuerdo de la Excma. Diputación Provincial en que ordenó a esta corporación satisfacer al Párroco Don Ramón de Aizpuru las dotaciones del clero parroquial de esta villa de los años 1872 y 1873."[746] Asimismo, el marqués de Casa Torres acudiría al alcalde Balenciaga para comunicarle su intención de proceder al cerramiento de los terrenos de su propiedad "en el paraje nombrado Vista Ona", "así como el terreno que hoy sirve de paso para la entrada a la calle Zacayo"[747].

En diciembre de 1898 renunció voluntariamente a la alcaldía por motivos laborales y trasladó temporalmente su residencia a San Sebastián "para dedicarse a la navegación en el vapor mercante San Miguel de la matrícula de dicha ciudad que hace travesía desde San Sebastián a Santander y Gijón y viceversa"[748]. Es muy probable que su familia no le acompañara en dicho traslado temporal. Transcurridos tan solo dos años, José Balenciaga se hallaba de nuevo en Getaria ocupando un nuevo y gratificante cargo. Tal y como señala el acta de su defunción con fecha de 21 de abril de 1906, en el momento de su fallecimiento José Balenciaga era "patrón de la Escampavía Guipuzcoana".

Las escampavías eran pequeñas embarcaciones de poco calado que formaban parte de la vigilancia aduanera organizada por los Ministerios de Hacienda y de Marina con el fin de combatir el contrabando. Estas trabajaban en colaboración con los cañoneros del Estado que se dedicaban a la función fiscal, explorando los lugares más inaccesibles y escampando o

[744] Getariako Udal Artxiboa, Gobernua - Udalbatzarra - Udalbatzarreko akta liburuak - Aktak 1.1.4.2., ID# 4869, Sig. 249-1., 1896-09-11, Orrialdeak: 119 v. - 120 r.
[745] Cesáreo Aragón y Barroeta Aldamar fue elegido Diputado a Cortes por la circunscripción de Madrid en las Elecciones Generales del 4 de abril de 1896, y se mantuvo en su cargo hasta el 26 de febrero de 1898. Archivo Histórico del Congreso de los Diputados [en línea], https://www.congreso.es/web/guest/historico-diputados?p_p_id=historicodiputados&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&_historicodiputados_mvcRenderCommandName=indiceDiputado&_historicodiputados_ndip=(7120)
[746] Getariako Udal Artxiboa, Gobernua - Udalbatzarra - Udalbatzarreko akta liburuak - Aktak 1.1.4.2., ID# 4730, Sig. 249-1, 1896-04-26, Orrialdeak: 90 r-91 v.
[747] Getariako Udal Artxiboa, Gobernua - Udalbatzarra - Udalbatzarreko akta liburuak - Aktak 1.1.4.2., ID# 4978, Sig. 249-1, 1897-01-17, Orrialdeak: 140 r-141-r.
[748] Getariako Udal Artxiboa, Gobernua - Udalbatzarra - Udalbatzarreko akta liburuak - Aktak 1.1.4.2., ID# 4296, Sig. 249-2, 1898-11-20, Orrialdeak: 45 v.-46 v.

despejando el camino. Las escampavías también trabajaban en solitario, realizando servicios de vigilancia y detenciones en las costas cercanas a sus bases cuando resultara necesario. Los nombramientos del personal de resguardo marítimo dependían del Gobierno, por lo que podemos decir que José Balenciaga era un empleado del Estado. Había dejado su anterior empleo como marinero en un buque mercante para convertirse en patrón de escampavía cuando dicha posición quedó vacante a la muerte del anterior patrón en 1901. Según el censo electoral de Getaria de 1890[749], era precisamente el cuñado de José Balenciaga, José María Ytuarte Lete, marido de su hermana Severiana, quien entonces patroneaba la escampavía llamada Guipuzcoana. En septiembre de ese mismo año José María y Severiana tuvieron a su séptimo hijo, a quien bautizaron con el nombre de Mariano Cristino Alfonso[750]. El diario madrileño *El Imparcial* informaba en septiembre de 1890 en una noticia titulada "El ahijado de S.M." que "la reina ha obsequiado con cien duros al patrón de la escampavía Guipuzcoana, con motivo del bautizo de un niño de este marino. Se han puesto al niño los nombres de Mariano, Cristino, Alfonso"[751]. El diario informaba asimismo de los regalos que la reina había ofrecido a su ahijado en tal ocasión, "una medalla de oro con la imagen de Nuestra Señora de la Soledad, y con inscripción que dice: *La Virgen Te Salve*"[752]. Dicho gesto denota, sin duda, una estrecha relación de confianza y de reconocimiento por parte de la reina y de la casa real a quien patroneara la escampavía Guipuzcoana.

Como embarcación del Estado, la pequeña escampavía, que durante el año se dedicaba a la vigilancia marítima desde su base de Getaria, desempeñaba funciones auxiliares de atención a la casa real durante la estancia veraniega de sus principales miembros en San Sebastián. La Guipuzcoana trasladaba a la reina María Cristina y a sus hijos, así como a otros miembros de la casa real, la corte y el Gobierno, en salidas, excursiones y desplazamientos por la bahía de La Concha cuando sus obligaciones o actividades de ocio lo requerían. La reina regente María Cristina, acompañada de varios miembros de su Gobierno, visitó Getaria el 4 de septiembre de 1887, siendo recibida con gran entusiasmo, según nos relata *La Ilustración Española y Americana* del 15 de septiembre de ese mismo año:

[749] Censo electoral de Getaria del año 1890, reproducido en Antxon Aguirre Sorondo, *Getaria, itsasoaren, zeruaren eta mendiaren artean* (Getaria: Getariako Udala, 2000) 220-224"
[750] Archivo Histórico Diocesano de San Sebastián, DEAH/F06.088//2322/001-01 (p.174, nº33/B,1890-09-13).

[751] "El ahijado de S.M.", *El Imparcial*, 20 de septiembre de 1890, 1.
[752] "El ahijado de S.M.", 1.

> Acompañaban a la Reina el Sr. Presidente del Consejo de Ministros, el Sr. Ministro de Gracia y Justicia y algunos dignatarios de la corte; á la entrada del pueblo se había erigido un arco de ramaje engalanado con banderas, del que pendía una lancha tripulada por niños; todas las casas del pueblo estaban decoradas con lindas colgaduras, y en varias se veían pabellones formados con redes de pescar, que presentaban un aspecto original y característico. La Reina, que fué recibida en el desembarcadero por el alcalde Sr. Echaniz, oyó un Te Deum en la iglesia parroquial, contempló la estatua de Elcano, visitó las escuelas de la villa, y se dignó aceptar un refresco en casa del diputado Sr. Gorostidi, regresando de noche á San Sebastián en el Ferrolano, iluminado por la luz eléctrica del crucero Castilla[753].

Del mismo modo, los marineros de la escampavía realizaban otros servicios a los miembros de la familia, entre ellos el de velar por su seguridad durante los baños que a diario tomaban en la playa de la Concha. Una crónica publicada por el diario *La Época* en julio de 1884, y remitida por uno de sus corresponsales desde Zarauz, describe la estancia en la villa costera de la reina madre Isabel II ("muy partidaria de los baños de mar en el Cantábrico"[754]), y en particular la ceremonia de su baño diario que se iniciaba con rigurosa puntualidad y ceremonia a las diez de la mañana. Tal y como relata el cronista "a las nueve y media se presentó frente al real alcázar la escampavía Guipuzcoana, de Guetaria, al mando de un veterano lobo de mar, el honrado y valiente alférez de navío, D. Francisco Ituarte"[755]. Prosigue su relato recordando a los lectores que "esta embarcación esta tripulada por catorce marineros al mando del patrón D. Francisco Ituarte y del sota patrón D. José María, hijo de dicho oficial de la armada"[756]. El corresponsal nos ofrece así una exhaustiva descripción de la ceremonia del baño de la reina:

> Cuando entra S.M. la Reina en el mar, tiene el honor de conducirla por la mano derecha el sota patrón Ituarte y colócase à su izquierda el segundo contramaestre.
> Los demás forman con la escampavía Guipuzcoana, que se sitúa fuera de las rompientes y a pocos metros de S.M., así que es imposible el menor accidente, máxime cuando la playa de Zarauz es también muy segura y unida.

[753] "Apuntes de viaje regio", *La Ilustración Española y Americana* (Madrid: 15 de septiembre de 1887), 147.
[754] "S.M. la Reina Madre en Guipúzcoa", *La Época*, 27 de julio de 1884, 2.
[755] "S.M. la Reina Madre en Guipúzcoa", 2.
[756] "S.M. la Reina Madre en Guipúzcoa", 2.

> S.M. permanece en el agua un cuarto de hora. Ituarte y todos los marineros me han hablado de los agradecidos que están al ver la bondad y amabilidad de la augusta señora, quien siempre les pregunta noticias de sus hijos y familias con cariñoso interés.
> Tan ufanos se encuentran dichos honrados y valientes marineros que creo que se consideran interiormente tanto ó más que un almirante.[757]

Podemos concluir por esta crónica que José María Ytuarte sucedió a su padre Francisco como patrón de la escampavía Guipuzcoana. También puede apreciarse en el citado relato la relativa confianza y cercanía que las reinas y sus familiares pudieron desarrollar con dichos "honrados y valientes marineros", llegando incluso, en el caso de la reina María Cristina, a amadrinar a uno de sus hijos.

La prensa de la época nos proporciona innumerables informaciones y anécdotas que ilustran el ambiente distendido que caracterizaba la relación de la reina María Cristina con los tripulantes de la Guipuzcoana. Así en agosto de 1888, el diario *La Monarquía* informaba de un paseo de la reina habría realizado a bordo de la Guipuzcoana acompañada de "SS.AA. los Infantes dona Eulalia y D. Antonio"[758], "doblando el monte del Castillo, hasta llegar cerca del puente sobre el rio Urumea". Del mismo modo nos informa que "a petición de la augusta Soberana, los tripulantes, durante la expedición, entronaron el zortzico Guernikako arbola.". Del mismo modo, un artículo de Ángel María Castell[759], del 14 de julio de 1903, publicado en *ABC*, ponía de manifiesto la familiaridad con la que la reina se relacionaba con aquellos que la asistían en las diversas actividades en las que ésta se recreaba durante su estancia estival en San Sebastián. Así, entre varias anécdotas aseguraba que:

> En los primeros años de jornada en la capital guipuzcoana se bañaba la Reina, y adquirió justo nombre de intrépida nadadora. —Nadar ya hase como pocos y sambullar tamién—

[757] S.M. la Reina Madre en Guipúzcoa", 2.
[758] "San Sebastián 9 (11,20 n.) (Recibido el 10 à las 12'15 m.)", *La Monar*quía, 11 de agosto de 1888, 1.
[759] Ángel María Castell (Burgos, 1865-Alba de Tormes, 1938) fue un renombrado periodista español. Castell conocía bien San Sebastián debido a su trabajo, primero como corresponsal en la capital gipuzkoana para *El Imparcial*, y luego como director del diario *La Voz de Guipúzcoa*. Fue precisamente en San Sebastián donde, en una de sus estancias veraniegas, Torcuato Luca de Tena, fundador de *ABC*, lo persuadió para trasladarse a Madrid y trabajar con él en la creación de la nueva publicación. Castell fue entre 1903 y 1905 redactor jefe de *ABC* y un destacado colaborador de dicho periódico hasta su muerte en 1938. "Fallecimiento de nuestro ilustre compañero don Ángel María Castell", en *ABC*, Madrid, 1 de marzo de 1938, 1.

decían en su pintoresco castellano los tripulantes de la escampavía que se situaba cerca.[760]

José María Ytuarte fallecía el 3 de enero de 1901 como "patrón de la Escampavía Guipuzcoana" tal y como señalaba su acta de defunción[761]. No era habitual en las actas de defunción del Registro Civil de Getaria que se especificara la embarcación en la que los pescadores trabajaban, incluso en el caso de que hubiesen desempeñado funciones de patrón en ellas. El hecho de que así se hiciera en este caso indica que dicho cargo se consideraba de gran relevancia, probablemente por su dependencia del Gobierno y su relación con la casa real. Poco después de la muerte de José Ytuarte, José Balenciaga sería nombrado patrón de la embarcación que hasta entonces había patroneado con orgullo su cuñado. El 13 de noviembre de 1905, José Balenciaga y la tripulación de la Guipuzcoana protagonizarían un destacado suceso cuando realizaron el heroico salvamento del bergantín Manolo, rescatando en el puerto de Getaria a sus seis tripulantes, que se encontraban en una complicada situación debido al fortísimo temporal que azotaba la costa gipuzkoana aquel día[762]. Como reconocimiento y premio a su servicio, la Sociedad Española de Salvamento de Náufragos entregaba a José Balenciaga, en su condición de patrón de la citada escampavía, un diploma de Medalla de Plata firmado por el presidente de la Sociedad, el marqués de Reinosa, y su secretario general, el Sr. Pedro de Novo. Sin duda, dicho reconocimiento constituiría un gran orgullo para José Balenciaga (cuya familia atesora aún hoy el diploma), y aumentaría su popularidad entre los responsables políticos y los círculos cortesanos que encabezaban, junto a la familia real, el veraneo en San Sebastián[763]. José Balenciaga, no obstante, hubo de tratar en circunstancias menos dramáticas con la familia real en las numerosas ocasiones en que esta requería de los servicios de la Guipuzcoana, y, de igual modo que su cuñado Ytuarte, hubo de entablar una relación de cercanía con la reina María Cristina y con los miembros de la casa real y de la corte. A juzgar por la activa vida social de la reina en San Sebastián, de la que nos da viva cuenta la hemeroteca, el padre de Balenciaga

[760] "El veraneo de los reyes", en *ABC*, Madrid, 14 de julio de 1903, 4.
[761] Registro Civil de Getaria, Acta de Defunción n.º 48, Libro 9, Folio 48, Sección 3.ª.
[762] "El Temporal", *El Correo de Guipúzcoa: Diario Tradicionalista*, Donostia-San Sebastián, 14 noviembre de 1905, 2.
[763] La Sociedad Española de Salvamento de Náufragos editaba un boletín donde se daba publicidad a los salvamentos y auxilios, así como a las recompensas otorgadas a sus miembros (medallas de oro, plata y bronce) y otras noticias propias del servicio, como podían ser los famosos avisos a los navegantes. La Sociedad concedió un total de 18 medallas de oro, 998 de plata y 2.377 de bronce como premio por el salvamento de náufragos. En M. Quero Oliván, "La Sociedad Española de Salvamento de Náufragos", *Aljaranda: Revista de Estudios Tarifeños*, 47, 2002, 28-35.

serviría a la casa real en innumerables ocasiones desde su nombramiento en enero de 1901 hasta su muerte en abril de 1906.

Cristóbal Balenciaga vivió a través de su padre, desde Getaria, y siendo aún niño, algunos efectos del auge del veraneo de San Sebastián, promocionado por la reina María Cristina. José Balenciaga, empleado del Estado y dedicado al servicio de vigilancia aduanera como patrón de la escampavía Guipuzcoana, servía a la casa real en sus excursiones y salidas de recreo durante los meses de verano, que no se limitaban exclusivamente a la bahía de La Concha sino que también se desarrollaban en el resto del territorio. Por lo tanto, el padre de Cristóbal Balenciaga participó, aunque fuera de manera secundaria, en aquello que vino a denominarse el veraneo regio en San Sebastián, llegando a conocer y tratar a la reina María Cristina y a Alfonso XIII, además de a aquellos miembros de la aristocracia y el Gobierno que constituían el *entourage* de los monarcas durante su estancia estival en Gipuzkoa. Así, Cristóbal tuvo desde muy niño la oportunidad de familiarizarse con el comportamiento, los modos y las modas de este exclusivo círculo social. Asimismo, en su calidad de alcalde de Getaria, José Balenciaga hubo de tratar y entabló relación con una familia que desempeñaría un papel fundamental en la vida de su propia familia, y muy particularmente en la vida de su hijo pequeño: los marqueses de Casa Torres.

4.1.2. Los marqueses de Casa Torres

La pareja formada por Cesáreo Aragón y Barroeta Aldamar y Blanca Carrillo de Albornoz y Elio residía en Madrid, aunque se trasladaba con mucha frecuencia a Vista Ona, la villa que la familia del marqués poseía en Getaria. Este había nacido en el seno de los Barroeta Aldamar, familia rica e ilustrada, y era nieto de Joaquín Barroeta Aldamar y Hurtado de Mendoza, conocido político liberal fuerista nacido en Getaria en 1796, quien fuera senador y primer diputado general de Gipuzkoa. Al igual que su abuelo materno, fueron su posición y excelente formación las que permitieron a Cesáreo dedicarse a la política y a la gestión administrativa, siendo elegido diputado a Cortes por Madrid en 1896 y senador por Gipuzkoa en 1903. Blanca había heredado de su padre el marquesado de Casa Torres, de origen cubano[764], y procedía por

[764] Felipe V conceció el título de marqués de Casa-Torres Laureano José Torres y Ayala, Capitán General de la Isla de Cuba y Caballero de la Orden de Santiago, el 27 de febrero de 1709 por sus servicio en la guerra de secesión: Diputación Permanente y Consejo de la Grandeza de España y Títulos del Reino, archivo en línea consultado el 13 de marzo de 2021: https://www.diputaciondelagrandezaytitulosdelreino.es/guiadetitulo/?b. El título fue rehabilitado en favor de Blanca Carrillo de Albornoz y Elío en 1887 tras la muerte de su padre Anastasio Carrillo de Albornoz y Cárdenas, quinto marqués de Casa Torres, en 1871: Archivo Histórico Nacional, "Real despacho

parte de madre de una aristocrática familia asentada en Navarra descendiente de la casa Mendoza.

La madre de Blanca, doña Micaela Elio y Magallón, era hija de don Fausto Elio y Mencos, séptimo marqués de Vessolla, octavo conde de Ayanz y vizconde de Val de Erro. Por lo tanto, se trataba de una familia de posición privilegiada que estaba estrechamente relacionada con la aristocracia, la política y los círculos más íntimos de la corte. Estas relaciones se intensificaban en los meses de verano, cuando San Sebastián y la Costa Vasca se convertían en el centro político, social y cultural del reino. Los marqueses de Casa Torres acudían a los actos sociales organizados por las familias aristocráticas con residencia de verano en Zarauz, entre las que se encontraba la formada por Luisa Aragón y Barroeta Aldamar, hermana de Cesáreo, y su marido Luis Elio y Magallón, vizconde de Val de Erro y tío de Blanca. Asimismo, asistían a los diversos actos protagonizados por los monarcas en San Sebastián. También sabemos que mantenían una estrecha relación con los duques de Bailén, con quienes estaban emparentados a través de la familia de Blanca. María de la Encarnación Fernández de Córdoba y Carondelet, duquesa de Bailén, marquesa de Mirabel y de Portugalete, era grande de España y dama de la reina María Cristina, por lo que pertenecía al círculo social más íntimo de los monarcas. El Archivo Histórico Nacional guarda el Real despacho concediendo a doña Blanca Carrillo de Albornoz y Elío, Marquesa de Casa Torres, licencia para contraer matrimonio con don Cesáreo Aragón y Aldamar en septiembre de 1891[765]. La sexta marquesa de Casa Torres seguía así la obligación de la aristocracia de comunicar al soberano su intención de contraer matrimonio y pedir su licencia para poder llevarlo a cabo[766]. La licencia fue por supuesto concedida y la pareja participaría activamente en la corte y en los actos y celebraciones organizados por la misma, tanto en San Sebastián como en Madrid. Ejemplo de ello es la ocasión en que los marqueses de Casa Torres fueron invitados por la reina María Cristina a "una pequeña reunión" que se celebró "el domingo trece [probablemente de agosto de 1893] [a] las diez y cuarto de la noche en este Real Palacio de Miramar". Finalmente, este pequeño acontecimiento social se celebró el día 14,

de rehabilitación del título de Marqués de Casa Torres, a favor de doña Blanca Carrillo de Albornoz y Elío, sin perjuicio de tercero", AHN//CONSEJOS, 8990, A.1887, Exp.15.

[765] Archivo Histórico Nacional, Real despacho concediendo a doña Blanca Carrillo de Albornoz y Elío, Marquesa de Casa Torres, licencia para contraer matrimonio con don Cesáreo Aragón y Aldamar, AHN//CONSEJOS, 8974, A.1891, Exp.94.

[766] David García Hernán. "Familia, política y aristocracia en el Antiguo Régimen". Hernández Franco, Juan, y Mafalda Soares da Cunha. *Sociedade, Família e Poder na Península Ibérica: Elementos para uma História Comparativa/Elementos para una Historia Comparada.* (Évora: Publicações do Cidehus, 2010), 77-99, Web. http://books.openedition.org/cidehus/5346.

tal y como hubo de comunicar el mayordomo mayor de la reina por medio de un telegrama enviado a los marqueses a su villa de Getaria.[767]

Del mismo modo, los marqueses hacían las veces de anfitriones en aquellas ocasiones en las que, a lo largo de los meses de verano, los reyes y la corte visitaban Getaria con motivo de alguna conmemoración o acto de carácter festivo. En julio de 1909 el diario *ABC* daba cuenta del desarrollo de una regata de San Sebastián a Getaria en la que participó el rey Alfonso XIII, y tras la cual se organizó un fastuoso banquete en la villa de los marqueses de Casa Torres en Getaria, al tiempo que la revista *Novedades* ofrecía un completo reportaje fotográfico de la jornada a sus lectores. Según *ABC*:

> Su Majestad el Rey llegó a Guetaria á las doce menos cuarto, llevando en su balandro á la marquesa de Bayamo. Desembarcó poco después y se unió a los balandristas que, con el Ayuntamiento y otras Corporaciones, se hallaban esperándole en el muelle. También habían acudido á recibir á Su Majestad muchos aristócratas que veranean en aquella encantadora playa. El pueblo estaba engalanado con redes, banderas y flores. Después de los saludos y presentaciones de rigor, emprendió el Rey la marcha hacia la iglesia, seguido de los balandristas é invitados. Precedíalos una banda de música. Después de la visita á la iglesia, que estaba engalanada, trasladóse el Monarca al palacio de los marqueses de Casa Torre [sic]. Subió á las habitaciones que le tenían destinadas, y después de lavarse y cambiar de ropa salió al jardín, donde se sirvió un almuerzo, al que asistieron 150 comensales. En la mesa de honor, á la derecha é izquierda del Rey, tomaron asiento la marquesa de Casa Torre [sic], los presidentes de los Clubs de regatas de San Sebastián, Bilbao y Santander; los marqueses de la Mina, el gobernador y los Sres. Echagüe y Boado. Una banda de música amenizó el almuerzo.[768]

Los telegramas a los que antes se ha hecho referencia forman parte de un fondo documental que consta de material diverso como libros de cuentas, facturas, publicaciones periódicas o fotografías que pertenecieron a los marqueses de Casa Torres, y que hoy son propiedad del Ayuntamiento de Getaria. Dicho fondo no constituye un archivo familiar, sino que es el resultado de la recopilación de documentación dispersa encontrada en la villa decimonónica de

[767] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Telegrama enviado por el mayordomo mayor de la reina María Cristina a los marqueses de Casa Torres, c. 1890-1895.
[768] "Crónica regia. San Sebastián por teléfono", en *ABC*, Madrid, 20 de julio de 1909, 9.

los marqueses, una vez que ésta pasara a manos del Ayuntamiento, y antes de que fuera destinada a convertirse en sede de la Fundación Cristóbal Balenciaga. La documentación data de finales del siglo XIX y principios del XX, entre la década de 1880 y la de 1930 concretamente (salvo algunas excepciones), y es prueba de la íntima vinculación que durante muchos años la familia tuvo con esta casa y con Getaria. De modo que cabe afirmar que sus estancias en ella no se circunscribían a los veraneos de la corte, sino que se prolongaban varios meses a lo largo del año. Es más, la pareja se estableció en su villa de Getaria tras contraer matrimonio el 8 de septiembre de 1891, y sus dos hijas mayores, Blanca (madre de la futura reina Fabiola de Bélgica) y María Luisa Aragón y Carrillo de Albornoz, nacieron en Getaria y fueron bautizadas en la Iglesia de San Salvador el 30 de julio de 1892 y el 30 de octubre de 1893 respectivamente, y pasaron en Getaria los primeros años de su vida.

Arte

Entre los gustos y aficiones de los marqueses de Casa Torres cabe destacar su enorme interés por la historia y por el arte en todas sus formas. Cesáreo Aragón y Barroeta Aldamar fue nombrado vocal del primer Patronato del Museo del Prado en 1912, institución en la que desempeñaría un papel activo, y académico correspondiente de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, en San Sebastián, el 2 de enero de 1923. Divulgó sus conocimientos sobre arte en diversos artículos a través de diarios y revistas, como es el caso del ensayo sobre Velázquez que publicó en su suplemento español el diario británico *The Times* en 1914[769]. Asimismo, reunió a lo largo de su vida una importante colección de obras de arte entre las que se contaban pinturas de Velázquez, de Pantoja de la Cruz y, sobre todo, de Goya. Entre las adquisiciones a las que el marqués hace referencia en algunos de sus libros de cuentas hallados en Getaria destacan un retrato de Felipe II atribuido a Pantoja de la Cruz, que compró en diciembre de 1895[770], el Retrato del conde de Floridablanca, el Retrato del conde de Gausa y La cucaña, todos ellos de Goya, adquiridos el 30 de abril de 1900 al anticuario barcelonés Quer[771], o los retratos de Carlos IV y María Luisa de Parma del mismo autor que compró el 13 de junio del mismo año por un importe de 10.000 pesetas[772]. Asimismo, era famosa su colección

[769] Marquis of Casa Torres, "Diego Velasquez, Prince of Painters", *The Times Spanish Supplement*, Londres, 29 de junio de 1914, 22-23.
[770] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Libro de cuentas de Cesáreo Aragón y Barroeta Aldamar, que recoge sus gastos particulares y de la casa entre enero de 1894 y enero de 1896.
[771] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Libro diario de cuentas de Cesáreo Aragón desde 1.º septiembre de 1899 hasta 31 de diciembre de 1900.
[772] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Nota de Eloy L. de Lucena al marqués de Casa Torres, Madrid, 13 de junio de 1900.

de armaduras antiguas (llegó incluso a instalar un taller de restauración de hierros antiguos en su casa de Madrid), parte de la cual fue expuesta, junto a numerosos tapices también de su propiedad, en la Exposición Histórico-Europea de Madrid en 1892[773], y su colección de abanicos antiguos y miniaturas que se mostró en la Exposición "Bijou" celebrada en el Palacio Anglada en 1895[774].

El marqués de Casa Torres contaba además con una extensa biblioteca en la que destacaban obras especializadas en historia del arte y en temas históricos vascos, muchas de las cuales adquiría en Madrid y enviaba a su casa de Getaria, donde también recibía las numerosas revistas y publicaciones periódicas a las que estaba suscrito, como *Revue Illustrée*, *Figaro Illustrée*, *La Ilustración Española y Americana* o *Historia y Arte*. Los marqueses cultivaban su afición al arte en viajes por Europa en los que visitaban los museos, galerías y colecciones privadas que atraían su interés, realizando numerosas compras de catálogos, libros, láminas y fotografías que ilustraran su colección. Gracias a la documentación hallada en su villa de Getaria conocemos los detalles del viaje que ambos realizaron entre el 10 de octubre y el 27 de noviembre de 1899 visitando varias ciudades europeas. El viaje comenzó en París, para continuar en Amberes con el objeto de acudir a la exposición sobre Van Dyck organizada por el Koninklijk Museum voor Schone Kunsten[775] y el Museum Plantin-Moretus. Desde allí recorrieron distintas ciudades como Róterdam, Bruselas, Gante o Brujas, para trasladarse después a Londres desde Ostende, aunque no sin antes conocer La Porte de Hal y la Galerie d'Arenberg en Bruselas, o el museo del antiguo Hospital de St. Jan en Brujas. En Londres los marqueses aprovecharon para cumplir con varios compromisos sociales visitando a los condes de Casa Valencia (embajadores de España en Londres), al duque de Westminster o al duque de Wellington, entre otros. Sin embargo, no faltaron a su cita cultural y visitaron en varias ocasiones la National Gallery y la Dulwich Picture Gallery, adquiriendo numerosos catálogos y fotografías de sus respectivas colecciones. De Londres se trasladaron de nuevo a París, donde se establecieron durante más de dos semanas en las que no solo admiraron las muestras del Musée du Louvre, el Musée du Luxembourg o el Musée Carnavalet, sino que también aprovecharon para asistir a numerosas funciones de los más conocidos teatros de París, como el Moulin Rouge, la Salle de Mathurins o el Théâtre Parisiana. Finalmente, los marqueses regresaron a Biarritz para reunirse con miss

[773] "Exposición Histórico-Europea de Madrid, sala segunda y sala sexta", en *La Ilustración Española y Americana*, Madrid, 8 de diciembre de 1892, 387.
[774] "Exposición Artística en el Palacio Anglada", en *La Ilustración Española y Americana*, Madrid, 8 de junio de 1895, 263.
[775] Antwerp Koninklijk Museum voor Schone Kunsten, "Van Dijck Tentoonstelling", 12 agosto–15 octubre, 1899.

Farrell, la institutriz inglesa de sus hijos durante su largo viaje, trasladándose por fin a San Sebastián y a Getaria.

Sabemos, como ya se ha citado anteriormente, que muchas de las obras, catálogos y publicaciones sobre arte que los marqueses adquirían tanto en libreros especializados en Madrid como a lo largo de sus viajes eran depositados en las estanterías de la extensa biblioteca que habían ido organizando en su residencia de Getaria. Por desgracia, desconocemos si también las valiosas obras de arte que el marqués coleccionaba eran trasladadas a Vista Ona, aunque parece razonable que así fuera. Considerando las largas temporadas durante las cuales residían en Getaria, sobre todo hasta la década de 1920, es muy probable que el matrimonio quisiera disfrutar y rodearse de algunas de las pinturas que tanto apreciaban. Según algunos testimonios de vecinos de Getaria, el marqués de Casa Torres contrató los servicios de un matrimonio que residía en la villa y desempeñaba las funciones de cuidado y vigilancia de la casa hasta bien entrada la década de los cincuenta, lo que demuestra el valor de los muebles, libros y objetos que guardaba en su interior. Gaspar Eizaguirre Embil, tío de Cristóbal, y su esposa Josefa, eran precisamente los responsables de tan delicada tarea[776], lo que muestra tanto la vinculación de los marqueses de Casa Torres con la familia de Balenciaga como la confianza que la aristocrática pareja depositaba en sus diversos miembros.

Era este un mundo que, aunque no fuera el suyo, no le resultaba ajeno a Cristóbal Balenciaga desde su más temprana infancia. Es difícil saber cuánto de este ambiente de aprecio y conocimiento del arte pudo llegar al joven Cristóbal. No obstante, parece evidente por sus creaciones posteriores que tanto los pintores del Siglo de Oro español como Goya le inspiraron de un modo más o menos profundo. Considerando que no recibió educación superior alguna, ni mucho menos formación específica sobre arte o historia, debemos cuando menos valorar la posibilidad de que el joven Cristóbal se familiarizara con el mundo del arte, en el más amplio sentido de la palabra, a través de su contacto y relación con los marqueses de Casa Torres. Es más que probable que Cristóbal conociera bien el interior de Vista Ona y que su sensibilidad le permitiera admirar las obras, láminas y fotografías que la decoraban.

[776] Entrevista realizada a Jon Esnal Alegría, getariarra y antiguo Presidente de Juntas Generales de Gipuzkoa entre 1991 y 1995, el 20 de septiembre de 2006.

Moda

Existe otro aspecto en el que no cabe duda de que los marqueses de Casa Torres influyeron en Cristóbal Balenciaga. Se trata de la moda que estos consumían, algo que, sin lugar a dudas, Balenciaga consideró un arte desde que tuvo uso de razón. Las numerosas compras que ambos realizaban en sus viajes son muestra de la exquisitez del guardarropa de los marqueses y de la importancia que conferían a su atuendo. Ambos adquirían trajes y complementos en los dos grandes centros de moda internacional de la época: Londres y París. Mientras la capital británica contaba con los sastres más reputados del mundo, los afamados modistos de París imponían tendencias que se difundían a través de revistas dirigidas al público femenino, a muchas de las cuales estaba suscrita la marquesa.

Tailoring & Couture

Tanto Cesáreo como Blanca compraban habitualmente prendas como trajes, gabanes o capas en reputadas casas de sastrería inglesas, no solo en Londres, sino también en las numerosas sucursales que muchas de ellas habían establecido en París tentadas por el auge de la sastrería. Así, los marqueses eran clientes habituales de la casa Henry Creed & Co., fundada en 1760 en Londres y establecida en París desde 1854, cuya reputación se había consolidado entre el público femenino por el impecable corte de sus trajes sastre para mujer.

Es muy probable que la marquesa de Casa Torres recurriera a este tipo de traje, sobre todo cuando se encontraba en Getaria, donde desarrollaba una vida especialmente activa, haciendo compras en San Sebastián, viajando a Biarritz y Pamplona, o jugando al tenis en la cancha que los marqueses habían instalado en los jardines de Vista Ona. En Biarritz, adonde se trasladaba con mucha frecuencia para realizar sus compras, la marquesa adquiría trajes y abrigos en las sastrerías Old England-British Tailors, Scotland-British Tailors o la casa Orossen.

Además de los trajes sastre y la indumentaria más funcional, la marquesa de Casa Torres adquiría en las casas de las principales modistas parisinas de la época sus trajes más formales. Entre ellas destacan la modista Jeanne Hallée, la creadora de sombreros y tocados madame Heitz-Boyer o la casa W. L. Levilion, "proveedora oficial de S. A. R. la Srma. Sra. Infanta D.ª María Isabel Francisca"[777], hermana de Alfonso XII. Sin embargo, el nombre más famoso de

[777] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Factura de W. L. Levilion a la marquesa de Casa Torres, 19 de noviembre de 1901.

su guardarropa era, sin lugar a dudas, el de la casa Worth, fundada en París en 1858 por el modisto británico Charles Frederick Worth.

Cristóbal Balenciaga tuvo la oportunidad de admirar el impecable corte de los trajes sastre y los suntuosos tejidos y bordados de los vestidos de noche de la marquesa desde su infancia. El profundo conocimiento que adquirió de las modas más exclusivas de finales del siglo XIX y principios del XX marcaría su formación de modisto de manera determinante. De hecho, son muchos los cortes, diseños, adornos y detalles característicos de la moda de este período que dejaron su impronta en la obra de Balenciaga. El modisto de Getaria recurrió, sobre todo a la hora de diseñar sus fastuosos vestidos de noche, a elementos tan propios de la moda Worth como las colas exentas, los tejidos que recordaban a los pesados rasos de finales del siglo XIX, los riquísimos bordados florales e incluso las siluetas reminiscentes de la moda del polisón que Worth introdujo, en contraposición a la aparatosa crinolina que había reinado en la primera mitad del siglo XIX. Balenciaga compartía con Worth su fascinación por las modas del siglo XVIII, y muchas de sus creaciones parecen recrear *la robe à la française* característica de este siglo, aunque tomando como referencia la interpretación que se hizo de ella en la segunda mitad del siglo XIX, más que los vestidos que podemos contemplar en las obras de Watteau. Sin embargo, Balenciaga dominaba el arte de la costura hasta tal punto que pudo hacer uso de las voluptuosas siluetas y formas de la moda que Worth impuso a finales del siglo XIX, sin por ello tener que recurrir a las incómodas estructuras internas, como corsés, polisones o almohadillas, que entonces oprimían el cuerpo de la mujer. Durante el resto de su vida supo conjugar con maestría el rigor en el corte de los sastres ingleses y el genio creativo de los modistos parisienses, pilares fundamentales de la moda de finales del siglo XIX.

Confection

Los marqueses de Casa Torres conocían bien la experiencia de comprar en los grandes almacenes parisinos más importantes y eran clientes habituales en Au Bon Marché, Les Grands Magasins du Louvre y Galeries Lafayette, además de frecuentar otros establecimientos como Aux Trois Quartiers o Printemps. Adquirían innumerables muebles y artículos para sus residencias de Getaria y Madrid, así como tejidos, accesorios y prendas (sobre todo de ropa blanca y lencería) para ellos y sus hijos en sus frecuentes viajes a París. En el viaje que el matrimonio Casa Torres realizó entre el 20 de septiembre y el 28 de noviembre de 1900, con objeto de visitar la Exposición Universal en París, los marqueses acumularon 36 facturas en los 27 días en que visitaron alguno o varios de los principales grandes almacenes de la ciudad,

destacando especialmente las numerosas compras realizadas en Au Bon Marché y en los Grands Magasins du Louvre, lo que da muestra de su afición a este nuevo concepto comercial que combinaban con sus habituales visitas a los establecimientos más exclusivos de París.

Los marqueses también realizaban numerosos encargos por catálogo desde Getaria, cuyo transporte gestionaban a través de agentes comisionistas, aunque estos disminuyeron en la medida en que la marquesa de Casa Torres pudo realizar sus compras en las sucursales que los principales grandes almacenes parisinos fueron abriendo en Biarritz, Bayona o San Sebastián. Fue precisamente la agencia-sucursal de Les Grands Magasins du Louvre que se estableció en la capital gipuzkoana en 1911 la que desempeñaría un papel determinante en la carrera profesional de Cristóbal Balenciaga. Su paso por este establecimiento donostiarra proporcionaría al modisto la oportunidad de perfeccionar su técnica, destacar como profesional de la costura y conocer de primera mano la dinámica industria de la moda parisina en sus diversas vertientes.

4.1.3. Martina Eizaguirre

El llamado Fondo Casa Torres del Ayuntamiento de Getaria no solo nos informa sobre el comportamiento y los hábitos de consumo de una familia aristocrática a finales del siglo XIX, sino que revela datos interesantes sobre la naturaleza de la relación de dicha familia con Cristóbal Balenciaga y la influencia que pudo ejercer en la vida del modisto. Más allá de la relación que José Balenciaga, en su condición de alcalde de Getaria, mantuviera con el marqués de Casa Torres, Martina Eizaguirre, madre de Cristóbal, desempeñó también un papel fundamental en el desarrollo de dicha relación.

Según los libros de cuentas de cocina de Blanca Carrillo de Albornoz, en los que se detallan todos los gastos relacionados con las actividades diarias de la casa, la marquesa contrataba los servicios de varias costureras, ya fuera para coser trajes para el ama, arreglar forros y botones, o coser sus vestidos de día. Aunque la mayoría de las costureras que contrataba llevaban a cabo labores diversas para la familia, lo cierto es que algunas terminaban especializándose, confeccionando ropa para los miembros del servicio, trajes para los niños, o vestidos, trajes y blusas para la marquesa; y era a estas últimas a las que mayor destreza y profesionalidad se les exigía en la ejecución de las prendas. Martina Eizaguirre aparece referida en numerosas ocasiones en el libro que detalla los gastos de la casa entre enero de 1894 y diciembre de

1896[778]. Por lo tanto, Martina no solo comenzó a trabajar como costurera mucho antes de enviudar en 1906, sino que ya había comenzado a coser para la marquesa de Casa Torres antes del nacimiento de Cristóbal en 1895 al tiempo que José desempeñaba sus funciones de concejal y alcalde en el Ayuntamiento de Getaria. En estos primeros años, las labores de Martina parecen ser de importancia menor ya que, a pesar de la falta de detalle en las entradas de los libros, las cuantías que se le abonan son más bien modestas. Sin embargo, no solo se siguen contratando sus servicios en años consecutivos (al contrario de lo que ocurre con otras costureras), sino que van en aumento tanto la importancia de las labores que se le asignan como las cantidades que factura por trabajo.

En la entrada correspondiente a los gastos del 28 de octubre de 1901, la marquesa escribe "Costurera, Martina (de los niños); 39,50 ptas."[779], lo que significa que, cuando Cristóbal contaba con seis años, Martina realizaba los trajes y vestidos de los niños de los Aragón y Carrillo de Albornoz. Varias de las facturas realizadas a mano por Martina se han conservado entre los documentos archivados por los marqueses, y algunas de ellas se corresponden con las entradas de los libros de cuentas, como es el caso de la arriba mencionada.

Son numerosas las versiones de que se han difundido sobre el modo en que Cristóbal Balenciaga conoció a la marquesa de Casa Torres, quien supuestamente se erigiría en su generosa mecenas de por vida. De todas ellas, sin duda la más poética es la que nos dejó Pauline de Rothschild, amiga y clienta del modisto, según la cual:

> Por el centro de una calle, oscurecida por las sombras de sus casas de gruesa piedra, caminaba una mujer de espaldas al resplandor del mar. Llevaba un traje de color pálido, hasta los tobillos, hecho con shantung de seda. Las casas, cerradas a cal y canto, la envolvían. Un muchacho la observaba. Cuando la mujer llegaba a la altura del muchacho, este subía por un cantón lateral del pequeño pueblo pesquero […] bajaba corriendo por otro hasta situarse de nuevo ante ella. Entonces observaba. Un día él se le acercó y le preguntó si le permitiría diseñar un conjunto para ella. Tendría unos trece años, con el pelo oscuro, ojos más oscuros aún y la sonrisa que le caracterizaría durante

[778] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Libro de Blanca. Gasto de casa y cocina. Años 1894-95 y 96.
[779] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Diario de Blanca Carrillo de Albornoz y Elio, en el que se recogen los gastos de casa y cocina de los marqueses de Casa Torres entre el 1 de enero de 1901 y el 31 de diciembre de 1906.

> el resto de su vida. "¿Por qué quieres hacer eso?", le preguntó ella. Él contestó: "Porque creo que puedo". Ese muchacho era Cristóbal Balenciaga. La señora en cuestión era la marquesa de Casa Torres. No conocemos el resultado de su primer intento. En cualquier caso, fue gracias a la marquesa como inició los largos años de aprendizaje de su profesión[780].

A pesar del indudable atractivo de dicho testimonio y de otros como el de Cecil Beaton[781], es la versión de otra gran amiga de Balenciaga y profesional de la moda, Bettina Ballard (editora de la edición americana de la revista Vogue en París entre 1934 y 1940), la que resulta más real y convincente. Según dicha autora, que conocía a Balenciaga antes de que este presentara su primera colección en París:

> […] la madre de Cristóbal cosía para sacar adelante a sus hijos. En verano, la aristocrática y rica familia de los Casa Tores [sic] procedente de Madrid ocupaba una villa sobre el mar, y Cristóbal jugaba con los niños y observaba entusiasmado los trajes de París que la abuela de estos vestía. Un día, cuando era apenas un adolescente, ella se le acercó en la villa para interesarse por la salud de su madre, preguntándole qué iba a hacer para ayudarla cuando se hiciera un poco mayor. «Haré ropa preciosa como el traje que lleva usted» dijo solemnemente. Ella rió y le preguntó qué sabía de costura. «Puedo coser» le dijo, y queriendo impresionarla más de lo que había deseado nada en la vida, se apresuró a decir: «Podría copiar el traje que lleva puesto si tuviera el lino necesario.» «¡Copiar este traje! Cristóbal, ¡qué ocurrencia!» bromeó. Después de mucho hablar, ella le prometió enviarle su traje y algo de lino esa misma noche apostando que no podría hacerlo. Lo hizo, trabajando con seriedad, sin dejar la máquina de coser de su madre hasta que hubo terminado. Desde el momento en que Cristóbal entregara orgulloso el traje la gran señora se convertiría en su protectora[782].

El propio Cristobal Balenciaga dio su versión de los hechos en la entrevista anteriormente citada publicada por *Paris Match* en 1968, años antes que sus fieles amigas y clientas publicaran sus propias interpretaciones.

---

[780] *The World of Balenciaga*, catálogo de exposición (Nueva York: Metropolitan Museum of Art, 1973).
[781] Cecil Beaton, *The Glass of Fashion* (Londres: Weidenfeld & Nicolson, 1954) 259-268.
[782] Bettina Ballard, *In My Fashion* (Nueva York: David Mckay Co, 1960), 112-113.

> Mi padre era pescador, mi madre una costurera local. Mi suerte fue que, en este pueblo de Guétaria [sic] cerca de San Sebastián, se encontraba la residencia de verano de una gran dama, la marquesa de Casa-Torrès [sic], la bisabuela de la futura reina Fabiola. Solo tenía ojos para ella cuando llegaba a misa cada domingo, bajando de su *tilbury*, con sus largos vestidos y sus sombrillas de encaje. Un día, reuniendo todo mi valor, le pedí que me permitiera visitar su guardarropa. Encantada, ella estuvo de acuerdo. Y así viví meses maravillosos, todos los días después de la escuela, conviviendo con las planchadoras de la marquesa, en el último piso del palacio, acariciando las telas, examinando cada pliegue, cada puntada de todas estas obras maestras. [783]

Efectivamente sorprende que Balenciaga no haga referencia alguna a la relación de su madre con los marqueses de Casa Torres, para quien Martina realizaba trabajos de costura en los años que preceden a este acontecimiento, y antes incluso del nacimiento del propio Cristóbal. Sin embargo, tratándose de una entrevista relativamente corta que tenía como objetivo informativo el cierre de la legendaria *Maison Balenciaga* de París resulta comprensible que nos hallemos antes una versión abreviada del relato compartido por el modisto con la periodista. Balenciaga aclara en su testimonio que la mujer que le fascinó siendo solo un niño no fue tanto Blanca Carrillo de Albornoz y Elio, sexta marquesa de Casa Torres, sino la madre de esta, María Micaela Elio y Magallón, marquesa viuda de Casa Torres, quien, a tenor de los poemas que le dedicaron algunos de los escritores de la época, era considerada toda una belleza[784]. La marquesa viuda de Casa Torres visitaba a menudo a su única hija (a quien tan solo llevaba dieciséis años) y pasaba largas temporadas junto a su familia en Getaria, tal y como lo atestiguan las numerosas fotografías de familia tomadas por el marqués de Casa Torres en Vista Ona.

Además de los detalles del encuentro, Balenciaga describía en su entrevista lo que siguió a su primer contacto con el elegante guardarropa de la marquesa viuda de Casa Torres:

> Tenía 12 años cuando la marquesa me autorizó a realizarle un primer modelo. Y puede imaginar usted mi alegría cuando, el domingo siguiente, vi que la noble dama llegaba a

[783] Virginie Merlin, "Balenciaga devient un visage", *Paris-Match*, 10 de agosto de 1968, 57.
[784] Manuel Cañete, "A la Señora Marquesa de Casa-Torres, ausente", en *La Ilustración Española y Americana*, Madrid, 16 de junio de 1872, 366; F. Pérez Echevarría, "De la Señora Marquesa de Casa-Torres", en *La Ilustración Española y Americana*, Madrid, 22 de enero de 1880, 50.

> la iglesia ¡con mi vestido! Fue así como hice a la vez mi entrada en la alta costura y en la alta sociedad.[785]

A pesar de la reputación de Balenciaga de hombre discreto y reservado, descubrimos a un niño valiente y apasionado; la relación de sus padres con los marqueses de Casa Torres hubo sin duda alentado dicho arrojo. En cualquier caso, su testimonio es coherente con otras informaciones que hemos podido comprobar sobre su infancia, su relación con su madre y la vida de ésta como costurera en Getaria. Así, Martina Eizaguirre también realizaba diversas labores de costura para otras familias que poseían villas en Getaria, y algunos testimonios confirman que efectivamente un Cristóbal adolescente acompañaba a su madre en las visitas que ésta les hacía para tomar encargos o realizar pruebas. Es el caso de la familia Guibert, oriunda de Azpeitia, que aún hoy posee una hermosa villa en la localidad costera. Mauricio Guibert Aramburu y Ambrosia Eceiza Arzuaga pasaban largas temporadas en Getaria desde que contrajeran matrimonio en 1891, sobre todo en los meses de clima más apacible, período durante el cual Martina se convertía en la costurera de Ambrosia. Tal y como todavía hoy recuerda Ángel Guibert contar a su abuela, en uno de los habituales días en los que Cristóbal acompañaba a su madre a casa de los Guibert, Ambrosia Eceiza, viendo la pasión del joven Cristóbal, le sugirió que le hiciera una blusa, trabajo que desempeñó con gran esmero[786].

De este modo, era la relación establecida por su madre con las familias de posición para las que cosía la que animaba al joven Cristóbal a llevar a la práctica todo lo que ya había aprendido. La confianza y naturalidad con la que trataban los marqueses de Casa Torres a aquellos que trabajaban a su servicio se intuye por las anotaciones que estos hacían en sus libros de cuentas sobre regalos, propinas de agradecimiento y detalles de tipo familiar. Pero son, sobre todo, las fotografías de finales del siglo XIX que se encuentran entre la documentación hallada en su villa de Getaria las que nos lo transmiten. Sabemos por los libros de cuentas del marqués de Casa Torres que este era un gran aficionado a la fotografía y que no solo adquiría numeroso material fotográfico en distintos establecimientos especializados de San Sebastián y Madrid, sino que también organizaba viajes y excursiones con el único fin de realizar fotografías. Así, según su libro de cuentas, el 28 de marzo de 1894 adquiría en la casa Latieule de San Sebastián

[785] Virginie Merlin, "Balenciaga devient un visage", *Paris-Match*, 10 de agosto de 1968, 57.
[786] Relatado por Ángel Guibert Delclaux, nieto de Mauricio Guibert Aramburu y Ambrosia Eceiza Arzuaga.

artículos de fotografía por valor de 263,65 pesetas[787], y el 15 de abril del mismo año daba una "Propina al patron [sic] del barco Paco (de La Coruña) en el cual estuve haciendo fotografías"[788]. Sin embargo, casi todas las fotografías que nos han llegado fueron tomadas en Vista Ona y, sobre todo, en sus amplios jardines. En ellas vemos a sus hijos cuando estos eran aún unos niños, así como a otros miembros de la familia y amigos que los visitaban en los meses de verano. Sin embargo, es realmente significativo que el marqués realizara un considerable número de retratos de miembros del servicio, tanto de aquellos internos que se desplazaban con ellos desde Madrid, como de hombres y mujeres de Getaria cuyos servicios contrataban durante su estancia estival. Su pose es relajada y muestra que las fotografías se tomaban en un ambiente familiar y distendido. También destacan varios retratos de grupo de lo que parecen ser familias de Getaria que, según algunos testimonios, acudían al marqués sabiendo de su afición a la fotografía para pedirle que los retratara.

Fue así como Cristóbal Balenciaga, nacido en el seno de una humilde familia en una pequeña localidad costera dedicada a la pesca, tuvo acceso a los gustos y costumbres de la aristocracia europea. Más allá de la oportunidad y la ayuda material que la marquesa de Casa Torres pudiera ofrecerle, lo cierto es que Balenciaga conoció y experimentó desde niño (si bien como espectador) el modo de vivir y los hábitos de consumo de una élite internacional. Sin duda, todo ello debió de marcarle y contribuir de manera determinante tanto a su formación personal como profesional.

En definitiva, se puede afirmar que la infancia y los primeros años de adolescencia de Cristóbal Balenciaga fueron de enorme importancia para la formación personal y profesional del futuro modisto. Con su madre, Martina Eizaguirre, aprendió a coser siendo aún niño, utilizando para ello la máquina de coser que Martina tenía en el pequeño taller de su domicilio de Getaria. La admiración y el respeto por su madre, así como un profundo agradecimiento por haberle introducido en lo que se convertiría en su pasión y modo de vida, le llevaron a guardar con celo esa máquina de coser, que situó ante la chimenea de su casa de Igeldo muchos años después de haberla utilizado por primera vez. Fue también de la mano de sus padres como se introdujo en

[787] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Libro diario de cuentas de D. Cesáreo Aragón y Barroeta Aldamar desde 1.º de Enero de 1894 hasta [el 31 de diciembre de 1895].
[788] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Libro diario de cuentas de D. Cesáreo Aragón y Barroeta Aldamar desde 1.º de Enero de 1894 hasta [el 31 de diciembre de 1895].

la vida de los marqueses de Casa Torres, una aristocrática familia que le abrió los ojos a un mundo totalmente distinto del que compartía con sus amigos y familiares de Getaria. En *Vista Ona* se le presentó la oportunidad de admirar su forma de vida, sus gustos artísticos e intelectuales, y lo que era más importante para él, su exclusivo guardarropa. Junto con su madre, y gracias a su audacia y a su carácter resuelto, tuvo acceso a lo más representativo y exquisito de la moda de fines del siglo XIX y principios del XX, y conoció los cortes, los tejidos y los diseños de los mejores sastres ingleses y modistos parisienses de la época, lo que sin duda constituyó una excelente y temprana introducción al mundo de la moda, y como él mismo destacaría, a la alta sociedad. Todo ello ocurría en un momento en el que San Sebastián orientaba gran parte de su actividad económica hacia el fomento de un veraneo de élite, que no solo afectaba a la capital, sino también a otras localidades costeras del territorio, entre las que destacaba la villa de Zarauz, a apenas 5 kilómetros de Getaria, y donde se reunían algunas de las familias nobiliarias más destacadas del país. En este proceso desempeñó un papel determinante el llamado veraneo regio, promocionado por la reina regente María Cristina e imitado por la corte. De sus modos, modas y de los actos en los que participaban tuvo también noticia Cristóbal Balenciaga a través de su padre. Como patrón de la escampavía Guipuzcoana, José Balenciaga trasladaba a los miembros de la familia real y la corte en sus excursiones y salidas de recreo por el territorio, así como en sus desplazamientos por la bahía de La Concha, tal y como lo había hecho su cuñado antes que él. Desde su modesta posición, conoció a la reina y a sus hijas y damas, y pudo trasladar estas experiencias a su hijo más joven. Cristóbal tuvo la oportunidad de verlo con sus propios ojos y de admirar los rígidos, aunque magníficos, atuendos de la reina y de sus damas. Es muy probable que pudiera incluso compartir toda aquella vivencia con su primo Mariano Cristino Alfonso.

4.2. La Bella Easo: formación y consolidación

Cristóbal Balenciaga decidió dedicarse a la costura cuando era todavía un adolescente, posiblemente antes de que propusiera a la marquesa de Casa Torres copiar su elegante vestido. Sin embargo, un muchacho tan joven e inexperto como él necesitaba ayuda y contactos para poder desarrollar lo que aún no era más que una pasión. El joven Balenciaga inició su formación profesional de mano de la marquesa y la marquesa viuda de Casa Torres, siendo admitido en uno de los elegantes establecimientos que la familia frecuentaba en San Sebastián. El comercio en la capital donostiarra había experimentado un importantísimo auge desde las últimas décadas del siglo XIX, fomentado por su intensa actividad turística. Así, se fue "desarrollando un comercio diversificado, pero sobre todo de lujo, para responder al elevado poder adquisitivo de la burguesía donostiarra y del veraneante de largas estancias"[789]. El 6 de agosto de 1911, la revista *Novedades* señalaba que:

> Como el lector habrá podido observar, venimos dedicando atención, desde hace algún tiempo, al florecimiento comercial en San Sebastián, que es verdaderamente notable. Casi diariamente se abren al público nuevos establecimientos, montados con todo el lujo y el "confort" correspondiente a una gran ciudad, y nosotros creemos cumplir nuestra misión informadora ofreciendo al público noticias de los mismos[790].

Al igual que ocurría en Biarritz, las elegantes que acudían a San Sebastián en los meses de verano convertían el paseo de La Concha, el Gran Casino, las carreras o el golf en un escaparate viviente donde se mostraban las últimas modas de París. Muchas de ellas adquirían su guardarropa de temporada en las más reputadas casas de Madrid y París, antes de trasladarse a San Sebastián siguiendo a la corte. Asimismo, eran ellas las primeras en lucir las nuevas creaciones de la temporada de otoño, que se apresuraban a comprar en los mejores establecimientos de Biarritz y San Sebastián en las semanas previas al final oficial del verano. Entre las casas más reputadas de la ciudad destacaban Modas Múgica Hermanas, establecida desde 1903 en el número 20 de la calle Garibay, y Eustachette Urdapilleta, sita en el número 15 de la calle Vergara. Ambas se trasladaron a nuevos emplazamientos en el transcurso de la década de 1920, a la calle Hondarribia F la primera, y al número 9 de la calle Manterola, ya bajo el nombre de Eustachette, la segunda. Ambas casas eran frecuentadas por las reinas María

[789] Montserrat Gárate Ojanguren y Javier Martín Rudi, *Cien años de la vida económica de San Sebastián (1887-1987)* (Donostia-San Sebastián: Instituto Dr. Camino de Historia Donostiarra, 1995), 270.
[790] "San Sebastián comercial", *Novedades*, San Sebastián, domingo 6 agosto de 1911.

Cristina y Victoria Eugenia, así como por sus damas y por la marquesa de Casa Torres, distinguiéndose la casa Eustachette por poseer el título de proveedora oficial de la casa real. *La Revista Azul*, publicación fundada en 1926 por la periodista y dramaturga Sofía Blasco, dedicó elogiosos artículos a ambas casas en la sección de moda de su número de agosto de 1926. "Una artista de la moda" era el título de la crónica sobre Madame Eustachette, "la encantadora francesa, casi donostiarra que reside hace tantos años entre nosotros, me enseña una lindísima colección, veo preciosidades de la «haute couture» tenga tanta predilección en Palacio y entre la aristocracia madrileña y donostiarra"[791]. Madame Eustachette no era en realidad francesa sino donostiarra, nacida Eustaquia Urdampilleta Zuviaurre según su acta de bautismo de 25 de agosto de 1879 en la Basílica Santa María del Coro de dicha ciudad[792]. La modista donostiarra contrajo matrimonio con León Ruffin, a quien se menciona en la crónica y quien trabajaba junto a su esposa en la gestión del reputado establecimiento. Es probable que, tras una larga ausencia de Eustaquia trabajando en la moda, ya fuera en París o en Biarritz, ésta hubiera regresado a la capital donostiarra acompañada de su marido, decidiendo afrancesar su nombre y sus orígenes para añadir un halo de distinción a su elegante establecimiento. Eustachette Urdapilleta, tal y como se lee en la cabecera de una factura emitida a la marquesa de Casa Torres el 4 de agosto de 1913[793], adquiría modelos de establecidas casas de alta costura de París para proponérselos a su clientela donostiarra, así como a las visitantes que acudieran a San Sebastián durante la temporada de verano. Según la crónica de *La Revista Azul*, "el talento de madame Eustachette no estriba solo en adquirir modelos y copiarlos, sino que sabe crear y adaptar a nuestro ambiente lo exagerado de la moda".[794] El artículo "En casa de las Hermanas Múgica", ponía igualmente el valor de la larga trayectoria de estas *modistes* donostiarras cuyos sombreros "pueden hacer pareja con las creaciones parisinas"[795]. Subrayando igualmente la preeminencia de las hermanas Múgica entre la colonia aristocrática, la cronista incidía en sus recurrentes viajes a París con el fin de estar al día de las últimas novedades en materia de moda: "Cada quince días se remplazan estas tres hermanas, unidas con el mismo cariño en su negocio yendo a París estando al corriente de la moda como si allí vivieran y presentando este año, según costumbre, una maravillosa colección."[796]

[791] "Una artista de la moda", *La Revista Azul*, agosto de 1926, 30.
[792] Archivo Histórico Diocesano de San Sebastián, DEAH/F06.062//3978/002-01(f.160r,no313/B,1879-08-25).
[793] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Factura Eustachette Urdapilleta a la marquesa de Casa Torres, 4 de agosto de 1913.
[794] "Una artista de la moda", *La Revista Azul*, agosto de 1926, 30.
[795] "En casa de las Hermanas Múgica", *La Revista Azul*, agosto de 1926, 31.
[796] "En casa de las Hermanas Múgica", 31.

Junto a ellas, proliferaron numerosos comercios regentados por reconocidas modistas como Elisa Arin, Romero y González, Paulina Alfaro o Louise Ransinangue. Tal y como nos informan los periódicos de la época, todas ellas viajaban a París dos veces al año (marzo-abril y agosto-septiembre) para ver las colecciones que las principales casas de costura parisienses presentaban en sus salones, y adquirir aquellos modelos que creyeran más adecuados para los gustos de sus clientas.

4.2.1. Balenciaga sastre

Existían también numerosas sastrerías en las que se confeccionaban trajes, abrigos y todo tipo de sobretodos y accesorios siguiendo las técnicas de corte de la tradición sartorial inglesa. Al igual que ocurría en toda Europa, muchos de sus propietarios elegían términos y nombres ingleses para denominar sus comercios, confiando en transmitir a los clientes su buen hacer y dominio del corte inglés. Tal era el caso de las sastrerías New England, Piccadilly, The Popular Tailor o The English Tailor, todas ellas activas en San Sebastián en la década de 1910. Tanto en estas como en otras sastrerías y almacenes de novedades, como Casa Madrazo, Casa Gómez, Tomás Carasa y C.ª, José Sigüenza o La Perla Vascongada, se daba una gran importancia a los sastres cortadores, cuyo nombre se indicaba en los numerosos anuncios publicitarios de los periódicos de la época, dando incluso detalles de los establecimientos en los que estos habían trabajado anteriormente. En 1912, Pierre Foillot se estableció como reputado sastre para señoras, anunciándose en *Novedades* el 14 de julio de ese mismo año. El anuncio en cuestión no solo informaba sobre la nueva apertura y dirección del establecimiento, sino que añadía, en relación con el Sr. Foillot, que este era "ex cortador de la Casa Gómez (de la sucursal de la calle Elcano, 9)"[797]. Es muy probable que el Sr. Foillot decidiera anunciarse así confiando en que la fidelidad de sus clientas de Casa Gómez le ayudaría en su nueva empresa en solitario. Y ciertamente así debió de ser ya que el 4 de agosto de ese mismo año, la revista *Novedades*, en un artículo dedicado a los lujosos comercios de la capital donostiarra, afirmaba con contundencia que: "Entre las señoras elegantes es cosa sabida que uno de los mejores modistos que tienen casa abierta en San Sebastián es el señor Foillot"[798]. El artículo incluía "una vista interior de esta casa establecida con todo lujo en el número 4 de la calle Legazpi" que mostraba la nueva Casa Pierre Foillot en todo su esplendor, decorada con gusto exquisito, y en ella a una clienta ataviada con un traje sastre, posiblemente creación del propio Foillot.

[797] *Novedades*, Donostia-San Sebastián, 14 de julio de 1912.
[798] *Novedades*, Donostia-San Sebastián, 4 de agosto de 1912.

New England

Podríamos decir que los principios de Cristóbal Balenciaga fueron muy similares a los del Sr. Foillot. Tal y como señala Marie-Andrée Jouve, Balenciaga inició su carrera profesional en el mundo de la costura como aprendiz en una conocida sastrería de San Sebastián[799]. La marquesa viuda de Casa Torres, impresionada por las aptitudes de un jovencísimo Cristóbal Balenciaga, le ayudó a iniciarse en su carrera como modisto recomendándole en uno de los establecimientos que ella misma frecuentaba en la capital donostiarra. Desgraciadamente no sabemos a ciencia cierta de cuál de estos establecimientos se trata, aunque, a juzgar por los hábitos de consumo de los marqueses de Casa Torres, bien podría tratarse de cualquiera de los anteriormente citados. Sin embargo, algunos testimonios nos ofrecen información suficiente como para plantear una hipótesis.

La Casa Gómez, sita en el número 13 del Boulevard, se anunciaba con asiduidad en diarios y revistas como "la sastrería más importante y preferida por el público distinguido"[800] y de ella han dicho las crónicas donostiarras que constituyó "la matriz de donde han salido la mayoría de los sastres y camiseros establecidos en San Sebastián"[801]. En marzo de 1908 el diario ABC le dedicaba las siguientes líneas:

> Es una de las sastrerías más elegantes y acreditadas de San Sebastián y la casa más importante de España en artículos de sport para automovilistas. En su hermoso establecimiento del bulevar se encierran las más altas novedades en sombrerería, camisería, paragüería y artículos de piel. En sus importantes secciones de sastrería para señoras y caballeros tiene notables cortadores, habiendo traído esta casa recientemente de París uno especial y exclusivo para trajes de señora, en los que esta casa es una especialidad. Para el mes de octubre próximo la casa Gómez va á instalar una sucursal en Madrid, al frente de la cual pondrá a este afamado cortador parisién[802].

Debido a la creciente importancia de la sección de sastrería para señoras de Casa Gómez, este establecimiento no solo extendió su actividad a Madrid, sino que abrió una segunda sucursal en el número 9 de la calle Elcano de San Sebastián exclusivamente dirigida al atuendo femenino.

---

[799] Marie-Andrée Jouve y Jaqueline Demornex, *Balenciaga* (París: Éditions du Regard, 1988), 20.
[800] *Novedades*, Donostia-San Sebastián, 3 de septiembre de 1911.
[801] E. Ureña, "New England se abrió al público el 13 de Marzo de 1908", en *San Sebastián: Revista Anual Ilustrada*, año 24, n.º 24 (20 de enero de 1958), 51.
[802] *ABC*, Madrid, 25 de marzo de 1908, 14.

La nueva sucursal se anunciaba en la revista *Novedades* en junio de 1909 en los mismos términos utilizados en anteriores anuncios publicitarios, afirmando que "esta casa, que cuenta con uno de los mejores cortadores de París, tiene constantemente expuestos en su escaparate los últimos modelos de creación propia"[803]. Este destacado cortador parisién fue el mismo señor Foillot que años más tarde inauguraría su propio comercio en San Sebastián, aunque desconocemos si fue también él quien se hiciera cargo de poner en marcha la nueva sucursal de la sastrería Gómez en Madrid. Sin embargo, lo que sí parece cierto es que los mejores sastres de la ciudad se formaban en dicho establecimiento.

Fue precisamente en Casa Gómez donde los tres fundadores de la sastrería New England se conocieron y decidieron, a lo largo de arduas horas de trabajo y numerosas conversaciones, establecerse por su cuenta en un amplio local del número 10 de la calle Elcano (curiosamente contiguo a la sastrería para señoras de la Casa Gómez), que entonces ocupaba el famoso Bazar de Campión, al que añadieron además el entresuelo del edificio. La nueva sastrería de los señores Romeo, Quemada y Villar abrió sus puertas al público el 13 de marzo de 1908 y pronto se convirtió en lugar de referencia para la más elegante y distinguida clientela de San Sebastián, así como para aquellos que acudían a la capital donostiarra cada verano. Según Eduardo Ureña[804], uno de los primeros clientes de New England fue el barón de las Torres, hasta entonces asiduo comprador de Casa Gómez, que, junto a otras destacadas personalidades de la época, confió en el buen hacer de los tres sastres en su nuevo proyecto comercial. Entre ellas cabe destacar las familias Satrústegui, Gaytán de Ayala, Rezola o Lizarriturry entre otras, así como conocidos aristócratas como los duques de la Victoria, los del Infantado, los condes de Romanones o los condes de Villafranca y Villahermosa. Según Ureña, fueron también destacados clientes de New England la reina María Cristina y el rey Alfonso XIII y sus hijos.

Las obras del nuevo establecimiento se realizaron bajo la dirección del arquitecto donostiarra Domingo Aguirrebengoa, quien decidió sustituir las pilastras-muros por columnas de hierro para conferir más amplitud a los interiores y escaparates. Precisamente, "los escaparates del establecimiento que daban a la calle Elcano fueron considerados como una obra de extremada audacia para aquella época"[805]. Sin embargo, no sería esta la única audacia de los sastres de New England, ya que fueron precisamente sus fundadores los que osaron lanzar en San

[803] *Novedades*, Donostia-San Sebastián, 27 de junio de 1909.
[804] Ureña, "New England se abrió al público el 13 de Marzo de 1908", 49-52.
[805] Ureña, "New England se abrió al público el 13 de Marzo de 1908", 50.

Sebastián la atrevida y polémica moda femenina de la falda pantalón. La falda pantalón apareció por primera vez en las carreras hípicas de Longchamps a principios de 1911, cuando las casas de costura Drecoll y Bechoff-David decidieron exhibir a sus maniquíes en dicho acto ataviadas con la novedosa prenda. El 12 de marzo de ese mismo año la revista *Novedades* anunciaba que:

> La falda-pantalón ha hecho aparición en las calles de San Sebastián, en la mañana del pasado domingo. Las opiniones sobre esta nueva moda son variadísimas en todas partes y lo mismo ha sucedido en nuestra ciudad. Durante todos los días de esta semana, la falda-pantalón confeccionada en la casa "New England" de los señores Romero, Quesada y Villar ha paseado las calles, sin que nadie la hostilizase[806].

Imitando el proceder de los grandes modistos de París, una bella y escultural modelo de la casa se encargó de exhibir la controvertida prenda por las calles de San Sebastián, aunque acompañada del señor Villar, uno de los dueños de New England[807]. La presentación pública de la falda pantalón en la capital donostiarra causó, al igual que en todos aquellos lugares en los que las damas se atrevieron a lucirla, una gran expectación, tal y como muestran las fotografías publicadas por *Novedades*.

La llegada de un jovencísimo Balenciaga a San Sebastián coincidió con esta inusitada actividad comercial en torno a la sastrería. Con respecto al año en que el joven de Getaria inició su período de aprendizaje, los numerosos testimonios y estudios que han tratado su vida y obra han aventurado fechas diversas, pero lo cierto es que los padrones del Archivo Municipal de San Sebastián, cumplimentados a mano por el propio Cristóbal, nos indican que este residía en la ciudad desde 1907[808]. Según el testimonio de María Pilar Comín, durante muchos años editora de moda del diario *La Vanguardia* y amiga personal de Cristóbal Balenciaga, este se inició como aprendiz con un sastre en Madrid y pasó después a trabajar en un comercio llamado New England en San Sebastián[809]. Considerando que ninguno de sus familiares ni de sus más

[806] *Novedades*, Donostia-San Sebastián, 12 de marzo de 1911.
[807] José Zapiain Irastorza, "A propósito de las modas femeninas. Cuando apareció en San Sebastián la "falda-pantalón", en *San Sebastián: Revista Anual Ilustrada*, año 17, n.º 17 (20 de enero de 1951), 40-44.
[808] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección B, Negociado 10, Serie II, Libro 523, Expediente 3, Padrón de habitantes de la calle Bergara, 2, año 1922. En dicho padrón, cumplimentado a mano por el propio Balenciaga, este especifica que lleva 15 años residiendo en San Sebastián, lo que le sitúa en la capital donostiarra en 1907. Del mismo modo, Balenciaga detalla que su madre se trasladó desde Getaria en 1913, y que su hermano Juan y su cuñada Justa comenzaron a residir en la ciudad en 1919.
[809] Datos revelados por María Pilar Comín a Montse Stanley y recogidos por Lesley Ellis Miller en Lesley Ellis Miller, *Cristóbal Balenciaga* (Londres : Victoria & Albert Museum, 2007), 51.

estrechos colaboradores afirma que Balenciaga se formara en Madrid, es posible que el joven aprendiz de sastre se incorporara a Casa Gómez por recomendación de la marquesa de Casa Torres (a todas luces asidua clienta de dicha sastrería y conocedora ya de la destreza y disposición de Cristóbal), y que fuera ocasionalmente enviado por sus jefes a Madrid para ayudar a poner en marcha la nueva sucursal. Este período coincidiría con la gestación por parte de tres de los mejores empleados de Casa Gómez (y probablemente supervisores de Cristóbal) de su proyecto de nuevo establecimiento llamado New England. Así, tras un breve período de formación en Casa Gómez, Balenciaga se habría incorporado al nuevo equipo de New England después de su inauguración en marzo de 1908. Balenciaga contaba al inicio de su aprendizaje en San Sebastián con tan solo 12 años, una edad habitual para los chicos que en aquella época entraban como aprendices en algún comercio o taller. Sin embargo, para estas fechas las enseñanzas de su madre le habrían proporcionado una excelente base sobre la que perfeccionar sus conocimientos de costura, por lo que es muy probable que destacara como un aventajado discípulo y que su aprendizaje fuera excepcionalmente breve.

Au Louvre

Tras varios años formándose en sastrería, Balenciaga pasó a trabajar en un comercio llamado Au Louvre[810], que era en realidad una sucursal de Les Grands Magasins du Louvre de París en San Sebastián. El auge del comercio de la ciudad en las primeras décadas del siglo XX también hizo que se establecieran numerosos almacenes de novedades, que seguían el nuevo concepto comercial impuesto por los grandes almacenes parisinos de finales del siglo XIX, aunque ajustando sus dimensiones y su volumen de compras y ventas a la localidad en la que se instalaban. Eran conocidos por la calidad y variedad de sus productos La Casa del Andorrano, La Villa de Bruselas, La Perla Vascongada o La Concha Guipuzcoana, aunque destacaba la franquicia que Les Grands Magasins du Louvre estableció en la ciudad en 1911. En mayo de ese mismo año, los señores Tomás Carasa y C.ª solicitaban ante el Ministerio de Fomento "registrar el nombre comercial con la denominación de «Grandes Almacenes Au Louvre de París-San Sebastián» para distinguir su establecimiento de almacén de novedades, sombreros y confecciones de todas clases para señoras, sastrería, camisería, ropa blanca, sombrerería, calzado, género de punto, artículos de París, perfumería y juguetes, situado en San Sebastián"[811].

[810] Jouve y Demornex, *Balenciaga*, 20-21.
[811] Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, 1 de junio de 1911, Núm. 595, Exp. 2.160, 727.

Dicha solicitud les fue finalmente concedida el 3 de octubre de 1911, a pesar de que los solicitantes no hubieran esperado a que el Ministerio la hiciera efectiva para inaugurar el nuevo y flamante establecimiento[812]. El 2 de julio de 1911, la revista *Novedades* anunciaba los Grandes Almacenes Au Louvre- París, dando detalles sobre la "Casa en San Sebastián: Calle Hernani, 3 y 5 (Frente al Gran Casino)", y sobre la "Casa en Hendaya: Avenida de la Estación". Dada su reciente apertura, los anunciantes informaban a sus potenciales clientes de que "En las casas de San Sebastián y Hendaya existen depósitos de mercancías para la venta, así como catálogos y muestras de todas clases"[813], información claramente dirigida a todos aquellos clientes de Les Grands Magasins du Louvre de París que realizaban sus compras mediante encargos a través de catálogo. Este era el caso de los marqueses de Casa Torres, que realizaban un considerable número de pedidos al año, dejando su transporte y gestión de aduana a cargo de agentes comisionistas especializados. La apertura de dicha agencia/franquicia facilitaba considerablemente la compra en estos grandes almacenes, ya fuera porque ofrecían la posibilidad de acceder a gran parte de las novedades procedentes de su central de París en el mismo San Sebastián, o porque facilitaba la tramitación de los pedidos que se realizaran a aquella. En su número del 13 de agosto de 1911, los redactores de *Novedades* deleitaban a sus lectores con un reportaje fotográfico de los recientemente inaugurados Grandes Almacenes Au Louvre:

> Los grandes almacenes "Au Louvre" de París cuentan en España con numerosa y distinguida clientela y para poder servir sus numerosos encargos con la mayor rapidez, economía y comodidad para el cliente, ha montado en San Sebastián una Casa Agencia, modelo de establecimientos y que perfectamente responde al renombre universal de estos Grandes Almacenes. El público donostiarra y todos cuantos en verano visitan esta playa han acogido con especial simpatía este establecimiento, por el que desfilan a diario infinidad de personas á hacer sus compras y enterarse de la última novedad. Su Majestad la Reina madre, Doña María Cristina, ha honrado con su visita en reciente fecha estos Grandes Almacenes, a cuyo elogio, con gusto dedicamos la presente página[814].

[812] Tomás Carasa y Compañía abrieron en 1912 una segunda agencia de los Grandes Almacenes Au Louvre en Madrid. Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, 1 de mayo de 1912, Núm. 617, Exp. 2385, 633.
[813] *Novedades*, Donostia-San Sebastián, 2 de julio de 1911.
[814] «Grandes Almacenes "Au Louvre-París" », Casa de San Sebastián, Hernani 3 y 5, frente al Gran Casino», *Novedades*, San Sebastián, domingo 13 de agosto de 1911.

Esta agencia debió de resultar de lo más conveniente para la marquesa de Casa Torres, quien pronto se convertiría en asidua clienta, tal y como revelan las facturas que nos han llegado y las entradas de sus libros de cuentas. Ignoramos si el paso de Balenciaga por Au Louvre se debió a una nueva intervención de la marquesa (lo que no sería descabellado dada la condición de excepcional clienta de la que, sin duda, gozaría en este establecimiento) o si el joven sastre se vio atraído por un nuevo e interesante reto. Lo cierto es que los señores Carasa, dueños de la conocida sastrería Tomás Carasa y Comp.ª, y responsables de la apertura de los almacenes Au Louvre en San Sebastián, contrataron a Cristóbal Balenciaga para incorporarlo a su nueva aventura comercial de la calle Hernani, donde necesitaban personal profesional y especializado que estuviera a la altura de la reputación de la casa que representaban. Coincidiendo con su entrada en el nuevo establecimiento, Balenciaga tuvo la oportunidad de llevar sus perfeccionadas habilidades a la práctica cuando en 1912 confeccionó para su prima, Salvadora Egaña Balenciaga, tanto su vestido de novia como varios conjuntos que esta le encargó para su viaje de novios. Sin embargo, Cristóbal debería ajustarse a los gustos más tradicionales de las mujeres de Getaria y dejar las últimas fantasías de la moda parisina para las más atrevidas clientas que acudían a Au Louvre. Así, tanto el vestido de boda de Salvadora Egaña como algunas de las otras prendas que un jovencísimo Cristóbal realizó para ella, y que hoy custodia la Fundación Cristóbal Balenciaga[815], muestran un ligero retraso con respecto a las modas imperantes en 1912. No obstante, Balenciaga tendría en el futuro numerosas oportunidades de conocer de cerca las creaciones de los grandes modistos de París.

En Au Louvre, Balenciaga comenzó a trabajar como sastre en la sección de confecciones para señoras bajo las órdenes de la modista jefe, la "señorita Victoria"[816]. Toti Crespo, quien años después se convertiría en una estrecha colaboradora del modisto, era probadora en dicho establecimiento y relataba a menudo que Balenciaga destacó como un excelente profesional desde su entrada en los almacenes en 1911, cuando contaba con tan solo 16 años. Así debió de ser ya que, según el testimonio de su sobrina Manuela Balenciaga, el joven Cristóbal se convertiría en jefe de taller en la sección de confecciones al cabo de tan solo dos años de comenzar a trabajar en el nuevo establecimiento.

Los Grandes Almacenes Au Louvre de San Sebastián seguían el modelo de su casa central de París y contaban con numerosas secciones de artículos diversos. Tal y como describen los

[815] Fundación Cristóbal Balenciaga, CBM 1998.01 a-f.
[816] Jouve y Demornex, *Balenciaga*, 20.

anuncios publicitarios de la época, el establecimiento se dividía en secciones de sombreros de señora y adornos; mercería; perfumería; artículos de piel, guantes y objetos de adorno; camisería; sombrerería; ropa blanca; zapatería; confecciones para caballero y batería de cocina y vajilla[817]. Aunque eran, sin lugar a dudas, las secciones que se encontraban en la planta baja las más populares: la sección de tejidos y la de confecciones para señora. Aquí, los clientes que el 11 de septiembre de 1913 "con el fin de adquirir las últimas novedades para la próxima temporada, han salido para París los señores de Carasa (don Tomás), representantes generales para España de los Grandes Almacenes del Louvre"[818]. Era habitual que este tipo de establecimientos organizara equipos especializados encargados de realizar las compras para la próxima temporada basándose en los hábitos de consumo de su clientela. Es muy probable que, en la medida en que Balenciaga adquiría una mayor responsabilidad en los almacenes como jefe de taller de una de sus secciones más populares, se uniera a aquellos que viajaban a París con objeto de adquirir nuevos artículos. Su profundo conocimiento de los gustos de sus clientas le convertiría en un excelente e indispensable comprador, proporcionándole la oportunidad de conocer de primera mano la impresionante casa central de Les Grandes Magasins du Louvre en París. En uno de estos viajes debía de encontrarse Cristóbal cuando en enero de 1913 su amiga y compañera de trabajo en Au Louvre, Felisa Altuna, se reunió con él, tal y como aún recuerdan Tere y Carmen Arregi Altuna haber oído contar a su madre[819]. Y es que, tras su boda, celebrada el 25 de enero de ese mismo año, Felisa y su marido José Cruz Arregi decidieron partir a París de viaje de novios, pues José conocía bien la ciudad, donde había residido varios años como aprendiz de cocinero. Sabedores Felisa y su marido de la estancia de Cristóbal en la capital francesa, acordaron encontrarse con él y disfrutar juntos de la ciudad. Una hermosa fotografía de estudio certifica que así lo hicieron. Tanto Felisa como Cristóbal podrían admirar la inusitada actividad y energía que caracterizaban la marcha diaria de Les Grands Magasins du Louvre de París, en cuya sucursal de San Sebastián ambos trabajaban.

El joven Cristóbal, como jefe del taller en la sección de confecciones para señoras, debía preparar cada temporada una muestra de abrigos, vestidos y trajes sastre, que las vendedoras se encargarían de exponer para las clientas en la planta baja de los almacenes. Puede que algunos modelos fueran enviados desde la central de París, aunque es muy posible que los talleres tuvieran la libertad de adaptarlos a las preferencias de la clientela habitual en el establecimiento

[817] *La Voz de Guipúzcoa*, San Sebastián, 1 de septiembre de 1913.
[818] *La Voz de Guipúzcoa*, San Sebastián, 11 de septiembre de 1913.
[819] Entrevista realizada a Tere y Carmen Arregi Altuna en su domicilio de San Sebastián, el 25 de enero de 2010.

de San Sebastián. Asimismo, Cristóbal atendería encargos individualizados, realizados con los tejidos escogidos entre el variado surtido ofertado en el propio Au Louvre, y realizaría pruebas de los trajes sobre distintas clientas de los almacenes. Sin embargo, en los viajes de compras que la casa realizaba a París, Balenciaga tendría la oportunidad de conocer otro tipo de establecimiento, en el que primaba la excelencia en el corte, la calidad en los materiales y la exclusividad en el diseño. Eran, todas ellas, características que el modisto había aprendido a valorar durante las innumerables horas en las que, junto a su madre, había observado, manipulado y estudiado el guardarropa de la marquesa de Casa Torres. Las casas que en París se dedicaban a la alta costura cautivaron a Cristóbal, que desde entonces anheló poder establecer algún día la suya propia.

4.2.2. El salto a la Alta Costura

Según el testimonio de Gérard Chueca, quien fuera secretario personal de Cristóbal Balenciaga, fue también durante uno de los mencionados viajes de compras que Au Louvre organizaba a París cuando el modisto entró en contacto con dos hermanos cuya familia regentaba una casa de modas de cierta importancia en Burdeos. Los hermanos, viendo la disposición y el espíritu emprendedor de Balenciaga, le ofrecieron la posibilidad de seguir perfeccionando sus conocimientos de costura en el establecimiento propiedad de su familia, persuadiéndole de que así podría mejorar también su francés. Balenciaga, que para entonces habría comprobado ya la imperiosa necesidad de dominar esta lengua para moverse como le gustaría en el mundo de la moda, aceptó y trabajó en dicha ciudad francesa durante un tiempo antes de volver a San Sebastián para establecerse por su cuenta en 1917[820].

Aunque resulta extremadamente difícil establecer una cronología exacta de los movimientos de Cristóbal Balenciaga en estos primeros años de actividad, es probable que su etapa en Burdeos coincidiera con los inicios de la Primera Guerra Mundial, entre 1914 y 1916. En septiembre de 1914 y tras la entrada del ejército alemán en Francia, el Gobierno liderado por René Viviani se

[820] Madame Jouve, responsable de los Archives Balenciaga de París durante más de veinte años y autora del primer estudio en profundidad sobre la vida y obra del modisto de Getaria, sitúa a Balenciaga en Burdeos en 1912, cuando este contaba con 17 años. Según Jouve, Balenciaga viajó a Burdeos antes de entrar a trabajar en los Grandes Almacenes Au Louvre de San Sebastián, con objeto de mejorar sus conocimientos de francés. Considerando que Jouve no cita sus fuentes en lo referente a este punto, y dada la estrecha relación que unía a Gérard Chueca con Cristóbal Balenciaga (a quien consideraba "como un segundo padre"), heemos optado por el testimonio de Chueca en lo concerniente a esta cuestión. En, Jouve y Demornex, *Balenciaga*, 20-21 ; Entrevista concecida por Gérard Chueca con ocasión de la producción del documental El enigma de Balenciaga, dirigido por Enrique Portocarrero y realizado por Josu Venero en 2001. Hemos podido consultar una transcripción de la entrevista íntegra concedida por Gérard Chueca facilitada por Josu Venero.

trasladaba a Burdeos, por recomendación del comandante en jefe del Ejército francés, Joseph Joffre, ante la incapacidad de las tropas de asegurar la defensa de París del ataque alemán. Burdeos se convirtió así en la sede del Gobierno francés y de toda su infraestructura de manera temporal, y disfrutó de cierta prosperidad en tiempos de guerra gracias a las fábricas de armamento. A pesar de la relativa seguridad que ofrecía Burdeos en plena guerra y del nivel adquisitivo que mantenían sus habitantes, no era este el lugar o el momento más adecuado para un modisto. Sin embargo, ni siquiera la cruel guerra impedía que la moda siguiera su curso.

La Primera Guerra Mundial propició la formación de un microclima de lujo, consumo y moda en la llamada *Côte Basque*, que Gabrielle Chanel y otros grandes creadores de alta costura supieron identificar y explotar. A la intensa actividad turística de San Sebastián y Biarritz, promovida en gran parte por las principales casas reales y familias aristocráticas de Europa desde finales del siglo XIX, se sumó el particular exilio de empresarios, artistas, escritores y todo tipo de celebridades que huían de los horrores de la guerra y practicaban un descarado escapismo entregándose a una vida de ocio, diversión y, sobre todo, dispendio. La burguesía de Bilbao y San Sebastián, cuya boyante situación económica le permitía emular a aquellos que imponían tendencias, participaba con moderación de esta forma de vida donde la moda desempeñaba un papel fundamental. En los años que precedieron a la contienda Cristóbal Balenciaga había crecido profesionalmente de manera extraordinaria, añadiendo a la rigurosa formación en costura que recibió de su madre el valor de la experiencia en conocidos establecimientos de la capital donostiarra.

Tras destacar como un trabajador ejemplar durante sus años como aprendiz, fue a través de la agencia de Au Louvre en San Sebastián, en sus funciones de sastre y jefe de taller, como aprendió a comprender las necesidades reales y las preferencias de mujeres procedentes de una amplia base social, y conoció en profundidad el negocio de la costura, desde la más tradicional modistería hasta la creación de colecciones y la comercialización de prendas confeccionadas. Por otro lado, vivió en primera persona lo que en Vista Ona solo había llegado a intuir: París, con sus casas de alta costura y la imponente industria que en torno a ellas se había desarrollado. Se relacionó con modistos, proveedores de tejidos, compradores y clientas, y aspiró a pertenecer a ese apasionante círculo. Su paso por Burdeos no solo le permitió ampliar su experiencia y conocer mejor a la clientela del otro lado de la frontera, sino que le proporcionó la posibilidad de mejorar sus conocimientos de la lengua francesa, uno de los instrumentos fundamentales para relacionarse en el mundo de la moda. Por todo ello, Balenciaga estaba ya preparado para

dar un salto cualitativo en su vida y, también él, como Chanel, supo reconocer la oportunidad cuando esta se le presentó. Las inesperadas condiciones generadas por la Primera Guerra Mundial en la costa vasca propiciaron el momento idóneo para que Balenciaga se arriesgara y apostara por su talento.

Gestación de una nueva empresa

Desde su ocupación como sastre en Burdeos, Balenciaga no debía de ignorar lo que estaba ocurriendo en la Costa Vasca y, convencido de que se le presentaba una excelente oportunidad, decidió volver a San Sebastián para comenzar a organizar y gestionar lo que fuera necesario con el fin de establecer su propia casa de modas. Aunque hasta 1924 los archivos municipales de San Sebastián no nos proporcionan información alguna sobre la empresa en solitario de Balenciaga, la hemeroteca arroja una esclarecedora luz sobre sus inicios. Diversos anuncios publicados en marzo de 1917 en la prensa donostiarra confirman que el joven Balenciaga se encontraba ya establecido en el primer piso del número 2 de la calle Vergara (esquina con avenida de la Libertad) bajo el nombre de C. Balenciaga, desde donde, junto a su hermana Agustina, se esforzaría por reunir a un grupo de profesionales que formaran su equipo de confianza. Así, a comienzos de marzo de 1917 Balenciaga buscaba "buenas cuerpistas y bordadoras y aprendiza de bordadora"[821], y en abril aún anunciaba su necesidad de contratar bordadoras competentes[822].

El 10 de marzo de 1917 el diario *La Voz de Guipúzcoa* anunciaba en su sección "Ecos de Sociedad", que "El modisto C. Balenciaga expondrá hoy en su domicilio, Vergara, 2, 1.º los últimos modelos recibidos de París"[823]. El mismo día otro periódico donostiarra, *El Pueblo Vasco,* anunciaba, en un tono más mundano, en la misma sección y bajo el título "Algo de París" que "El acreditado modisto don Cristóbal Balenciaga, hará en breve la exposición de los últimos modelos de trajes para señora con arreglo al último figurín de París. No dudamos que por la calle Vergara, núm. 2, primero derecha, domicilio del expresado modisto, desfilará lo más selecto de nuestra sociedad"[824].

---

[821] *La Voz de Guipúzcoa*, Donostia-San Sebastián, 3-7 de marzo de 1917; *El Pueblo Vasco*, Donostia-San Sebastián, 3-7 de marzo de 1917.

[822] *La Voz de Guipúzcoa*, Donostia-San Sebastián, 21-22 abril de 1917. La profusión de bordados que caracterizaban las modas de la época hacían que la demanda de buenas profesionales del bordado superara la oferta. En estas mismas fechas, los Grandes Almacenes Au Louvre también buscaban bordadoras a través de anuncios de este tipo en prensa: *La Voz de Guipúzcoa*, San Sebastián, 31 de marzo de 1917.

[823] "Ecos de Sociedad", *La Voz de Guipúzcoa*, Donostia-San Sebastián, 10 de marzo de 1917, 2.

[824] "Ecos de Sociedad", *El Pueblo Vasco*, Donostia-San Sebastián, 10 de marzo de 1917.

Tal y como señalan ambos anuncios, Balenciaga presentaba entonces sus colecciones de modelos inspirados en las modas procedentes de París, fundamentalmente diseños comprados a las principales casas de alta costura de la capital francesa. La referencia a Balenciaga como "acreditado modisto" en la reseña del diario *El Pueblo Vasco* muestra que el joven contaba ya en este periodo tan temprano con cierto renombre en la capital donostiarra, seguramente tras su experiencia como jefe de taller de sastrería para señoras en los grandes almacenes parisinos Au Louvre. Asimismo, el comentario final del mismo anuncio sobre "lo más selecto de nuestra sociedad" manifiesta una firme creencia tanto en la excelencia como en el éxito de la nueva empresa de Balenciaga.

En marzo de 1917 la revista *La Esfera* en su página dedicada a la moda patrocinada por la Perfumería Floralia publicaba lo que puede ser la primera reseña y también la primera reproducción de un modelo de Cristóbal Balenciaga[825]. La casa Floralia, fundada en Madrid en 1914, fue una de las primeras de su género en invertir en publicidad. Con sede central en la calle Granada número 2 de Madrid contaba además con una sección de publicidad sita en la calle Atocha número 14, "donde se recibía la correspondencia, entre ella la que las damas dirigían a Amparo Brime, responsable de los contenidos de moda de la firma"[826]. La casa, que buscó desde sus inicios asociar su marca "a la figura de una mujer moderna, elegante y cosmopolita"[827], colaboró con reconocidos dibujantes que trabajaban con las célebres revistas gráficas del momento como *Blanco y Negro*, *La Esfera* o *Nuevo Mundo*. La periodista y figurinista Mar de Mun, seudónimo de María de Munarri, colaboró con Floralia en diversas publicaciones y era la editora de moda de la revista *La Esfera*, redactando los artículos dedicados a las últimas tendencias y dibujando las ilustraciones que los acompañaban[828]. En el mencionado artículo de marzo de 1917, titulado "Avanzadas de la Moda", Mar de Mun describía los importantes cambios que comenzaban a sentirse en la moda durante los años de la Primera Guerra Mundial aludiendo a una "culminante transición". Según Mar de Mun, "los nuevos modelos, para realmente responder al nombre de «nuevos», tienen que ser atrevidos y procurar romper los moldes de los que se han llevado en la temporada anterior."[829] La autora

[825] "Avanzadas de la Moda", *La Esfera*, no 167, 10 de marzo de 1917, 29.
[826] María Arroyo Cabello, "Perfumería Floralia: un caso de contenido de marca a principios del siglo XX", *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, Vol. 12 (2018), 94.
[827] Arroyo Cabello, "Perfumería Floralia", 94.
[828] Arroyo Cabello, "Perfumería Floralia", 101.
[829] "Avanzadas de la Moda", *La Esfera*, no 167, 10 de marzo de 1917, 29.

se refería así a dos tendencias que caracterizaban la moda del momento, la novedosa línea "tonneau", con vestidos que se ensanchaban en las caderas disminuyendo su volumen hasta convertirse en una falda estrecha en el bajo, así como los vestidos de pliegues y canelones "tan artísticos y armoniosos y a los cuales apenas hemos tenido tiempo de saborear en toda su exquisitez". Según la experta "lo probable, y lo que hay que desear, es que los dos estilos tengan aceptación y compartan la boga de la temporada". Tras dicho preámbulo Mar de Mun pasa a describir detalladamente una serie de modelos que ilustraban ambas tendencias, entre ellos uno firmado por un joven Balenciaga:

> El último modelo es muy acentuado; lo he visto interpretado en San Sebastián con mucho "chic" por Balenciaga. Sobre una falda con menudas tablas solamente indicadas, lleva una sobrefalda más corta por delante, à fin de que se vea la tableada. En el cuerpo nace una estola que desciende hasta el bajo de la falda y lleva en sus extremidades unos bordados hechos con "chenille" en colores vivos y à la vez de una discreción tal en el conjunto que acredita una buena firma. La espalda, sencillísima, cae recta hasta encima de las caderas y tiene un corte especial formando pico hasta media espalda. Es una nada, pero resulta un todo en el conjunto elegante de la "toilette". Sombrero de piel de seda, remangado todo alrededor. La copa lleva un ligero bordado de felpilla en los tonos del vestido.[830]

Una ilustración de la propia Mar de Mun acompañaba su elogiosa reseña del vestido firmado por Balenciaga. Décadas después, en la cúspide de su carrera, un modelo similar al referido inspiraría la icónica silueta túnica de Balenciaga que se impuso en la moda internacional a partir de 1955.

Tanto las reseñas de los periódicos donostiarras como el artículo de *La Esfera,* fueron publicados el mismo día, el 10 de marzo de 1917, lo que sugiere que podría tratarse de una decisión meditada de Balenciaga de lanzar púbicamente y a través de destacados medios de comunicación de San Sebastián y Madrid, su nueva empresa. Dicho lanzamiento denota asimismo la ambición del proyecto del joven Balenciaga quien con tan solo 22 años aspiraba a situarse como un establecimiento de máxima calidad dirigido a una exigente e informada clientela.

[830] "Avanzadas de la Moda", *La Esfera*, no 167, 10 de marzo de 1917, 29.

Balenciaga seleccionó con igual cuidado a los miembros de su equipo profesional, a los que demandaba el mismo rigor y profesionalidad que se exigía a sí mismo. Junto a su hermana, uno de sus primeros y más estrechos colaboradores fue Juan Emilas Goenaga, a quien contrató como jefe de taller de sastrería en sus primeros años en San Sebastián. Emilas era hijo de Jean Emilas, un sastre de Las Landas afincado en San Sebastián que en 1897 contrajo matrimonio con la tolosarra María Carmen Goenaga. Jean estableció una sastrería para señoras en la calle Prim y, a juzgar por la publicidad de la época, pronto se convirtió en un acreditado sastre. Así, los grandes almacenes La Perla Vascongada, anunciaban en agosto de 1914 que:

> Esta casa tiene el gusto de comunicar a su clientela y público en general haber instalado en sus almacenes una sección de sastrería para señoras, bajo la dirección del conocido maestro sastre don Juan Emilas. El variado y selecto surtido de géneros que estos Almacenes tienen siempre en existencia y la reputación adquirida por la persona indicada para dirigir esta sección, será seguramente la suficiente garantía para poder satisfacer los deseos de cuantas señoras favorezcan con sus encargos á esta casa[831].

Juan Emilas aprendió el oficio de manos de su afamado padre — cuya reputación Balenciaga debió de conocer—, y su saber hacer y profesionalidad fueron sus mejores referencias para presentarse ante el modisto de Getaria. A Emilas se sumaron las hermanas Toti y Conchita Crespo, que habían trabajado con Balenciaga en los grandes almacenes Au Louvre[832], y desempeñarían funciones de probadora y vendedora en su nuevo establecimiento, así como Felisa Urdanibia, que comenzó como modelo de la casa[833] y terminó siendo un pilar fundamental en la creación de sastrería en la casa Balenciaga.

Tal y como se ha referido en el capítulo sobre Gabrielle Chanel en la Costa Vasca, numerosas casas de alta costura de París presentaron en la temporada de verano de 1917 sus respectivas colecciones en los hoteles más lujosos de la capital donostiarra o en locales que con tal fin alquilaban en el elegante ensanche de San Sebastián queriendo atraer y fidelizar a la elegante colonia veraniega que se daba cita en la ciudad. La presencia de dichas casas en San Sebastián

[831] *La Voz de Guipúzcoa*, 13 de agosto de 1914.
[832] Dato revelado por Maritxu Esnal (familiar del modisto y trabajadora de la Casa Balenciaga desde los años treinta) en entrevista realizada en Getaria el 1 de junio de 2006.
[833] Dato revelado por José Carlos y Mª Elena Iribarren, hijos de la amiga y clienta de Balenciaga M.ª Elena Arizmendi.

no solo permitía a las clientas adquirir sus modelos directamente, sino que también proporcionaba a las casas de modas de la zona la oportunidad de seleccionar aquellos modelos que les interesaran sin por ello tener que trasladarse a París. Sin embargo, muchos de sus responsables siguieron viajando a la capital francesa dos veces al año para seguir las presentaciones de las principales casas de costura y relacionarse con otros profesionales del sector. Cristóbal Balenciaga siguió este modelo de negocio en sus comienzos, trasladándose a París en febrero y agosto para adquirir vestidos, trajes y abrigos en Callot, Doucet, Paquin, Cheruit o Chanel, y presentar a sus clientas una colección creada según estos modelos. Se trataba de realizar una selección que se ajustara a los gustos de las clientas habituales en San Sebastián y de reproducir los modelos seleccionados, permitiéndoles acceder a las últimas novedades de París a precios relativamente asequibles. En este proceso Balenciaga debía deshacer las piezas, comprender su construcción y estudiar los tejidos, lo que sin duda le sirvió para perfeccionar y depurar sus técnicas de costura y desarrollar su creatividad.

Como era habitual en la época, Balenciaga comenzó presentándose no solo en San Sebastián sino también en otras ciudades como Bilbao, dándose a conocer a una clientela que fue conquistando gradualmente. A falta de archivos que lo confirmen la hemeroteca nos informa, una vez más, de la actividad de Balenciaga en Bilbao que comienza tras la primera presentación de la colección en San Sebastián en marzo de 1917. Así, en su sección "Ecos de Sociedad" los diarios bilbainos *El Pueblo Vasco* y *La Gaceta del Norte* anunciaban en diciembre de 1917 que "del 10 al 15 expondrá los modelos de vestidos en el Hotel Inglaterra el acreditado modisto de San Sebastián C. Balenciaga."[834] En diciembre de 1917, *La Voz de Guipúzcoa* daba cuenta de su vuelta de Bilbao[835] y en noviembre de 1918 *El Pueblo Vasco* de Bilbao anunciaba que "De San Sebastián ha llegado el modisto señor Balenciaga."[836] El joven aunque, como vemos, ya conocido modisto volvía a presentar los nuevos modelos de invierno entre el 18 y el 23 de noviembre en el Hotel de Inglaterra de la capital bilbaína. Lo hacía tras haber viajado a París en agosto para ver las nuevas colecciones de la grandes *maisons* de alta costura[837] y después de haber presentado los nuevos modelos de invierno adquiridos en la capital francesa en sus salones de la calle Vergara el 9 de septiembre[838]. Una vez finalizada la temporada alta en San

[834] *El Pueblo Vasco*, Bilbao, 11-15 diciembre de 1917 ; *La Gaceta del Norte*, Bilbao, 11-15 de diciembre de 1917.
[835] *La Voz de Guipúzcoa*, Donostia-San Sebastián, 18 de diciembre de 1917.
[836] *El Pueblo Vasco*, Bilbao, 19 de noviembre de 1918, 3.
[837] En agosto de 1918 *La Voz de Guipúzcoa* comunicaba a sus lectores que "ha salido para París el modisto C. Balenciaga".
[838] *La Voz de Guipúzcoa*, Donostia-San Sebastián, 6-8 agosto de 1918.

Sebastián y terminados los pedidos que allí hubiera recibido, Balenciaga se lanzaba a atraer una nueva y acaudalada clientela en la pujante capital bizkaina. Bocetos de diseños del propio Balenciaga realizados en 1932 sobre folios membretados del Hotel Carlton de Bilbao[839] (que se hallan hoy en los archivos de la *maison* Balenciaga de París) confirman que el modisto siguió presentado colecciones en los salones de prestigiosos hoteles de Bilbao para su fiel clientela bizkaina.

Balenciaga y Compañía

La preparación de esta nueva colección seguía al éxito de su lanzamiento en 1917 y constituía un salto cualitativo para Balenciaga. Uno de los primeros encargos que recibió una vez se hubo establecido en la calle Vergara vino de nuevo de la familia Guibert. Se trataba del vestido de novia de Epifanía Guibert, que en 1918 contrajo matrimonio en la Basílica de Loyola con Ignacio Gallastegi, vestida de Balenciaga.

Con el fin de consolidar su apuesta Balenciaga atrajo la inversión de dos hermanas comerciantes donostiarras, Benita y Daniela Lizaso, con quienes formalizaría una sociedad meses más tarde. Así en julio de 1919 Cristóbal Balenciaga y las hermanas Lizaso constituían formalmente ante notario la sociedad Balenciaga y Compañía, que se dedicaría al "negocio de confección de ropa y cuanto se relacione con este fin o se considere necesario para el mismo"[840]. Las hermanas Lizaso aportaron a la sociedad la cantidad de "sesenta mil pesetas en efectivo" (la mitad cada una de ellas), mientras que Cristóbal Balenciaga contribuía con géneros valorados en 7.362 pesetas y 25 céntimos, cuya compra habría realizado probablemente a lo largo de 1917. Se establecía también que la sociedad tendría una duración de seis años a partir de enero de 1918, y que ésta se disolvería en caso de fallecimiento de Cristóbal Balenciaga, lo que no ocurriría si la persona que fallecía era alguna de las socias. Esta medida dejaba claro que era el joven modisto el motor y la razón de ser de la nueva empresa. Tal y como muestra la documentación custodiada en el Archivo General de la Administración relativa a la Embajada de España en Francia, Cristóbal Balenciaga y su nueva socia Daniela Lizaso obtuvieron el pasaporte exigido para entrar en Francia el 18 de agosto de 1919[841], muy probablemente para poder viajar a París

[839] Archives Balenciaga Paris, 1932H000D0051-CR01.
[840] Archivo de Protocolos del Distrito de Donostia-San Sebastián, Escritura de constitución de la Sociedad Mercantil Colectiva Balenciaga y Compañía, Escritura 561, ante el notario Adolfo Sáenz Alonso, 11 de julio de 1919.
[841] Archivo General de la Administración, (10)95 54/5997, Legajo 1133-A (Pasaportes y visados expedidos por Consulados españoles en Francia, 1919).

y asistir juntos a las presentaciones de la nueva colección de invierno en las más reputadas casas de alta costura de París. En las mismas listas expedidas por la Embajada de España en París al Ministerio de Estado aparecen otros conocidos comerciantes donostiarras como Elisa Arin, en febrero de 1919, o Paulina Alfaro, en marzo del mismo año. Todos ellos se desplazaban a la capital internacional de la moda con la intención de adquirir los modelos que juzgaran apropiados para su distinguida y cosmopolita clientela de San Sebastián. Ante tan ardua competencia de compradores internacionales, algunas casas optaban por elegir una entre todas para cederle en exclusividad la venta de sus modelos en determinado país. Dicho fue el caso de la prestigiosa *maison* Lanvin de París que en noviembre de 1918 anunciaba en varios periódicos la próxima apertura de una sucursal en el número 103 de Rambla de Cataluña en Barcelona, así como una lista de establecimientos en España "autorizados a exponer modelos de su marca"[842]. Entre las casas seleccionadas por Lanvin, destacan en San Sebastián la casa Balenciaga, con cuatro modelos, la casa Barthé, con tres modelos, y la casa Arin [Elisa] con un modelo. Aunque el archivo de la Chambre Syndicale de la Haute Couture en París apenas conserva información sobre el sistema de compras y licencias de alta costura por y para modistos internacionales, es muy probable que la *maison* parisién, en este caso Lanvin, seleccionara los establecimientos, decidiera el número de modelos a adjudicar a cada uno de ellos, al tiempo que los modistos internacionales seleccionados podrían escoger el modelo o modelos de la colección que le interesaran para su establecimiento y clientela.

Durante los seis años que duró la sociedad, Cristóbal Balenciaga fue consolidando su reputación de excepcional sastre y modisto. Estos años habían coincidido con una etapa de esplendor en el veraneo donostiarra[843], en la que el Casino, la playa, las fiestas o el hipódromo atraían a una elegante y creciente clientela que visitaba su establecimiento para conocer los nuevos modelos, trasladándose desde distintas ciudades también fuera de la temporada de verano. Balenciaga y Cía. anunciaba a sus clientas las fechas y horarios de las presentaciones a través de numerosos anuncios en prensa, en los que se utilizaban las fórmulas y elementos tipográficos habituales en la época, como el que publicaba *La Voz de Guipúzcoa* en su portada de 14 de septiembre de 1919, según el cual "Balenciaga y Cía; Vergara, 2; Participan á su distinguida clientela que expondrán los modelos de invierno desde el día 15, de cuatro á siete de la tarde". Entre las habituales clientas de Balenciaga en esta primera etapa en San Sebastián destaca la marquesa de Casa Torres, que en diciembre de 1922 adquiría en *Balenciaga y Cía*. una capa morada por

[842] *El Liberal*, Madrid, 11 de noviembre de 1918, 4 ; *El Imparcial*, Madrid, 1 de noviembre de 1918, 4.
[843] Gárate Ojanguren y Martín Rudi, *Cien años de la vida económica de San Sebastián*, 288.

350 pesetas, un vestido morado de 400 pesetas, una piel de castor para una capa y un vestido por 550 pesetas, y dos vestidos de noche de 725 y 675 pesetas cada uno[844]; y en junio de 1923 volvía para hacerse con un abrigo gris de 425 pesetas y un traje sastre del mismo precio, a lo que añadió una piel de Karaku de 150 pesetas. La factura total por las compras de noviembre de 1922 a junio de 1923 ascendía a 4.020 pesetas, incluyendo "conductor y embalaje". Podemos decir que, a pesar del enorme apoyo que la marquesa proporcionó a Balenciaga en su etapa de formación, no parece que esta contribuyera económicamente a su establecimiento como modisto, al contrario de lo que en muchas ocasiones se ha asegurado. Sin embargo, la marquesa siguió el desarrollo de Balenciaga con interés y frecuentó su negocio con regularidad desde sus inicios.

Cristóbal Balenciaga

En 1924, al término del período de vigencia de la sociedad tal y como se especificaba en su constitución, Cristóbal Balenciaga se establecía en solitario en el primer piso del número 2 de la avenida de la Libertad en San Sebastián, dando comienzo a lo que sería una nueva y determinante etapa en su carrera profesional. Balenciaga y Cía había publicitado ampliamente, y en varios periódicos donostiarras, la presentación de la que sería su última colección de modelos de París entre septiembre y octubre de 1923[845]. Tal despliegue de medios para atraer clientela respondería no solo a la necesidad de vender el mayor número de modelos posible antes de dar término a la sociedad, sino también a la de comunicar a sus clientas dicho término e informarles de los nuevos planes de sus respectivos socios. Mientras Balenciaga iniciaba las gestiones económicas y administrativas para establecerse en la avenida de la Libertad[846], Benita y Daniela Lizaso hacían lo propio con el objeto de abrir su propio negocio en el número 6 de la avenida del Kursaal[847]. El 30 de septiembre de 1924 Balenciaga presentaba en el Ayuntamiento de San Sebastián la pertinente instancia de licencia para abrir su nuevo establecimiento, al tiempo que solicitaba ante el Ministerio de Industria "registrar el nombre comercial, denominado "Cristóbal Balenciaga-Modisto-San Sebastián", para distinguir su establecimiento destinado a confecciones y modas"[848]. Todo debía estar listo y en regla cuando presentara su

[844] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Factura de Balenciaga y Cía. a la marquesa de Casa Torres, junio de 1923.
[845] *La Voz de Guipúzcoa*, Donostia-San Sebastián, 25-30 de septiembre de 1923; *El País Vasco*, Donostia-San Sebastián, 2-10 de octubre de 1923.
[846] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección C, Negociado 4, Serie III, Libro 2361, n.º 299, Apertura de establecimientos (año 1924).
[847] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección C, Negociado 4, Serie III, Libro 2362, n.º 205, Apertura de establecimientos (año 1925).
[848] Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, 1 de octubre de 1924, Núm. 914, Exp. 7.538, 1.601.

primera colección en solitario. Lo cierto es que la búsqueda de financiación, la gestión de trámites y la contratación de nuevo personal debió de llevarle prácticamente todo el año de 1924, ya que no fue hasta abril de 1925 cuando Balenciaga realizó un pase de colección en sus salones del número 2 de la avenida de la Libertad. Ante la ausencia de publicidad para este pase, son las facturas de la marquesa de Casa Torres las que, una vez más, nos informan sobre los movimientos de la actividad de Balenciaga en San Sebastián. El 13 de noviembre de 1924 la marquesa adquiría en Cristóbal Balenciaga un cordón y 1,75 metros de gasa, encargando además el arreglo de un vestido. Dicha compra viene a confirmar que, aunque a finales de 1924 Cristóbal Balenciaga se encontraba ya instalado en su nuevo establecimiento, las circunstancias relacionadas con la apertura de su nueva empresa no le habían permitido preparar la colección de primavera-verano de ese año. Sin embargo, la marquesa mostraba su apoyo al joven modisto de Getaria, tal y como había hecho desde que era un niño, adquiriendo materiales y encargando arreglos mientras este ultimaba detalles para su próxima colección.

Las facturas de las compras que la marquesa de Casa Torres realizó entre abril y mayo de 1925 no solo proporcionan nuevas muestras de su favor incondicional, sino que hacen intuir el reto que Balenciaga asumía en su nueva empresa. El 28 de abril de 1925 la marquesa se hacía con el abrigo de lana marrón número 61, por un precio de 475 pesetas, y el vestido de lana número 21, de 475 pesetas, mientras que el 16 de mayo del mismo año adquiría el conjunto número 94 compuesto de vestido y echarpe, cuyo precio se elevaba a 800 pesetas[849]. La numeración de los modelos de la colección revela que, a diferencia de su empresa anterior, Balenciaga había establecido una casa de costura siguiendo el modelo de los grandes modistas de París. Con 30 años cumplidos, Balenciaga concebía y creaba por fin sus propias colecciones de temporada, organizando pases de modelos con jóvenes que mostraban sus creaciones numeradas en los salones de la avenida de la Libertad. No obstante, siguió viajando a la capital gala con asiduidad, donde frecuentaba las principales casas de costura cuyas colecciones constituían aún la base de su inspiración, destacando entre ellas las de sus admiradas Chanel y Vionnet, así como Lanvin o Worth.

Un modelo firmado por Balenciaga en los años 1920, y que hoy forma parte de la colección de la Fundación Balenciaga en Getaria, ilustra precisamente la actividad de Balenciaga como comprador de alta costura parisina en este periodo. Se trata de un vestido de noche realizado en

[849] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Factura de Cristobal Balenciaga a la marquesa de Casa Torres, 17 de junio de 1925.

tafetán de seda negro y tul de seda negro y salmón, rematado en la cadera con un adorno en forma de aro recubierto de *strass*[850]. Tal y como muestran los numerosos álbumes que atesora el archivo de la casa Lanvin de París, se trata en realidad de la copia autorizada de un modelo de la colección de primavera-verano de 1928 de Jeanne Lanvin denominado "Marguerite de nuit". Laure Harivel[851], responsable de patrimonio de la casa Lanvin en París, confirma que Jeanne Lanvin y su equipo producían álbumes con ilustraciones de los modelos de temporada que tenían como objetivo facilitar la tarea de las *vendeuses* o vendedoras de la casa de presentar dichos modelos a sus clientas. El archivo guarda en ocasiones varias versiones de álbumes de la misma temporada realizados para la casa en París y para sus diversas sucursales en Biarritz, Deauville, Barcelona o Buenos Aires que eran enviados a sus respectivas vendedoras internacionales. En los países donde Lanvin carecía de sucursal, o antes de haberla abierto, eran los representantes de la casa Lanvin quienes presentaban a través de dichos álbumes los modelos a profesionales con establecimientos, como el de Balenciaga, que vendían diseños de diversas casas de alta costura de París. En muchas ocasiones, dichos álbumes eran devueltos a Lanvin en París aunque, según Larivel, muchos de ellos nunca hicieron el camino de retorno. El mencionado modelo "Marguerite de nuit" aparece reproducido en tres álbums diferentes que guarda el archivo Lanvin: el álbum denominado "Paris Été 1928", el llamado "Succursales Février 1928", con la anotación "Espagne" en el extremo inferior de la página que corresponde a dicho modelo, y un tercer álbum denominado "1927/1928". El Palais Galliera, museo de la moda de la Ciudad de París, cuenta entre sus fondos con un modelo casi idéntico que tan solo se diferencia del que Lanvin había concebido originalmente en el adorno que remata el vestido a la altura de la cadera: se trata de un ornamento floral en el caso del modelo del Palais Galliera, a diferencia de la decoración en *strass* de la versión que guarda la Fundación Cristóbal Balenciaga[852]. Dicho modelo da buena prueba de que existía cierta flexibilidad también en las grandes casas de alta costura para modificar los diseños originales según los gustos, las necesidades y la propia fisionomía de sus clientas. Los compradores internacionales, quienes firmaban un contrato con las casas comprometiéndose a reproducir fielmente los modelos adquiridos, tanto en cuanto al diseño como a los tejidos se refiere, tendrían un menor margen para realizar estas ligeras adaptaciones.

[850] Fundación Cristóbal Balenciaga, 2005.12ab, reproducido en *Balenciaga* (Donostia- San Sebastián: Cristóbal Balenciaga Museoa/NEREA, 2011) 88-89.
[851] Entrevista realizada a Laure Harivel, reponsable de patrimonio de la maison Lanvin, en París el 23 de febrero de 2021.
[852] Colección del Palais Galliera, GAL 1984.177.10A.

El boceto original incluye asimismo un colorido chal, denominado "Flore" y parecido a un mantón de Manila[853], como complemento esencial del vestido. El vestido diseñado por Lanvin y realizado por Balenciaga en sus talleres de San Sebastián fue donado a la Fundación Cristóbal Balenciaga por María Picavea Echevarría, clienta habitual de Balenciaga e hija de María Echevarría (hija del gran industrial Federico Echevarría) y del célebre industrial y político gipuzkoano Rafael Picavea. La donación realizada por María Picavea se completaba con dos fotografías: una de la propia María vistiendo el mencionado modelo de Lanvin/Balenciaga con un mantón de Manila sobre los hombros (tal y como preconizaba la propia Jeanne Lanvin), y una segunda fotografía de su hermana, Carmen Picavea Echevarría, luciendo un vestido también de Lanvin en gasa blanca sobre fondo de tisú plateado con franja de flores, igualmente realizado por Balenciaga en su casa de San Sebastián, y con el que su propietaria presidió la corrida de la prensa de San Sebastián el 25 de julio de 1925[854]. Imágenes de Carmen Picavea en su elegante vestido de Lanvin junto a las otras jóvenes Presidentas de la corrida fueron reproducidas en la prensa de la época, tanto en el diario *El Pueblo Vasco*[855] como en otros medios como la revista *Mundo Gráfico*.

Dicha relación con la familia Picavea puede explicar la cobertura dada a Cristóbal Balenciaga desde sus inicios en 1917 en publicaciones vinculadas a Rafael Picavea. Entre otras sociedades e iniciativas empresariales, cabe destacar que Picavea había fundado en 1901, junto a Nicolás de Urgoiti, Papelera Española, empresa que a partir de 1914 se convirtió en propietaria de la sociedad Prensa Gráfica, propietaria a su vez de importantes publicaciones ilustradas como *Mundo Gráfico*, *Nuevo Mundo*, *La Esfera* o *Elegancia*. Asimismo, Picavea fundaría en 1903, "harto de ser atacado por *La Voz de Guipúzcoa* y aconsejado por los jesuitas y los monárquicos guipuzcoanos"[856] el rotativo donostiarra *El Pueblo Vasco*, diario que "revolucionó la prensa del momento tanto por sus nuevos procedimientos de impresión como por el sistema de reportajes dinámicos y vivaces"[857]. En este nuevo y moderno mundo editorial de las revistas y los periódicos ilustrados la moda jugaría un papel determinante. El entusiasta anuncio de la

[853] El nombre del chal "Flore" solo se incluye en los álbumes "Paris Été 1928" y "1927/1928", y no en el boceto del álbum para las sucursales "Espagne". Es probable que, conociendo Jeanne Lanvin la tradición del mantón de Manila en España y su extendido uso en la década de 1920, no considerara necesario incluir dicho chal en el modelo.
[854] Fotografía que forma parte de la colección de la Fundacion Cristóbal Balenciaga, CBM 2006.125a.
[855] "Fiestas taurinas", *El Pueblo Vasco*, 26 de julio de 1925, 1; "Varias notas de actualidad", *Mundo Gráfico*, 5 de agosto de 1925.
[856] Idoia Estornés Zubizarreta, Rafael Picavea Leguía, *Enciclopedia Auñamendi* [en línea], 2021. Disponible en: https://aunamendi.eusko-ikaskuntza.eus/es/picavea-leguia-rafael/ar-114846/
[857] Estornés Zubizarreta, Picavea Leguía, *Enciclopedia Auñamendi* [en línea], 2021.

primera colección de Balenciaga en marzo de 1917 publicado en El Pueblo Vasco, el articulo ilustrado por un diseño de Balenciaga firmado por Mar de Mun, y el tratamiento de toda información relacionada con Balenciaga que las publicaciones vinculadas a Rafael Picavea darían en el transcurso de la carrera de Balenciaga denotan no solo conocimiento sino también acompañamiento y un considerable apoyo al joven modisto de Getaria.

Tal y como atestiguan modelos como los de las hermanas Picavea, los diseños de los grandes creadores de moda de París inspiraron el trabajo de Balenciaga de manera determinante en sus inicios, tanto en lo que a su diseño se refiere como en su construcción. Según la propia Vionnet, esta conoció a un joven Balenciaga en una de las exposiciones de modelos que su ya legendaria *maison* organizaba en Madrid ocasionalmente. Estos pases, al igual que los que se celebraban al término del verano en hoteles y salones de San Sebastián, estaban principalmente dirigidos a miembros de la casa real y la corte, aunque compradores y modistos aprovechaban su presencia para conocer las colecciones y adquirir algunos modelos. Como fiel admirador de Vionnet, Balenciaga adquiría en estos pases aquellos diseños que despertaban su interés y de los que creía debía aprender. Cuando poco después Vionnet llegó a conocer algunos de los diseños de Balenciaga, esta le animó a establecer su propia casa de costura, cuestionando que tuviera que comprar sus modelos cuando los del propio Balenciaga eran "tan hermosos"[858]. Dicho encuentro se produjo probablemente en la primavera de 1920, año en el que Vionnet expuso su nueva colección de otoño también en San Sebastián[859], siguiendo los pasos de la corte. En años posteriores, la creadora preferiría no cruzar la frontera y organizar la exposición de nuevas colecciones en sus casas de París y Biarritz. Quizá fueron las palabras de Vionnet las que le animaron a crear sus propias colecciones a partir de 1924. Poco a poco, estas fueron ganando en independencia creativa en la medida en que la reputación de Balenciaga se consolidaba y el modisto adquiría una mayor confianza en sí mismo.

Balenciaga recurrió de nuevo a la publicidad en prensa anunciando, tanto en *La Voz de Guipúzcoa*[860] como en los diarios *El Pueblo Vasco*[861] y *El País Vasco*[862], que presentaría la nueva colección de invierno desde el día 15 de septiembre de 1925 en su nueva dirección de la

[858] *New York Tribune*, Nueva York, 6 de noviembre de 1961, citado en Betty Kirke, *Madeleine Vionnet* (San Francisco: Chronicle Books, 1998), 226.
[859] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección C, Negociado 4, Serie III, Libro L. 2393, n.º 213, Apertura de establecimientos (año 1920).
[860] *La Voz de Guipúzcoa*, Donostia-San Sebastián, 13-16 de septiembre de 1925.
[861] *El Pueblo Vasco*, Donostia-San Sebastián, 13-16 de septiembre de 1925.
[862] *El País Vasco*, Donostia-San Sebastián, 13-17 de septiembre de 1925.

Avenida. El eco del éxito de su primera colección debió de preceder a la publicidad, ya que a sus habituales clientas se sumaron la reina María Cristina y otras mujeres de la casa real, como su nieta la infanta Isabel Alfonsa. La hija mayor de la reina María Cristina, la princesa de Asturias, María de las Mercedes, había fallecido en 1904 durante el parto de su única hija, por lo que la reina sentiría una especial debilidad por sus nietos mayores, Alfonso e Isabel Alfonsa, durante el resto de su vida[863]. Ambos habían vivido en palacio junto a su abuela durante largo tiempo y se trasladaban con ella cada verano a Miramar, tal y como atestiguan numerosas fotografías familiares[864]. Isabel Alfonsa acompañaba a su abuela en los diversos actos sociales, visitas y paseos que realizaba en San Sebastián y, al igual que María Cristina, gustaba de realizar compras en los elegantes comercios de la capital donostiarra. Es posible que alguna dama del círculo de la corte recomendara a la joven infanta visitar el nuevo establecimiento de Balenciaga durante su estancia en Miramar en el verano de 1925, pues las cuentas del caudal privado de la reina María Cristina prueban que efectivamente así lo hizo. El 5 de septiembre de ese mismo año, diez días antes de la presentación oficial de la nueva colección de invierno, la infanta Isabel Alfonsa adquiría en Cristóbal Balenciaga un abrigo azul, un vestido azul y blanco, un abrigo gris y un vestido, por un valor total de 1.900 pesetas[865]. Halagado por el interés de la infanta y consciente de la repercusión que una visita real tendría en su reputación, Balenciaga debió de mostrarse dispuesto a presentarle la nueva colección en una sesión privada en los días previos al primer pase de modelos. Dicha antelación explica que los modelos adquiridos carecieran de su respectivo número de colección en el momento de su compra. Las atenciones para con la infanta Isabel Alfonsa resultaron fructíferas, no solo porque se hiciera con varios modelos de la colección, sino porque visitaría de nuevo el establecimiento, acompañada esta vez de su abuela la reina María Cristina. Así, el 26 de octubre de 1925, la reina compraba el "Vestido en crepe satin negro n.º 57, el Traje sastre negro n.º 62 y la Blusa n.º 66, al tiempo que adquiría el Vestido n.º 87 de S. A. doña Infanta Isabel[866]. Considerando que solo los establecimientos de modas Eustachette y Múgica Hermanas podían presumir en San Sebastián de proveer a las mujeres de la Casa Real, cabe imaginarse el enorme impulso que esta visita debió de suponer para la carrera de Cristóbal Balenciaga. Las cuentas privadas de la reina María Cristina dan prueba de su fidelidad a Balenciaga en los años siguientes. Destaca entre los registros de 1927

[863] Ricardo Mateos Sáinz de Medrano, *La Reina María Cristina* (Madrid : La Esfera de los Libros, 2007), 246.
[864] Mateos Sáinz de Medrano, *La Reina María Cristina*, 246.
[865] Archivo General de Palacio Real, Reinado de Alfonso XIII, Caja 16381, Expediente 1.
[866] Archivo General de Palacio Real, Reinado de Alfonso XIII, Caja 16381, Expediente 1.

un pago realizado a la casa Balenciaga por varios vestidos que se eleva a un total de 7.212,20 pesetas[867].

La visita real pronto tendría una considerable repercusión, también mediática, en la vida de Balenciaga. El 1 de octubre de 1925, días después de la primera visita de la infanta, el diario *El Pueblo Vasco* publicaba una insólita noticia titulada "Mademoiselle y yo «chez Balenciaga»" firmada por el célebre periodista y crítico de arte donostiarra Iñigo de Andía (seudónimo de José Díaz Alberdi). El cronista relataba la visita de una elegante parisina que traía consigo "una carta de presentación de un gran pintor amigo que lleva el verano en playas francesas haciendo retratos de mujeres"[868]. Haciendo las veces de cicerone, Andía invitó a la dama a las carreras de Lasarte donde ella le impresionó con su porte y elegancia: "Llevaba una toaleta sobria, sencillísima, de tono marfil, y un hilo de perlas, no muy grandes, pero extraordinariamente iguales y de purísimo oriente"[869]. A pesar de la presencia de la reina Victoria Eugenia y sus hijas, Andía destacaba la ausencia no solo de concurrencia, sino también de modelos: "No había ninguna maniquí, como en los turfs [sic] extranjeros, donde se lanza la moda. Esto le causó extrañeza a la señorita francesa, que pensaba encontrar en Lasarte los figurines de las creaciones de invierno." Sin embargo, la elegante invitada sorprendió a su anfitrión con su conocimiento sobre la moda en capital donostiarra: "Yo sé que en San Sebastián tienen ustedes a un modisto admirable, digno de los «des Champs Elysées»: Balenciaga"[870]. El cronista relata con detalle y cierto sarcasmo su desconcierto ante tamaña revelación:

> Yo sabía, en efecto, que Balenciaga existe, y sabía más: que es un «sensillo» guetariarra a quien el ansia de crearse una personalidad y sus aficiones innatas le trajeron a la capital, donde creíamos que se desenvolvía, sin mayores resonancias. Pero, indudablemente, su nombre es conocido entre los príncipes extranjeros de esa tirana que es la Moda. Y cuando en París se sabe de él, algo valdrá.[871]

La confesión y el tono de Andía muestra, en efecto, que Balenciaga era para estas fechas conocido en los círculos mundanos donostiarras, y también revela la actitud hacia la moda y

[867] Archivo General de Palacio Real, Administración General, Caudal Privado, Legajo 1153, Caja 1927.
[868] I. Andia, I., "Mademoiselle y yo «chez Balenciaga»", *El Pueblo Vasco*, Donostia-San Sebastián, 1 de octubre de 1925, 2.
[869] Andia, "Mademoiselle y yo «chez Balenciaga»", 2.
[870] Andia, "Mademoiselle y yo «chez Balenciaga»", 2.
[871] Andia, "Mademoiselle y yo «chez Balenciaga»", 2.

sus creadores que imperaba en estos mismos círculos. El periodista continúa su crónica relatando cómo la bella dama le propuso ir a ver a Balenciaga al día siguiente, "después del té". Antes de proceder a describir la esperada visita "chez Balenciaga" Andía vuelve a hacer una reflexión sobre la moda en general y Balenciaga en particular:

> Realmente, Balenciaga debe de ser famoso. Está instalado con la suntuosidad y buen gusto que evidencia un temperamento artístico. Se ve que ha nacido para este arte frívolo pero imprescindible que es el arte de embellecer a la mujer. Trascendental y delicadísima misión tan respetable como la del filósofo, o el poeta, o el orfebre. Pero qué fácil es la claudicación, o la imperdonable cursilería, que es la blasfemia de la elegancia.[872]

El periodista revela su cambio de percepción con respecto al modisto y a la moda, reconociendo las facultades creativas de Balenciaga y el potencial artístico del vestir. Sin embargo, parece persuadido de que se trata de un fenómeno que afecta estrictamente a las mujeres, una frivolidad femenina que es ajena al vestir de los hombres. El escepticismo de Andía va transformándose en reconocimiento y admiración tras el encuentro con Cristóbal Balenciaga en su casa de la avenida de la Libertad:

> Balenciaga la cumple [la elegancia] no sólo con fe sino con complacencia. Cultiva el arte de la moda con verdadero mimo. Yo advierto la convicción y el cariño con que va hablando con mi encantadora amiga. Esta me mira satisfecha de haberme introducido "chez Balenciaga" y escucha embobada la plática del gran modisto vasco que ahora parece un Worth o un Paquin, explicando, en correcto francés y con ademanes de artista que da los últimos toques a su obra, los diversos modelos que exhiben las bellas maniquíes: un maravilloso vestido blanco de "crêpe" con ancho cinturón de oro, que parece un trozo de piel de cocodrilo con las escamas metálicas aúreas [sic], unos magníficos abrigos de cuero forrados de pieles; otro traje precioso, blanco, bordado, y otro y diez más, entre ellos uno de novia, bordado con lentejuelas de plata, que es un madrigal digno de un [sic] desposada de cuento oriental.
>
> Balenciaga va diciendo las características de la tendencia actual. "Sencillez, sencillez en los vestidos de día y en los de noche, una elegancia a base de sobriedad, de línea

[872] Andia, "Mademoiselle y yo «chez Balenciaga»", 2.

> graciosa. Colores pálidos". En esto, la señorita francesa solicita probarse un modelo blanco. Desaparece. Un cuarto de hora después vuelve con dicho traje. Se mira y remira. Balenciaga se aleja como el pintor que quiere contemplar el efecto de las perspectivas de su cuadro. "C'est ça" – dice. Y aprueba: "Parfaite"[873].

Andía (que desconoce que Paquin es una mujer) nos proporciona no solo la primera descripción que conocemos de una colección de Balenciaga, o de una presentación de modelos en el seno de su *maison* donostiarra, sino que también nos revela la visión del modisto sobre la moda. En lo que probablemente sea la primera "entrevista" de Balenciaga publicada en un medio de comunicación, encontramos también el credo del que vino a denominarse internacionalmente y de modo unánime "el Maestro" de la alta costura: la sobriedad, la sencillez en la forma, la ausencia del adorno superfluo, premisas que guiaban el trabajo de sus creadoras más admiradas, como Gabrielle Chanel, Madeleine Vionnet o Louise Boulanger, mujeres que protagonizaron las grandes transformaciones de la moda a principios del siglo XX.

Tal y como relata el satisfecho cronista, la visita terminó con la compra por parte de la elegante parisina de un modelo de Balenciaga: "Ella está satisfechísima de su adquisición. Yo, ante el temor de que sospechen que esto es una fantasía frívola de otoño, apelo a la gentileza de Mlle. Ivonne d'Artassac de Juillac, quien dará fe de mi desinterés y de la verdad de cuanto queda escrito"[874]. Tras la sorpresa, el desconcierto, el reconocimiento y la admiración que termina profesando por Balenciaga, Andía no puede sustraerse de una de las cuestiones que más le preocupa, su propio crédito e integridad ante lo que quienes puedan verle salir del establecimiento de Balenciaga puedan concluir. Una vez más, dichos temores no hacen sino confirmar la percepción de la moda en esta época y las inevitables connotaciones de frivolidad femenina, de superficialidad intelectual y de laxitud moral que han ido históricamente ligadas a la misma.

Finalmente, Iñigo Andía sitúa a Balenciaga en el altar de los nombres (y hombres) patrios y concluye su crónica con un elevado elogio al pueblo vasco, a su potecial y a sus capacidades, en línea con el discurso cultural y político que imperaban en la década de los años 20:

[873] Andia, "Mademoiselle y yo «chez Balenciaga»", 2.
[874] Andia, "Mademoiselle y yo «chez Balenciaga»", 2.

> Que la raza vasca dé un Uzcudun no ha sorprendido a nadie. De la sorpresa de haber dado una intelectualidad como Unamuno y un pincel universal como Zuloaga, ya van reponiéndose cuantos nos consideraban como un pueblo tenaz y laborioso, nada más que tenaz y laborioso en lo que esta calificación estereotipada supone tácitamente de negación para ciertas manifestaciones de alto vuelo, intelectuales o artísticas. Minas, bien; navegación, buena capatacea, ¡desde luego!
>
> Sí, sí… De las posibilidades que encierra la raza vasca ya nadie puede formar juicio limitado. Sobre todo desde que un pueblo de pescadores como Guetaria, ha dado un modisto del corte europeo de Balenciaga. Insólito, ¿verdad? Pues así es de cierto y maravilloso.[875]

Una empresa familiar: Wladzio d'Attainvile

Balenciaga estaba, sin duda, haciendo las cosas bien. Sin embargo, no estuvo solo en el reto de fundar una casa de costura en San Sebastián, pues recibió un gran apoyo por parte de su familia, que se volcó completamente en levantar la nueva empresa. Su madre lo acompañó en todo momento, viviendo con él en los mismos edificios donde establecía sus talleres y salones, en el número 2 de la calle Vergara primero, y en la avenida de la Libertad número 2 desde 1924[876]. Su hermana Agustina, habiendo igualmente aprendido costura de mano de su madre, y tras trabajar como modista en San Sebastián desde su llegada a la ciudad en 1911[877], desempeñó junto a Cristóbal labores de modista y encargada desde la apertura del primer establecimiento en 1917. Su hermano Juan se les unió en 1919[878] colaborando de manera fundamental en la creación de artículos de peletería, así como en la gestión general de la empresa. Balenciaga se rodeó de su familia durante el resto de su vida y podría decirse que esta constituyó un pilar de estabilidad fundamental que le permitió centrarse exclusivamente en el trabajo de costura que tantos triunfos le acarrearía.

Junto a su familia, Balenciaga encontró en Wladzio d'Attainville un valioso e incondicional colaborador. Wladzio desempeñó un papel determinante en el diseño y planificación de la nueva casa de costura Cristóbal Balenciaga, trasladándose de París a San Sebastián para ayudar a Cristóbal en este complejo proceso, e instalándose junto a él en la avenida de la Libertad. Poco se sabe de este hombre que, a juzgar por los testimonios de quienes lo conocieron, estaba

[875] Andia, "Mademoiselle y yo «chez Balenciaga»", 2.
[876] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección B, Negociado 10, Serie II, Libro 523, Expediente 2 (año 1920).
[877] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección B, Negociado 10, Serie II, Libro 29 (año 1912).
[878] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección B, Negociado 10, Serie II, Libro 523, Expediente 3 (año 1922).

dotado de una sensibilidad excepcional y poseía gustos y modales exquisitos. Su nombre completo era Wladyslaw Romuald Eugène Marie Jaworowski y nació en París el 28 de noviembre de 1899[879], hijo de monsieur Wladyslaw Romuald Jaworowski y madame Marie Hélène Roger Lescuyer d'Attainville, una distinguida parisiense a quien los trabajadores de la casa Balenciaga recuerdan como una señora de destacada elegancia. Por su ficha en el registro de matrículas de reclutamiento del ejército francés, correspondiente al departamento del Sena, sabemos que fue movilizado en 1918 aunque su incorporación fue pospuesta a marzo de 1920 "por Endocarditis". Su ficha también detalla su trayectoria militar, sus destinos y los lugares donde residió. Destaca entre ellos los seis meses que realizó de misión bajo la subintendencia militar francesa en Berlín entre el 4 de septiembre de 1922 y el 4 de marzo de 1923, momento en que fue licenciado y pasó a ser asignado como reservista. Desconocemos en qué momento o donde conoció Wladzio Jaworowski a Cristóbal Balenciaga, pero ambos se hallaban empadronados en el mismo domicilio de la donostiarra avenida de la Libertad poco después, en 1924[880].

A pesar de la falta de información sobre su vida antes de conocer a Balenciaga, la historia de la familia Jaworowski-d'Attainville puede ayudarnos a vislumbrar sus orígenes y comprender su personalidad. El padre de Wladzio, Romuald de Lubicz Jaworowski, era hijo de Romuald Jean de Lubicz Jaworowki, un exiliado polaco establecido en Francia desde mediados del siglo XIX. Jaworowski formaba parte de lo que vino a denominarse la Gran Emigración, el exilio político de líderes, pensadores, científicos, literatos, artistas, oficiales y militares que participaron en los diversos levantamientos contra las fuerzas ruso-prusiano-austríacas por la soberanía de Polonia. Dicho exilio se produjo en varias oleadas, pero adquirió un carácter masivo después de la caída del Levantamiento de Noviembre de los años 1830-1831, dirigido contra Rusia. "Unas 11.000 personas abandonaron el país dirigiéndose sobre todo a Francia (5.500), donde fueron recibidos muy calurosamente como héroes por la población y los comités pro Polonia"[881]. Desde Francia las fuerzas revolucionarias lideraron una amplia actividad política con el fin de captar el apoyo de la opinión pública y de los gobiernos de la Europa Occidental opuestos a la Santa Alianza para la causa polaca. "Los gabinetes liberales o revolucionarios

[879] Archives de Paris, Acta de nacimiento n°2207 de Wladyslaw Romuald Eugène Marie Jaworowski, 1 de diciembre de 1899, distrito 8 de París, AD075EC V4E 08749.
[880] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección B, Negociado 10, Serie II, Libro 523, Expediente 2 (año 1920).
[881] Jan Stanislaw Ciechanovski, "Los movimientos migratorios polacos de carácter político durante la Segunda Guerra Mundial. Antecedentes, desarrollo y consecuencias", *APORTES*, n. 104, año XXXV (3/2020), 63-96.

resultaron naturales aliados de los polacos que intentaban combatir a las tres potencias repartidoras y absolutistas allá donde fuera posible."[882]

Aunque desconocemos la fecha exacta de la llegada de Romuald Jaworowski a Francia, la fecha de su matrimonio nos informa que se hallaba ya establecido en la ciudad de Dijon en 1856, por lo que muy probablemente inmigró al que se convertiría en su nuevo país tras los levantamientos contra las fuerzas prusianas y austríacas en 1846-1848[883]. Tal y como resume el obituario publicado tras su muerte en 1912 por el *Bulletin Polonais littéraire, scientifique et artistique*[884], Romuald Jaworowski era un antiguo combatiente de la legión Mierolawski, antiguo delegado del Gobierno nacional polaco, y administrador de la Obra de San Casimiro en París y en Juvisy-sur-Orge, creada en 1846 para acoger a los polacos necesitados y gestionada por las Hermanas polacas de la Congregación de Saint Vincent de Paul. Romuald Jaworowski había contraído matrimonio con Christine Henriette Eldèse en 27 de octubre de 1856 en la localidad francesa de Dijon[885], de donde ella era natural y donde, según el acta de matrimonio, Romuald ejercía como "profesor de lenguas". Fue en Dijon donde nació su hijo Ladislas Jaworowski, padre de Wladzio, el 18 de enero de 1858[886], y también donde Romuald Jaworowski y su esposa Henriette fueran protagonistas de un dramático episodio de la guerra franco-prusiana de 1870-1871.

"Tras el siguiente gran levantamiento dirigido contra Rusia, la Insurrección de Enero de los años 1863-1864, salieron de Polonia alrededor de 10.000 participantes, la mitad, como ya era tradición, a Francia, pero también a Turquía, Suiza, y menos a Gran Bretaña, norte de Alemania, Italia, Bélgica y EEUU"[887]. Según Ciechanowski, esta nueva ola de emigración estuvo dividida entre la derecha y "los demócratas" de la izquierda; así, los polacos participaron en la creación de la Primera Internacional, y un grupo de voluntarios combatió en la guerra franco-prusiana

[882] Ciechanovski, "Los movimientos migratorios polacos", 63-96.
[883] Ludwik Mierolawski (1814-1878), fue un general polaco que participó en las insurrecciones polacas de 1830 y 1848. En 1861 se une a Garibaldi quien le nombra comandante de la legion internacional italiana para luchar contra los autriacos en el norte de Italia. Vuelve a tomar las armas en una nueva insureccion polaca en 1863 y se exilia en Francia tras una nueva derrota, donde fallecerá en 1878.
[884] *Bulletin Polonais littéraire, scientifique et artistique,* 15 de mayo de 1912*,*
[885] Archives départementales de la Côte d'Or, FRAD021EC 239/329, Registres paroissiaux et/ou d'état civil de Dijon: 1856, Naissances et mariages, Acte de mariage N. 233.
[886] Archives départementales de la Côte d'Or, FRAD021EC 239/333, Registres paroissiaux et/ou d'état civil de Dijon: 1858, Naissances, Acte de naissance N. 29. El acta de nacimiento de Ladislas Romuald Jaworowski sigue refiriéndose a su padre Ladislas como "profesor de lenguas".
[887] Archives départementales de la Côte d'Or, FRAD021EC 239/333, Registres paroissiaux et/ou d'état civil de Dijon: 1858, Naissances, Acte de naissance N. 29

de 1870-1871 en el lado francés, como fue el caso del general Józef Hauke-Bosak. El matrimonio Jaworowski se ocupó de la exhumación y traslado a Ginebra del cuerpo de su gran amigo el general Bosak[888], conde de Hauké, héroe nacional polaco que tras el fracaso de la rebelión de 1863 participó junto a Garibaldi en la guerra franco-prusiana cayendo en la tercera batalla de Dijon el 21 de enero de 1871. Una noticia publicada en el diario *Le Progrès de la Côte d'Or* en 1906 relataba con detalle dicho acontecimiento histórico con ocasión de la celebración de las bodas de oro de la pareja Jaworowski-Eldèse[889]. El diario recordaba que, tras unirse por su matrimonio a "una honorable familia dijonesa" […] "patriota como todos los polacos y mártir de su devoción al país, M. Jaworowski había quedado tan prendado de nuestra nación, que sufrió la invasión prusiana quizá más que muchos franceses."[890] Según el cronista, Jaworowski, delegado por el comité de Dijon de ir a buscar a Gambetta en Burdeos, no pudo desde allí volver a Dijon donde se le esperaba. Su amigo el "valiente general Bosak-Hauké", que residía en el domicilio de Jaworowski en Dijon en este momento, cayó muerto en una emboscada cerca de Daix tras salir a realizar un reconocimiento. "Mme. Jaworowski, tan devota y patriota como su marido, fue a buscar [al general prusiano] Werder en cuanto tuvo conocimiento de la muerte de Bosak para pedirle a éste la espada del general, arma que le había sido entregada por el emperador de Rusia."[891] Fue también Henriette Jaworowski quien pidiera permiso al general prusiano para exhumar el cuerpo de Bosak que fue llevado al hospital y embalsamado. Según relata el cronista, Jaworowski, de vuelta de Burdeos, tuvo la triste misión de trasladar los restos del "glorioso mártir" a Génova, donde se encontraban su esposa e hijos. Finalizaba el artículo agradeciendo a la pareja por su devoción a la patria y deseándoles una larga vida en la tierra que tanto aman.

El papel de Jaworowski y de su esposa en este particular episodio de la guerra franco-prusiana fue ampliamente cubierto por la prensa, tanto en el momento de la muerte de Bosak como en años posteriores, con ocasión de diversos homenajes y aniversarios. El propio Jaworowski, miembro destacado y activo de la comunidad polaca nacionalista exiliada en Francia, dedicó un artículo a Bosak en el primer aniversario de su muerte y con ocasión de la creacion de un monumento en su honor en la localidad francesa de Dijon, donde residía[892].

[888] Ledeuil d'Enquin, J., *Le général Bosak, comte de Hauké : armée des Vosges* (París: E. Dubois, 1893), 56-61.
[889] "Noces d'or et souvenirs bourguinons", *Le Progrès de la Côte d'Or*, 29 de octubre de 1906, 2.
[890] "Noces d'or et souvenirs bourguinons", 2.
[891] "Noces d'or et souvenirs bourguinons", 2.
[892] R. J. Jaworowski, "BOSSAK", 17 de enero 1872.

Jaworowski fue por lo tanto un miembro destacado y activo de la comunidad nacionalista polaca exiliada en Francia. Tras la muerte de Romuald en 1912, su esposa se trasladó a Suiza donde falleció en febrero de 1923[893].

Hemos hallado un escaso rastro documental sobre Ladislas Jaworowski, hijo de Romuald y Christine Jaworowski y padre de Wladzio Jaworowski d'Attanville. Hijo primogénito de la pareja, nació en Dijon el 15 de enero de 1858 donde sus padres residían [894]. En julio de 1896 contrajo matrimonio con Marie-Hélène Roger Lescuyer d'Attainville, una joven parisina de 17 años. En el acta de matrimonio de la pareja no consta profesión para Ladislas, de 38 años de edad, quien reside con sus padres en el número 99 de la rue du Bac del distrito 7 de París (su padre Romuald es referido como propietario), al igual que su joven desposada, menor de edad, quien compartía residencia con sus progenitores en el número 7 de la rue Brunel, en el distrito 17 de París[895]. El primer hijo de la pareja, Roger Jaworowski, nacería un año después, el 27 de julio de 1897, constatando su acta de nacimiento que la pareja, sin profesión, residía en casa de los Jaworowski en la rue du Bac[896]. Wladzio (diminutivo afectuoso de Ladislas) Jaworowski nacía así el 28 de noviembre de 1899 y era registrado como Wladyslaw Romuald Eugène Marie Jaworowski, hijo de Marie-Hélène y Wladyslaw Romuald Jaworowski, "preparador en la Escuela de medicina de París[897]". La guía de Rosenwald, anuario dirigido al cuerpo de médicos y farmacéuticos en Francia, confirma que Jaworowski trabajaba como ayudante de preparador en el laboratorio de histología de la Escuela Práctica de la Facultad de Medicina de París, al menos entre 1899 y 1907 bajo la dirección del doctor Retterer. Una reseña de enero de 1883 en la revista *La France médicale* se refiere a Jaworowski como uno de los nuevos estudiantes externos en los hospitales de París[898], por lo que podemos concluir que realizó estudios de medicina, muy probablemente en la capital francesa.

Tras su matrimonio en julio de 1896, la pareja formada por los padres de Jaworowski fue asidua en los eventos y recepciones de la vida mundana parisina. En abril de 1901 la prensa se hacía

[893] *Journal de Genève*, 23 de febrero de 1923, 7.
[894] Archives départamentales de la Côte-d'Or, Dijon, 1495-1938, FRAD021EC 239/333.
[895] Archives de Paris, Acta de matrimonio n°1097 de Ladislas Romuald Javorowsky [sic] y Marie-Hélène Roger Lescuyer d'Attainville, 29 de julio de 1896, distrito 17 de París, AD075EC V4E 10156.
[896] Archives de Paris, Acta de nacimiento n°906 de Romuald Ladislas Witold Pierre Roger Javorowski, 30 de julio de 1897, distrito 7 de París, AD075EC V4E 08640.
[897] Archives de Paris, Acta de nacimiento n°2207 de Wladyslaw Romuald Eugène Marie Jaworowski, 1 de diciembre de 1899, distrito 8 de París, AD075EC V4E 08749.
[898] "Nouvelles, Hôpitaux de Paris – Councours de l'externat", *La France médicale: historique, scientifique, littéraire*, 4 de enero de 1883, 34.

eco de una "brillante soirée" organizada por el ingeniero y pionero del automóvil Louis Mors y su esposa "en su suntuoso *hôtel* de la rue Marronniers, con ocasión de la firma del contrato de matrimonio de su hija con M. René Boylesve, el distinguido novelista." En una entretenida velada animada por "M. Fugère y Mme. Landouz, de l'Opéra-Comique; Mme. Amel, de la Commédie-Française, y M. Fordyce", el cronista destaca la presencia entre los invitados del "cónsul de Suecia y Mlle. Nordlingen, Mme. de Mouhy de Sornay", y "M. y Mme. Javorowski"[899], entre otros. Poco años después, en febrero de 1908, la pareja Jaworowski-Lescyer d'Attainville decidía poner fin a su matrimonio y divorciarse.

La madre de Wladzio, Marie-Hélène Roger Lescuyer d'Attainville, nació en París el 29 de enero de 1879 en el seno de una aristocrática familia estrechamente ligada a la política y la diplomacia francesas del siglo XIX. Su padre, Roger Lescuyer d'Attainville era nieto de François Victor Massena, segundo duque de Rivoli y tercer príncipe d'Essling, y de su esposa Anne Debelle, quien en 1853 fuera nombrada Gran Maestra de la casa de la emperatriz Eugenia. El bello rostro de tan ilustre antepasada quedó inmortalizado en la conocida obra que la emperatriz encargó a Xavier Winterhalter solo unos meses tras su matrimonio con Napoleón III y que fue presentado en la Exposición Universal de París el 15 de mayo de 1855. En dicha pintura vemos a la emperatriz que, rodeada de sus damas de compañía, dirige su mirada hacia su dama de mayor rango, Anne Debelle, quien se sienta a su derecha y a quien tiende un ramo de madreselvas, símbolo tradicional de la amistad en el siglo XIX.[900] Décadas después y ya en su exilio, la emperatriz Eugenia tendría como dama de honor y persona de máxima confianza a su prima hermana Antonia de Vejarano y Cabarrús, mejor conocida como madame d'Attainville tras su matrimonio en 1900 con Pierre Lescuyer d'Attainville, tío de Marie-Hélène y tío abuelo de Wladzio. Por parte de madre Marie-Hélène d'Attainville era nieta de Eugène Poujade, destacado diplomático y escritor francés quien ejerció como cónsul en diversos destinos incluyendo Líbano, Malta, Túnez y El Cairo. Fue tras su nombramiento como cónsul general de los principados danubianos en 1849 cuando conoció en Bucarest a quien se convirtiera en su esposa, la princesa María Ghika, nieta de Grigore IV Ghika, príncipe de Valaquia entre 1822 y 1828. Ambos contrajeron matrimonio en el palacio Colentina de Bucarest el 16 de junio de 1850 y pronto se convirtieron en habituales de la vida mundana imperial en París. La princesa Ghika, considerada una belleza en los círculos cortesanos imperiales, fue inmortalizada por el

[899] "Nos Echos", *La Presse*, París, 17 de abril de 1901, 2.
[900] Emmanuel Starcky, L. Chabanne (dir.), *Franz Xaver Winterhalter, 1805-1873: portraits de cour, entre faste et élégance* (París: RMN-Grand Palais, 2016), 164-165.

pintor Edouard Dubuffe vistiendo el traje tradicional rumano, siendo su retrato expuesto en el Salón de 1861. Theóphile Gautier escribía sobre la obra de Dubuffe en su *Abecedaire su Salon de 1861* afirmando que "el retrato de Mme. Eugène Poujade, nacida princesa Ghika, en vestido nacional, es muy bello, demasiado bello incluso."[901] En noviembre de 1947 la edición estadounidense de *Vogue* publicaba un artículo sobre "Madame d'Attainville, una *grande dame* de París, quien recibe *solo* en su residencia. Sus recepciones siguen la tradición europea. Balenciaga, quien reside en su casa cuando está en París, realiza todos sus vestidos de recibir en casa, y los diseña acorde a la decoración de su salón, y para resaltar su belleza."[902] Un gran retrato ilustraba el artículo donde vemos a Marie-Hélène d'Attainville luciendo un *déshabillé* de reminiscencias historicistas, inconfundiblemente firmado por Balenciaga que la "gran dama" completa con un gran abanico en encaje negro. Sentada sobre un sofá de estilo Luis XVI la madre de Wladzio posa bajo el retrato de su abuela, la princesa Ghika, que Dubuffe realizara en 1861. El artículo de *Vogue* describe igualmente la mesa de Madame d'Attainville, "tan tradicional y decorativa como ella misma."

> Su mantelería tiene el suave y delicado tacto del lino antiguo y fino (la suya fue especialmente tejida en Rumanía para su abuela). Su cristalería y su plata brillan; nunca se permite fumar en la mesa. Sus platos son pensados para ser tan bellos como deliciosos. La langosta, por ejemplo, se sirve en una gran bandeja de plata, con sus piezas colocadas bajo el caparazón rojo y flanqueadas con una colorida muralla de huevos cocidos y tomates en miniatura.[903]

La historia familiar de Wladzio d'Attainville nos ayuda a comprender en cierta manera el origen de su refinada educación y exquisito gusto, así como las excelentes relaciones y contactos que habría de mantener con los círculos más íntimos de la aristocracia y la realeza europeas. Y estas relaciones resultarían determinantes para difundir el nombre y buen hacer de Cristóbal Balenciaga en determinados ambientes.

Eisa Costura y la diversificación comercial

Durante la década de los años veinte Cristóbal Balenciaga vivió un período de éxito y reconocimiento. Las más elegantes damas de la corte, con la reina María Cristina al frente,

[901] Théophile Gautier, *Abecedaire du Salon de 1861* (París: E. Dentu, 1861), 137.
[902] "In the Grand Tradition: Madame d'Attainville", *Vogue US*, 15 de noviembre de 1947, 122-123 y 172.
[903] "In the Grand Tradition: Madame d'Attainville", 172.

visitaban su establecimiento y adquirían sus creaciones. Tras ellas, hacían lo propio las señoras de la aristocracia y la alta burguesía, logrando el modisto una sólida reputación no solo en San Sebastián sino también en aquellos círculos y ambientes en los que ellas se relacionaban. Sin embargo, el veraneo donostiarra evidenciaba considerables transformaciones a las que el modisto no debía de vivir ajeno. El turismo seguía siendo clave en el desarrollo económico de la ciudad gracias a la visita anual de un número relativamente estable de visitantes. No obstante, se produjo en aquellos años un cambio sustancial en la composición social mayoritaria del veraneante que acudía a San Sebastián. Durante los años de la dictadura de Primo de Rivera, la prohibición del juego tuvo un efecto devastador en el turismo de élite que cada año acudía a la ciudad atraída en gran medida por su magnífico Casino y las suntuosas fiestas que en él se organizaban[904]. Ante el cierre del Casino, la alta sociedad acudió a otros puntos de la Costa Vasca, sobre todo a aquellos situados al otro lado de la frontera, donde podían seguir disfrutando de dichos entretenimientos, si bien, excepcionalmente, la corte y la aristocracia se mantuvieron fieles a su cita donostiarra. A pesar de la constancia del veraneo regio y de la corte, este venía ahora acompañado por amplios sectores de las clases medias que veían por fin realizado su sueño de compartir la temporada con la buena sociedad[905]. El menor nivel adquisitivo de estos veraneantes habría de tener consecuencias en el comercio de lujo que se había desarrollado en San Sebastián en los años que siguieron a la Primera Guerra Mundial.

Ante esta situación, la fidelidad de su clientela eximió a Balenciaga de sufrir estrechez alguna. Lejos de verse limitado en su negocio, el modisto de Getaria decidió ampliarlo, diversificando la oferta con el fin de captar un público más variado. Así, en marzo de 1927 abrió un segundo establecimiento en el primer piso del número 10 de la calle Oquendo bajo el nombre de Martina Robes et Manteaux que en octubre del mismo año renombró como Eisa Costura, donde presentó su primera colección de modelos el 17 de septiembre de ese mismo año[906]. Ambos nombres hacían referencia a la madre de Cristóbal Balenciaga, Martina Eizaguirre, y constituían un homenaje a un pilar fundamental de su vida, y a quien introdujera al joven modisto en el oficio de la costura, en el mundo de la moda al que dedicó su vida. Martina Robes et Manteaux seguía además la fórmula de los elegantes establecimientos parisinos dedicados a la alta costura que muy a menudo introducían a modo de anotación términos como "Robes", "Manteaux" et

[904] Gárate Ojanguren y Martín Rudi, *Cien años de la vida económica de San Sebastián*, 288.
[905] Luis Castells, "La Bella Easo: 1864-1936", en Miguel Artola, *Historia de Donostia-San Sebastián* (Donostia-San Sebastián: Nerea, 2000), 341.
[906] *La Voz de Guipúzcoa*, Donostia-San Sebastián, 17 de septiembre de 1927.

"Fourrures" en sus denominaciones. Balenciaga había hecho lo propio desde la creación en 1917 de Balenciaga y Compañía y, a partir de 1924, de Cristóbal Balenciaga. Sin embargo, el hecho de utilizar un nombre propio femenino podría generar confusión entre sus potenciales clientas con respecto a la autoría de las creaciones de la nueva casa, en un momento en el que el nombre de Cristóbal Balenciaga constituía ya una potente marca relacionada con la excelencia y el buen gusto. Asimismo, la utilización de los términos "Robes et Manteaux" sugeriría que se trataba de un establecimiento dedicado a la venta de modelos de alta costura parisina, lo que podría ser contraproducente y ahuyentar a la clientela local que trataba precisamente de atraer. Así, en pocos meses decidió modificar el nombre inicial sin por ello renunciar a rendir tributo a su madre Martina. El nombre Eisa respondía a la abreviatura del apellido de su madre, Eizaguirre; Balenciaga sustituyó en esta nueva marca la z por la s, al ser esta última más cercana a su pronunciación fonética original. Siendo Eizaguirre un apellido relativamente común en la zona, y existiendo en aquellos momentos otros comercios que funcionaban bajo dicho nombre, como Casa Eizaguirre, una sastrería especializada en artículos de sport y venta de tejidos sita en el número 15 de la calle Easo, el nombre y la grafía adoptados evitaban equívocos. Del mismo modo, la utilización del término "Costura" marcaría la diferencia con respecto a su primera marca y sugeriría que se trataba de un establecimiento de calidad, más cercano y con creaciones más asequibles.

Así, Balenciaga dirigiría dos casas dedicadas a la costura que funcionaban simultáneamente, situadas ambas en San Sebastián a escasos metros la una de la otra. La falta de documentación sobre las colecciones de Balenciaga en sus casas donostiarras hace que resulte difícil establecer las diferencias entre ambas o entre las colecciones que en ellas se presentaban. Lo cierto es que Cristóbal Balenciaga cumplía de igual modo con las obligaciones fiscales impuestas por el Ayuntamiento donostiarra sobre ambos locales en lo relativo a la llamada contribución industrial. Tanto Cristóbal Balenciaga, en la avenida de la Libertad, 2, 1.º, como Eisa Costura, en la calle Oquendo, 10, 1.º, estaban clasificados como comercios de "modista con venta de tejidos", y Balenciaga contribuía con la misma cantidad anual por ambos[907]. Sin embargo, el

[907] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección C, Negociado 4, Serie III, Libros 2365, 2367, 2366, 2368 (años 1928-1931). Tal y como señala Anabitarte en su obra sobre la gestión municipal de San Sebastián: «Los establecimientos industriales […] pagan cuotas de instalación, traslado o sustitución y cuota anual por inspección, satisfaciendo el duplo de los derechos de instalación y revisión anual los establecimientos y aparatos industriales que se hayan instalado sin cumplir las prescripciones reglamentarias, así como también toda instalación que lleve más de un mes funcionando sin permiso. Por licencia de apertura, traslado o traspaso, satisfacen los establecimientos el 4% del precio anual del arrendamiento del local. Deben proveerse de licencias, con arreglo a dicha tarifa, todos los que sean dueños o que como tales figuren o deban figurar en la matrícula de la Contribución industrial de la Provincia o se hallen obligados a proveerse de la patente o autorización provincial o deban

hecho de dar a su segundo establecimiento un nombre distinto al de la casa de la Avenida sugiere que Balenciaga quiso diferenciar la actividad que desarrollaba en ambos comercios. Es posible que los cambios en la composición social de su clientela y su desigual poder adquisitivo le llevaran a concebir un concepto de negocio que respondiera a esta nueva realidad. Las clientas de clase media que ahora veraneaban en San Sebastián, así como las hijas de la pequeña burguesía donostiarra, no podrían permitirse adquirir los exclusivos modelos que Balenciaga diseñaba para las damas de la alta sociedad, a pesar de que su conocimiento y afición a las últimas tendencias resultaba igualmente exhaustivo. Estas ya no necesitaban observar a las elegantes que visitaban San Sebastián cada verano para conocer las modas de París, pues las cada vez más numerosas publicaciones dirigidas al público femenino, e incluso los diarios locales, les daban buena cuenta de ello[908]. Por estos motivos, Balenciaga pudo haber creado una casa de alta modistería en la que se realizaran modelos de acuerdo con las necesidades, gustos y preferencias de las clientas donostiarras. Estas podrían así determinar tanto el diseño como los tejidos a utilizar en su confección, inspirándose, en caso de así desearlo, en modelos que les mostraría el personal de la casa, muy probablemente variantes de la colección principal concebida por el propio Cristóbal Balenciaga. La utilización de tejidos menos suntuosos reduciría considerablemente el precio de los modelos, por lo que más clientas podrían permitirse acudir a su nuevo salón. El modisto pudo también haber creado una línea de modelos previamenete confeccionados, una suerte de *prêt-à-porter* de lujo de su propia creación, dotado como estaba de una amplia experiencia en la confección de calidad adquirida en sus años como sastre en los Grandes Almacenes Au Louvre de San Sebastián. Pocos años después, en 1934, el modisto Lucien Lelong presentaría su línea "Édition", la primera tentativa de una casa de alta costura parisina de crear una colección a precios más asequibles que los modelos de alta costura[909]. Consciente de los retos a los que la industria de la alta costura se enfrentaba desde el crack de 1929, y conocedor de las discusiones que se mantenían en el seno de la alta costura en París, Balenciaga podría haber decidido llevar a la práctica ideas que ya circulaban en dicho ámbito. Cualquiera de las dos estrategias mencionadas le hubiera procurado la venta de un mayor número de prendas a un coste menor, lo que le permitiría rentabilizar su negocio y seguir

contribuir por utilidades a la Provincia o a este Municipio […] Los establecimientos y oficinas con puerta a la calle y los situados en pisos, satisfacen al año y por metro cuadrado de cada hueco una cantidad con arreglo a cuatro categorías en que están clasificadas las calles para el cómputo de derechos». Baldomero Anabitarte, *Gestión del municipio de San Sebastián (1901-1925)*, (Donostia-San Sebastián: Obra Cultural de la Caja de Ahorros Municipal de San Sebastián 1971), 249-250.

[908] Diarios como *La Voz de Guipúzcoa* o *El País Vasco*, o revistas gráficas como *Novedades*, ofrecían a sus lectoras una sección dedicada a las últimas novedades en moda femenina e infantil, basándose en las noticias que llegaban sobre las creaciones de los más conocidos modistos de París.

[909] Jaqueline Demornex, *Lucien Lelong* (Londres, Nueva York: Thames & Hudson, 2008).

financiando la presentación de dos colecciones de alta costura al año en su establecimiento de la Avenida. Por otro lado, lograría ampliar su clientela a la clase media-alta donostiarra y posiblemente reducir así el número de copias de sus modelos que muchas modistas de la ciudad ya realizaban.

Los dos comercios de Balenciaga coexistieron desde 1927 hasta 1932, presentando sus colecciones en abril y septiembre, y anunciando sus liquidaciones por separado. Cabe destacar una mayor presencia de anuncios en prensa de Eisa Costura con respecto a Cristóbal Balenciaga, anunciándose la primera con mayor asiduidad y en un mayor número de periódicos, muy posiblemente con el objeto de atraer a una clientela de base social más amplia. Frente a ello, el reducido número de anuncios que publicitaban la presentación de nuevas colecciones de Cristóbal Balenciaga en la avenida de la Libertad hace pensar que la mayoría de sus clientas eran advertidas personalmente o por invitación. No obstante, ambas casas se esforzaban en comunicar a su clientela a través de la prensa la liquidación de los modelos de temporada, lo que ocurría en los primeros días de agosto y septiembre. Mientras Cristóbal Balenciaga presentaba sus colecciones de alta costura en la avenida de la Libertad ante una selecta clientela, Eisa Costura ofrecía opciones más asequibles a una informada y elegante clase media-alta donostiarra, así como a las nuevas veraneantes que visitaban San Sebastián cada año.

Una vez más, Balenciaga daba muestra de su versatilidad y capacidad de adaptación, al tiempo que se consolidaba como un referente tanto en el mundo de la moda como en la vida social y cultural de la capital donostiarra. El 2 de octubre de 1927, tras la presentación de las nuevas creaciones de Balenciaga para el otoño-invierno 1927-1928 en sus dos establecimientos, el diario *El Pueblo Vasco* reproducía un retrato del joven Balenciaga en la portada de dicho número. Se trataba de un retrato a lápiz, obra del pintor zarauztarra Mauricio Flores Kaperotxipi que formaba parte de una serie denominada "Tipos y Figuras del País" que el diario donostiarra publicaría cada domingo entre septiembre de 1926 y diciembre de 1929. El retrato en cuestión iba acompañado de una semblanza que describía y elogiaba los logros y méritos de cada figura seleccionada. Políticos, intelectuales, artistas, deportistas, médicos, industriales, periodistas, y una cuidada selección de personalidades destacadas desfilaron en esta galería de ilustres vascos. Cristóbal Balenciaga fue la única figura relacionada con el mundo de la moda a quien *El Pueblo Vasco* consideró oportuno destacar, equiparando su oficio y trabajo a la obra de un artista, lejos de consideraciones comerciales que connotaran frivolidad o ligereza. El retrato del diario donostiarra describía al joven modisto en los siguientes términos:

> Es hora de de señalar con el debido honor, el caso de este artista gipuzcoano, ejemplo de las vastas posibilidades de una raza que triunfa en toda manifestación: el deporte y la santidad; la música y las artes plásticas; la literatura y la moda. Porque Balenciaga es el modisto que, sin exageración ni lisonja, podemos exportar a la altura en que campean los nombres Worth, Paquin, Poiret…
>
> Su talento y delicadeza le han permitido lograr una verdadera personalidad artística que justifica el rango estético de lo que hasta ahora se tenía por frivolidad deleznable. Ya nuestras damas pregonan el arte de Balenciaga con tales ejemplos que rinden la admiración masculina; y desde la Reina Victoria, la elegante soberana, no hay "fashionable" que ignore el nombre de Balenciaga, cuya suprema distinción y originalidad se difunden por la alta sociedad española y extranjera en verdaderas creaciones admiradas en saraos y paseos, hipódromos y casinos.
>
> Cristóbal Balenciaga, vasco de naturaleza y universal de fama, es una figura bien representativa de este país minúsculo en el que se dan los máximos exponentes de toda actividad.[910]

El tono utilizado en dicha semblanza por la pluma anónima de *El Pueblo Vasco* es muy similar al desplegado por Iñigo de Andía en el artículo antes referido de 1925, "Mademoiselle y yo chez Balenciaga". El manifiesto interés en obviar o rechazar el carácter comercial o industrial del fenómeno de la moda, centrándose en su dimensión artístico-creativa parece ser el único modo de justificar la entrada de un célebre modisto como Balenciaga en tan insigne antología. Asimismo, el hecho de contar con tan acreditado *couturier* en la sociedad vasca no hacía sino reforzar la idea de un país tan fértil en talento como diminuto en tamaño. Por último, el hecho de que la reina Victoria Eugenia se convirtiera en fiel clienta de la casa (siguiendo a la reina María Cristina quien ya acudiera a Balenciaga en verano de 1925) avalaba a ojos de la sociedad donostiarra la calidad y excelencia del trabajo de Cristóbal Balenciaga.

En diciembre de 1927 Mourlane Michelena se refería a la serie divulgada por *El Pueblo Vasco* (que, por supuesto, incluía ilustres bilbaínos y bizkainos, como el propio Mourlane Michelena) en las páginas del diario bilbaíno *El Liberal*:

[910] *El Pueblo Vasco*, 2 de octubre de 1927, 1.

> Flores Kaperotxipi busca a las personas de calidad, las pinta y la lleva en efigie a la galería de EL PUEBLO VASCO donostiarra. Por el tono de esta incidencia se presumirá que el pintor va a hacer retratos ecuestres. No; esos doce, quizá trece, son de a pie; pero son, sin duda, los que descuellan en el censo […]. Dentro de un siglo, dentro de dos, algunos, quizá más que algunos, de la galería de EL PUEBLO VASCO se habrán perdido para el renombre, cuando más para la vanagloria. Pero aquellos que no se abismen y queden están ya desde ahora en la galería.[911]

En el momento de la publicación de la semblanza de Balenciaga tanto el joven modisto como Flores Kaperotxipi gozaban de un notable éxito y reconocimiento social. El 8 de agosto de 1927 el también joven pintor inauguraba en su localidad natal "su exposicion de pinturas que se celebrará en el antiguo salón de la Juventud Antoniana (Convento de los Franciscanos) a las siete de la tarde"[912]. Flores Kaperotxipi, nacido en Zarauz en 1901, era hijo de un sastre de dicha villa costera donde el comercio florecía gracias a su papel fundamental en el fenómeno del veraneo en la costa vasca desde finales del siglo XIX. Tras ayudar a su padre en la sastrería por las mañanas, el joven pasaría las tardes tomando lecciones de dibujo de Lucio Urbina en la Juventud Antoniana de Zarauz[913], donde presentaría años más tarde la referida exposición. El objeto de dicha exposicion era el de "mostrar los cuadros a la colonia veraniega y al público de Zarauz, antes de exponerlos en el palacio de la Diputación Provincial de San Sebastián"[914]. Tras el cierre de la muestra en Zarauz el 15 de agosto, ésta fue inaugurada el 22 de agosto en los salones de la Diputación en la capital donostiarra con gran éxito de público y repercusión mediática. El *Pueblo Vasco* anunciaba con gran entusiasmo la exposición de su colaborador y publicaba un catálogo detallado de las 69 obras expuestas, entre las que destacan retratos de conocidas personalidades de la cultura y la sociedad vascas como "1, Paulino Uzcudun"; "8, José María Usandizaga", "9, Iñigo de Andia", "19, Ignacio Zuloaga", "20, Arturo Campión", "21, Atano III", "26, Pablo Uranga", "29, José María Salaverría", "32, Resurrección María de Azcue", "36, Valetín Zubiaurre", "37, Pío Baroja", "41, Julio Urquijo" o "49, Elías Salaverría" o "60, Pedro Antequera Azpiri"[915]. El mismo diario informaba sobre la exitosa inauguración

[911] Pedro Mourlane Michelena, "Los dibujos de Kaperotxipi. Las doce – o trece – figuras de la villa", publicado en el diario bilbaíno *El Liberal* y reproducido por el diario donostiarra *El Pueblo Vasco* el 15 de diciembre de 1927, 1.
[912] "Exposición Flores-Caperochipi", *La Constancia. Diario Integrista*, 8 de agosto de 1927, 1.
[913] Leticia Eizagirre Altuna, "Flores Kaperotxipi, Mauricio", *Enciclopedia Auñamendi* [en línea], 2021. Disponible en: https://aunamendi.eusko-ikaskuntza.eus/es/flores-kaperotxipi-mauricio/ar-65694/
[914] Eizagirre Altuna, "Flores Kaperotxipi, Mauricio", *Enciclopedia Auñamendi* [en línea], 2021.
[915] *El Pueblo Vasco*, "Interesante exposición de Flores Kaperotxipi", 21 de agosto de 1927, 3.

del día 22, a la que asistieron diversas autoridades y muchos de los artistas retratados, y en la que la obra de Kaperotxipi fue elogiada de forma unánime, "particularmente los retratos de la señorita de Manterola, don Vicente Laffitte, "Iñigo de Andía" y José María Usandizaga; la mayoría de los dibujos que, bajo el título de "Tipos y figuras del país", han aparecido dominicalmente en este diario; y los otros cuadros de carácter vasco, en especial a "Una mocita de ayer", "Primavera" y "El músico de aldea"[916]. El 7 de septiembre la prensa donostiarra anunciaba la extensión de la exposicion, que debía cerrarse ese mismo día pues "S.M. la Reina Doña María Cristina ha vuelto a manifestar su deseo de visitar, si le es posible, la exposición instalada en la Diputación. En vista de ello se ha acordado que la exposición continúe abierta hasta hoy, miércoles, a las ocho de la noche, que se cerrará definitivamente"[917]. Al igual que ocurriera en el caso de Balenciaga, una visita de la reina María Cristina era ampliamente comentada en la prensa y constituía poco menos que la consagración pública del joven pintor zarauztarra.

Un año después, entre el 29 de septiembre y el 9 de octubre de 1928, Flores Kaperotxipi volvió a exponer su obra esta vez en el estudio de los arquitectos Lagarde y Ubago de la calle Oquendo número 12, a escasos metros de Eisa Costura, el segundo establecimiento de Balenciaga sito en el número 10 de la misma calle. Una vez más los diarios locales se hacían eco de dicho evento artístico y reproducían el catálogo de obras presentadas en la muestra, entre las que se encontraban numerosos de los retratos realizados para la serie "Tipos y Figuras del País", como el retrato del propio Balenciaga. Así el modisto getariarra compartía galería con personalidades como: "1, Ana María de los Santos"; 4, Conde de Romanones"; "10, Federico Echevarría"; "16, Carito Mac-Mahón" [sic]; "19, Reverendo Padre Donosti"; "25, Duque del Infantado"; 29, Doctor Usandizaga"; "30, Marqués de Arriluce de Ibarra" o el propio "Mourlane Michelena, referido como el número 47, tras "45, Cristobal Valenciaga" [sic][918]. Del mismo modo *El Pueblo Vasco* incidía en el éxito de la muestra y la distinguida concurrencia el día de su inauguración, que incluía "al gobernador civil, alcalde, escritores, artistas y distinguidas personalidades de la colonia veraniega y de la ciudad que acudieron con verdadero interés a visitar la nueva exposición de este gran pintor de retratos, cada día más afianzado en su

[916] "La exposición de retratos de Flores Kaperotxipi", *El Pueblo Vasco*, 23 de agosto de 1927, 3.
[917] "La exposición de Kaperotxipi se clausura hoy", *El Pueblo Vasco*, 7 de septiembre de 1927, 2; "Se prorroga hasta el miércoles La exposición de Flores Kaperotxipi", *La Constancia, diario integrista*, 7 de septiembre de 1927, 1.
[918] *El Pueblo Vasco*, "Una exposición interesante. Los retratos de Flores Kaperotxipi", 28 de septiembre de 1928, 3; "Una exposición de retratos. Hoy se abre la de Flores Kaperotxipi", *La Constancia*, *diario integrista,* 28 de septiembre de 1928, 4.

interesante personalidad de retratista"[919]. Kaperotxipi exponía esta vez 49 retratos, algunos reproducidos anteriormente por *El Pueblo Vasco*, otros expuestos en anteriores exposiciones y algunos inéditos. Tal y como subrayaba el diario, "aunque tenía bien acreditado su cartel de pintor de retratos, esta exposición confirma a Kaperotxipi definitivamente de maestro en el género por el que tantos éxitos le esperan"[920].

Cristóbal Balenciaga se consolidaba así como una personalidad destacada en la sociedad donostiarra y vasca, siendo reconocido como un modisto de gran talento creativo e influencia tanto local como internacional. Al mismo tiempo el joven empresario lograba adaptarse con éxito a la nueva coyuntura socioeconómica que atravesaba la capital gipuzkoana durante los años de la dictadura de Primo de Rivera y beneficiarse de ello. Pero su clientela regia y aristocrática, que constituía un pilar fundamental en su negocio, pronto se vería obligada a abandonarle forzada por nuevas circunstancias políticas.

4.2.3. República y exilio regio

Puede decirse que Gipuzkoa vivió intensamente los profundos cambios políticos acaecidos en 1931. En agosto de 1930 se producía en la capital donostiarra el llamado Pacto de San Sebastián, una reunión en la que los principales representantes de las fuerzas republicanas y catalanistas, así como el conocido líder socialista Prieto, acordaban derrocar la monarquía y establecer mediante un movimiento popular y militar la República[921]. El movimiento revolucionario promovido por los protagonistas del pacto en diciembre de 1930 fracasó, lo que en San Sebastián se tradujo en el intento frustrado de tomar el Gobierno Civil[922]. Sin embargo, la creciente agitación política y social obligó al Gobierno a convocar elecciones municipales en abril de 1931, que se convirtieron en un plebiscito sobre la monarquía. La espectacular victoria de las opciones republicanas y la abrumadora movilización popular obligaron a Alfonso XIII a renunciar al trono y optar por el exilio, al que le siguieron los miembros de la familia real, la corte y sus más estrechos consejeros. El rey y su familia se trasladaron primero a París y posteriormente a Roma, donde fijarían su residencia habitual. El 13 de abril de 1931 se proclamaba en Eibar la segunda República, con un día de antelación a la proclamación oficial,

[919] *El Pueblo Vasco*, "Un pintor de retratos. La exposición de Flores Kaperotxipi", 29 de septiembre de 1928, 1.
[920] *El Pueblo Vasco*, "Un pintor de retratos. La exposición de Flores Kaperotxipi", 29 de septiembre de 1928, 1.
[921] Luis Castells, "La Bella Easo: 1864-1936", en Miguel Artola, *Historia de Donostia-San Sebastián* (Donostia-San Sebastián: Nerea, 2000), 380.
[922] Castells, "La Bella Easo: 1864-1936", 380.

siendo además la primera localidad en izar la bandera tricolor a las 6:30 de la mañana del día 14.

Con la proclamación de la República y el exilio de la familia real y la corte, el veraneo de élite recibía un nuevo golpe y Balenciaga perdía a la clientela sobre cuya fidelidad y dispendio había construido su casa de costura en la avenida de la Libertad. A ello se añadía la decisión del nuevo Gobierno de no celebrar el aniversario del Pacto de San Sebastián en la capital donostiarra y de organizar los eventos conmemorativos en Madrid, rompiendo así con la tradición del veraneo político en la ciudad. El número de visitantes que acudían a San Sebastián se mantenía elevado, aunque la nueva situación política reforzó lo que había comenzado a percibirse en la década de 1920: la pérdida del carácter elitista del veraneo de San Sebastián. Sin duda, dichos cambios afectaron profundamente al comercio de lujo en general, y al negocio de Balenciaga en particular.

Las consecuencias no tardaron en dejarse sentir y el año 1932 se presentaba especialmente complicado para Balenciaga. Tanto Eisa Costura como la casa Balenciaga presentaron sus colecciones de otoño-invierno el 15 y el 19 de septiembre de 1931 respectivamente, aunque solo la primera anunció la liquidación de la colección de invierno que comenzaba el 15 de diciembre del mismo año. En el transcurso de 1932 no solo no se observa publicidad alguna de ambas casas, sino que ninguna de ellas consta en los libros de impuestos municipales en relación con las contribuciones que Balenciaga había realizado regularmente en años anteriores. Parece evidente que Balenciaga se vio obligado a suspender o reducir considerablemente la actividad de ambas casas y a replantear su negocio y la dirección de su carrera profesional. El San Sebastián de las visitas regias y de las excursiones de la corte que tan de cerca había conocido desde niño se desvanecía y el modisto debía amoldarse a la nueva situación. Es significativo que la última factura de Cristóbal Balenciaga a la marquesa de Casa Torres con la que contamos sea del 24 de junio de 1931, por un "vestido marrocain negro con perlas de 271"[923] adquirido el 2 de mayo de ese mismo año. Según una anotación de la propia marquesa, esta factura fue "saldada con Cristóbal el 1.ro de Julio de 1931".

No obstante, Balenciaga hizo gala, una vez más, de la extraordinaria capacidad de adaptación y versatilidad que le caracterizaría a lo largo de toda su trayectoria profesional. En 1932

[923] Getariako Udala Cristobal Balenciaga Fundazioa-Fundación, Archivo del Marqués de Casa Torres, Factura de Cristóbal Balenciaga, Robes et Manteaux a la marquesa de Casa Torres, 24 de junio de 1931.

solicitaba al Ayuntamiento donostiarra la apertura de un nuevo establecimiento dedicado a la costura en el primer piso del número 3 de la calle Santa Catalina, bajo el nombre de B. E. Costura[924], y el 21 de septiembre del mismo año presentaba una colección de otoño-invierno en su nuevo salón[925]. Las iniciales del nombre elegido para esta nueva empresa respondían a sus apellidos, Balenciaga y Eizaguirre, queriendo de nuevo rendir homenaje a su madre y reforzar la idea de que se trataba de un proyecto familiar sustentado y alimentado por todos sus miembros. Dada la situación, es muy probable que dicho establecimiento se enmarcara dentro del concepto de negocio que había concebido para Eisa Costura, ya que ahora más que nunca debía responder a la demanda de una clientela de clase media-alta con un poder adquisitivo considerablemente elevado, pero que no podía compararse al de su exiliada clientela. Balenciaga entendió que la nueva situación exigía centrar sus esfuerzos en sus casas menos exclusivas, dejando por el momento a un lado su dedicación a la alta costura. Sin embargo, no abandonó su taller de la avenida de la Libertad, y es muy probable que en el transcurso de 1932 Balenciaga siguiera recibiendo allí a sus clientas, diseñando para ellas modelos exclusivos e individualizados para eventos sociales significativos, como bodas, presentaciones en sociedad u otros actos excepcionales. Una curiosa noticia recogida por el diario *El Pueblo Vasco* el 20 de marzo de 1932 confirma que la casa Balenciaga de la Avenida pronto retomó su actividad. Dicha noticia fue hallada en forma de recorte entre la documentación de los marqueses de Casa Torres con anotaciones del propio Cesáreo Aragón y Barroeta Aldamar. Bajo el título "Un patrón modelo. Unas modistas protestan de que no se les deja trabajar", el diario informaba a sus lectores de que:

> Anoche tuvo el gobernador una visita singular. La de unas modistas de la Casa Balenciaga que fueron a protestar de que no se les dejaba trabajar. Además, hacían grandes elogios de su patrón. Poco corriente es esto en los tiempos actuales, en que no hay visita obrera en el Gobierno civil que no vaya a reclamar contra los patronos. Las modistas de la Casa Balenciaga fueron a protestar de que hubiera sido denunciado su patrón porque ellas estuvieron ayer trabajando fuera del horario del trabajo. Hacían constar que el trabajo denunciado son horas extraordinarias que se les abona espléndidamente. Decían, además, que no tenían inconveniente en trabajar a estas horas,

[924] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección C, Negociado 4, Serie III, Apertura de establecimientos (año 1932).
[925] "B. E. Costura, Presenta actualmente sus modelos de invierno. Santa Catalina, 3: San Sebastián. Teléfono 12.637", en *El Día*, Donostia-San Sebastián, 21 de septiembre de 1932.

> aunque fuera gratis, y por la duración que se les indicara, porque todo lo merece un patrón que, además de conceder buenos sueldos, tenía la atención de pagarles cuando, por no haber trabajo, se hallaban paradas. A estas atenciones hay que corresponder —decían las muchachas— y por eso venimos a protestar, de que haya sido denunciado nuestro patrón.[926]

Resulta evidente por el contenido de la noticia que los talleres de la casa Balenciaga se encontraban en plena actividad y trabajando largas horas. Se trataba posiblemente de los últimos preparativos de la nueva colección de primavera-verano de 1932 que se presentaría a lo largo del mes de abril. Ante la aparente reducción de la actividad de Cristóbal Balenciaga en la avenida de la Libertad, es posible que los talleres de esta casa fueran los responsables de confeccionar los modelos de la recientemente inaugurada casa B. E. Costura, así como los de su predecesora, la reactivada Eisa Costura, mientras atendían los encargos más exclusivos que Balenciaga realizaba para un reducido número de adineradas clientas. En cualquier caso, se trataba de establecimientos independientes[927] que presentaban modelos distintos, todos ellos concebidos por Cristóbal Balenciaga. Pero la noticia del periódico *El Pueblo Vasco* también nos informa de lo que se convertiría en una constante en la trayectoria profesional de Balenciaga: la devoción y el respeto que sus trabajadores le profesaban. La denuncia presentada ante el gobernador civil de Gipuzkoa se enmarcaba dentro del ambiente social y político que se vivía en San Sebastián tras el fin de la dictadura de Primo de Rivera y con la proclamación de la República. Tal y como señala Luis Castells, después de la obligada atonía de la dictadura se registró en la capital donostiarra un despertar de la conciencia de las gentes[928], tanto respecto a sus derechos políticos como sociales, lo que se manifiesta por ejemplo en los altos índices de participación electoral o en el elevado número de denuncias de trabajadores ante el Gobierno Civil. Lo que ya resulta más extraordinario es la espontánea reacción de las trabajadoras de la Casa Balenciaga y la defensa a ultranza que hacen de su patrón ante el gobernador civil, en lo que ellas consideran una acusación a todas luces injustificada.

Se deduce de las circunstancias expuestas que Balenciaga dedica el año 1932 a reorganizar su negocio y replantear el futuro de este. Tras la crisis provocada por la pérdida de su más

[926] *El Pueblo Vasco*, San Sebastián, 20 de marzo de 1932.
[927] Según el testimonio de Maritxu Esnal, la casa B. E. era considerada como una casa independiente con colección propia. Datos confirmados en una entrevista realizada en Getaria, 1 de junio de 2006.
[928] Castells, "La Bella Easo: 1864-1936", 381.

adinerada clientela con motivo de la proclamación de la República en 1931, suspende temporalmente la actividad de sus dos casas para retomarla pocos meses después, abriendo un nuevo establecimiento llamado B. E. Costura en la calle Santa Catalina número 3. Sin embargo, lejos de fracasar o verse irreversiblemente afectado por el cambio en la composición social de su clientela, Balenciaga regenta ahora tres casas de costura que funcionan simultáneamente en San Sebastián: Cristóbal Balenciaga en la avenida de la Libertad, 2, 1.º; Eisa Costura en Oquendo, 10, 1.º; y B. E. Costura en Santa Catalina, 3, 1.º. En los últimos meses de 1932, Balenciaga solicita ante el Registro de la Propiedad Industrial varias marcas "para distinguir prendas de confección de modistería", entre las que se encuentran aquellas que ya ha utilizado hasta la fecha, como "eisa costura"[929], registrada con una grafía concreta que plasma en las etiquetas de los modelos del establecimiento de la calle Oquendo, o "BE"[930], utilizada en el momento de la solicitud para denominar su establecimiento de Santa Catalina, 3. A ellas se añaden la marca "EB"[931], que será anulada por el propio Balenciaga en 1933, y la solicitud del nombre comercial "C. Balenciaga, para aplicarlo en las transacciones mercantiles de su negocio de alta costura y modistería"[932]. Es el propio Balenciaga quien distinguía con claridad la alta costura que desarrollaba en Cristóbal Balenciaga y la modistería a la que se dedicaba a través de Eisa Costura y B. E. Costura.

El registro de las marcas y de un nombre comercial responde al deseo de Balenciaga de proteger sus creaciones de copias e imitaciones, más expuestas en la medida en que tanto la reputación como la empresa del modisto aumentaban. Por otro lado, se intuye que Balenciaga trataba de regularizar la situación de la empresa con vistas a cambios estratégicos que pudiera realizar en un futuro próximo. Este nuevo planteamiento empresarial se materializó, en parte, en 1933 con la apertura de un nuevo establecimiento llamado EISA B. E. Costura, tanto en San Sebastián como en Madrid. Tras la breve crisis de 1931 y la diversificación de su negocio, Balenciaga tomó el pulso al interés y poder adquisitivo de su clientela y comprobó que podría permitirse volver a hacer la alta costura que tanto le apasionaba. El modisto, probablemente animado por haber conseguido atraer nueva financiación, decidió centrar de nuevo sus esfuerzos en una sola casa, retomando el diseño y presentación de dos colecciones anuales de alta costura. Así, en el transcurso de 1933 cerró B. E. Costura en la calle Santa Catalina, y dejó de presentar modelos

[929] Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, 1 de octubre de 1932, Núm. 1.106, Exp. 91.068, 2526.
[930] Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, 16 de enero de 1933, Núm. 1.113, Exp. 92. 596, 213.
[931] Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, 1 de noviembre de 1932, Núm. 1.108, Exp. 91.462, 2769.
[932] Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, Exp. 13.232, 2831.

en Eisa Costura de la calle Oquendo, para abrir EISA B. E. Costura en el primer piso de la avenida de la Libertad número 2, donde hasta entonces se había situado Cristóbal Balenciaga. Esta casa continuó con su actividad reducida (aunque exclusiva) en el segundo piso del mismo edificio de la Avenida donde él mismo residía, recibiendo allí a las fieles clientas que acudían buscando un trato individualizado y modelos únicos para ocasiones especiales. La nueva casa, cuyo nombre unificaba los dos utilizados por Balenciaga con anterioridad, se convertiría en el nuevo buque insignia de su empresa.

Eisa b. e., la expansión

La primera colección presentada por la nueva casa de costura, tanto en San Sebastián como en Madrid, fue la de primavera-verano de 1933, aunque demoraría su aparición en prensa hasta el 4 de agosto del mismo año con el anuncio de la liquidación de dicha colección. Dentro de su columna dedicada a ecos de sociedad, el periódico *El Día* enmarcaba en un recuadro el siguiente texto: "EISA-G. E. Costura, Avenida de la Libertad, 2. Tel: 14.143, SAN SEBASTIAN; Caballero de Gracia, 42. Tel: 95.031, MADRID; Liquida su colección de verano, playa y sport"[933]. La evidente errata fue rápidamente corregida por el periódico al día siguiente, sustituyendo el nombre "EISA G. E." por el correcto "EISA B. E.". Resultaba sumamente importante corregirlo, pues el escueto anuncio debía cumplir un objetivo que iba más allá de lo evidente. Además de comunicar el inicio de la liquidación de los modelos de la colección de verano, se trataba de dar a conocer el nuevo nombre del establecimiento que Balenciaga había inaugurado en el primer piso de la avenida de la Libertad, 2, base de operaciones de su empresa desde que se estableciera como Cristóbal Balenciaga en 1924, y de anunciar la apertura de una sucursal en Madrid, situada en la calle Caballero de Gracia, número 42. Balenciaga no incluiría referencia alguna a su casa de Madrid en consecutivos anuncios publicados en la prensa donostiarra, lo que indica que solo lo hizo con la intención de comunicar su existencia a las clientas que cada año se trasladaban de Madrid a San Sebastián en los meses de verano. Sin duda, éstas debieron de recibir la noticia con entusiasmo, pues ya no tendrían que esperar al período estival para realizar sus encargos *chez* Balenciaga. Para establecer el nuevo salón de Madrid, Balenciaga depositó su confianza en algunos de los colaboradores que le habían acompañado durante años en San Sebastián, como Juan Emilas, que desempeñaría la función de jefe del taller de sastrería; Paquita Ormazábal, que se haría cargo del taller de modistería; y Elena Gurruchaga, que se estableció como encargada y realizó las gestiones administrativas

[933] *El Día*, Donostia-San Sebastián, 4 de agosto de 1933.

pertinentes para la apertura del nuevo establecimiento. En 1934 Balenciaga solicitaría en los ayuntamientos de San Sebastián[934] y Madrid[935] una licencia para colocar sendos letreros publicitarios en las fachadas de sus respectivas casas con el nombre de EISA B. E. Costura, y en 1935 hacía lo propio para instalar un anuncio de Balenciaga en el segundo piso de la avenida de la Libertad de San Sebastián[936]. Así, Balenciaga seguía dividiéndose entre sus dos negocios, recibiendo en su domicilio de la Avenida a clientas que exigían modelos exclusivos realizados con los mejores tejidos de proveedores internacionales, al tiempo que preparaba dos colecciones al año para sus casas EISA B. E. de San Sebastián y Madrid.

La casa Balenciaga de París guarda el único archivo que nos permite vislumbrar cómo fue el trabajo de Cristóbal Balenciaga en su periodo pre-parisino en San Sebastián, más concretamente entre los años 1931 y 1934. Se trata de un fondo documental de más de 1.200 bocetos que incluyen croquis de modelos de diversas casas de alta costura de París, dibujos técnicos anotados por el propio Balenciaga, bocetos de modelos presentados en las diferentes casas que Balenciaga dirigió en este periodo, y numerosas notas dificíles de interpretar por la falta de información y contexto. Desconocemos las circunstancias en las que este fondo llegó a París o por qué son los únicos años documentados de su larga trayectoria de dos décadas en San Sebastián. En cualquier caso, y a pesar de sus lagunas, se trata de un fondo valioso para comprender cómo gestionó Balenciaga su empresa, los modistos a quienes admiraba y de quienes adquiría sus modelos, su visión y su perfeccionamiento técnico, así como la manera en que fue introduciendo sus propias creaciones en sus numerosas colecciones.

Una de las primeras cuestiones que observamos al analizar el conjunto de dicho fondo es el gran número de creadores de alta costura que están representados y cuyo trabajo Balenciaga conocía, estudiaba y compraba. Entre los modistos más representados destacan especialmente (del más al menos representado), Lanvin, Chanel, Molyneux, Worth, Vionnet, Bruyère y Patou. Teniendo en cuenta que el modisto vasco reconoció públicamente su admiración por Gabrielle Chanel y Madeleine Vionnet es lógico que ambas se hallen en esta primera lista, aunque sorprende la ausencia de la tercera de sus admiradas modistas, Louiseboulanger, de quien solo

[934] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección C, Negociado 4, Serie III, Libro 2371, Higiene, Huecos, Anuncios, Industrias, etc. (año 1934).
[935] Según Lesley Miller, en 1934 Balenciaga solicitó a las autoridades municipales permiso para instalar un letrero de neón en los balcones de la primera planta de la casa. La autora también reproduce un boceto arquitectónico que muestra la propuesta del modisto. (Véase Miller, *Cristóbal Balenciaga*, 65.)
[936] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección C, Negociado 4, Serie III, Libro 2372, Higiene, Huecos, Anuncios, Industrias, etc. (año 1935).

encontramos un boceto en el mencionado fondo. Siguen a estos modistos otros célebres creadores de la escena parisina como Maggy Rouff, Marcel Rochas, Jane, Marcelle Dormoy, Redfern, Goupy, Mainbocher, Lucile Paray, Lelong o Jenny.

Tal y como expone Didier Grumbach en su indispensable trabajo sobre la historia de la industria de la moda en París[937], las relaciones entre las casas de alta costura y los compradores internacionales eran más complejas que la que mantenían con las clientas particulares. Para acceder como comprador a las casas de alta costura de París, el interesado debía dirigirse a la Chambre Syndicale, institución que le proveería de una tarjeta bajo la condición expresa de respetar las cláusulas de lo que podría denominarse un contrato moral. Dicho compromiso incluía, entre otras cuestiones, el hecho de no intercambiar los modelos adquiridos con terceros y de no proveer de dichos modelos a los copistas profesionales que abundaban a ambos lados del Atlántico. Todo desacuerdo o diferencia entre el comprador y el *couturier* o *couturière*, así como cualquier infracción de los compromisos adquiridos, serían minucionsamente reflejados en la ficha del comprador. Una vez en posesión de la mencionada tarjeta, el comprador podía inscribirse en la casa o casas de alta costura que le interesaran, donde debía efectuar un anticipo sobre las posibles compras que fuera a realizar. Esta fianza quedaba en la casa de alta costura fuera lo que fuere que el comprador decidiera hacer. La Chambre Syndicale establecía cada temporada una lista de precios y de fianzas, establecidos según las tarifas de derecho de entrada en vigor en la temporada correspondiente, y se la comunicaba a los potentiales compradores.

Entre los compradores existían tres tipos bien definidos: los fabricantes que producían prendas en serie para su propia distribución; los grandes almacenes que contaban con un departamento de confección a medida; y los modistos extranjeros que trabajaban sobre pedido siguiendo el modelo de sus homólogos parisinos, como el propio Cristóbal Balenciaga. Los compradores franceses tenían prohibido el acceso a las casas de alta costura de París que querían asegurarse el mercado nacional, mientras que los internacionales podían acceder al laboratorio de creación que era París, beneficiándose así de las nuevas creaciones, de los patrones y del prestigio de sus creadores ante sus clientas.

Los compradores visionaban las colecciones un mes antes de que lo hicieran las clientas y se les facturaba un 40% más que a las "particulares" por adquirir modelos sin realización de

[937] Didier Grumbach, *Histoires de la mode* (París: Editions du Regard, 2008), 11-106.

pruebas. Esta diferencia de tarifa se debía al derecho de reproducción que obligaba a los compradores a vender solamente copias en tejido, excluyendo así bocetos, patrones copiados sobre los prototipos, o el alquiler, cesión o intercambio de los mismos. Dicho derecho de reproducción estaba destinado para el uso exclusivo del comprador y cualquier cesión era reprobable. Tras el *crack* de 1929 y la consiguiente crisis el gobierno estadounidense introdujo un derecho de aduana de un 90% sobre las prendas importadas, a lo que se añadían otro tipo de medidas similares que numerosos países adoptaron en el plano internacional. Para evitar la carga de dichos impuestos los compradores comenzaron a importar menos prendas terminadas que serían sustituidas por patrones con su correspondiente autorización para reproducirlos. Así, a partir de 1930 la venta de patrones, que hasta entonces había sido marginal, se convierte en una práctica habitual. Las tarifas variarían según la categoría de comprador, su país de procedencia, la casa de alta costura en cuestión, y en función de si se trataba de un modelo terminado, un patrón en *toile*, un patrón en papel o de derechos de visionado sin adquisición (esta fórmula se reservaba fundamentalmente a las industrias auxiliares de accesorios, belleza, entre otras.).

Es difícil establecer si Balenciaga compraba modelos a todos los creadores que están representados en el valioso fondo que custodia la casa Balenciaga de París. Tratándose todos ellos del periodo que transcurre entre 1930 y 1934, y en caso de que sí lo hiciera, es muy probable que comprara patrones en toile o en papel con sus respectivos derechos de reproducción. En otras ocasiones, podría haber asistido a los desfiles con derecho de visionado y plasmar las ideas que en el transcurso de dichas presentaciones le hubieran inspirado. Por algunos de los bocetos se infiere que se trata efectivamente de adquisiciones, ya que los dibujos proceden directamente de la casa de alta costura en cuestión, como es el caso dos modelos de Maggy Rouff de primavera-verano de 1933[938] u otro modelo de Lucien Lelong adquirido por Balenciaga en privamera-verano de 1934[939]. En otros croquis las notas son muy explicítas, como en las anotaciones escritas en el reverso de un boceto con varios modelos de la colección de otoño-invierno de 1931, en las que podemos leer el nombre del modelo adquirido, así como el de su creador[940] (“Mirage Worth”; “Bruyère Petit ami”), o en el caso del dibujo de un vestido de la misma temporada, en el que Balenciaga escribió “vestido del abrigo que hemos comprado.

[938] Archives Balenciaga Paris, 1933E000D0023-DC01 y 1933E000D027-DC01.
[939] Archives Balenciaga Paris, 1934E000D0013-DC01.
[940] Archives Balenciaga Paris, 1931H000D0076-CC01.

Vieses dobles debajo; tiras hilo encima; pespuntes al hilo"[941]. En numerosas ocasiones, sin embargo, se trata de esbozos técnicos realizados por Balenciaga con intención de plasmar una información precisa sobre la costura o el tejido de un diseño, y es frecuente que el propio Balenciaga anote de qué modelo, y de qué creador o casa de alta costura procede la idea en cuestión. Así lo hace en el caso de un modelo de abrigo-vestido de primavera-verano de 1931 junto a cuyo dibujo escribe "idea; Chanel"[942], o en el caso de un conjunto de Vionnet de la temporada de primavera-verano de 1932, en el que podemos leer "no es exacto: fondo blanco con estampado rojo y chaqueta sin mangas de punto rojo"[943]. En estos casos, podría tratarse de bocetos que él mismo ha realizado de memoria tras asistir a los desfiles, sin por ello haber comprado ninguna de las creaciones presentadas. Aunque Balenciaga se uniría a otros colegas contemporáneos en la lucha con la copia y contrabando internacional de diseños de alta costura, sobre todo tras su establecimiento en París en 1937, parece que él mismo pudo haber practicado el intercambio de bocetos con otros compradores internacionales como él. Algunos de los dibujos, realizados en estilos muy diferentes, contienen anotaciones en alemán. Asimismo, en un croquis de 1933, que parece haber sido anotado por el propio Cristóbal Balenciaga en francés y que incluye una muestra de tejido, se lee lo siguiente: "la chaqueta de tres cuartos es en un tejido negro y blanco de YEEK en Munich – La falda en lana negra – Escríbame si desea este patrón"[944].

Ignoramos quien fue el destinatario de este documento, pero todo sugiere que se trata de un intercambio de modelos, con sus respectivos patrones y muestras de tejido para su confección, que era habitual entre profesionales internacionales para multiplicar el número de modelos de de los que podrían disponer para su venta en sus respectivos establecimientos.

Según los informes que se guardan en los archivos de la Prefectura de la policía de París, Balenciaga realizó entre 1937 y 1938 numerosos viajes a Alemania, Austria, Suiza, Bélgica y Chevoslovaquia que fueron considerados por los servicios de información franceses como desplazamientos por motivos comerciales. Los informes citan específicamente las relaciones que Balenciaga mantendría con una casa de costura denominada Wagner situada en Berlín[945].

[941] Archives Balenciaga Paris, 1931H000D140-DC01.
[942] Archives Balenciaga Paris, 1931E000D0049-CR01.
[943] Archives Balenciaga Paris, 1932E000D0189-CR01.
[944] Archives Balenciaga Paris, 1933H000D0045-DC01.
[945] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448, informes de 14 de abril de 1946 y de 29 de noviembre de 1945.

Es muy probable que dichas relaciones comerciales con colegas internacionales precedieran la apertura de la casa de Balenciaga en París, tal y como parece señalar el boceto arriba mencionado reproduciendo un modelo de la casa Yeek de Munich. El estallido de la Segunda Guerra Mundial hizo que Balenciaga se viera obligado a concluir, al menos temporalmente, dichos intercambios profesionales. Balenciaga pudo haber conocido a profesionales como él, modistos con establecimientos propios o propietarios de grandes almacenes con departamentos de confección a medida, en sus numerosos viajes a París. Aunque también pudiera tratarse de relaciones que el propio Wladzio d'Attainville hubiera hecho durante su estancia bajo en subintendente militar francés en Berlín entre 1922 y 1923, poco antes de establecerse con Balenciaga en la capital donostiarra.

La documentación referida también refleja los difíciles momentos que Balenciaga hubo de atravesar tras la proclamación de la República y el consiguiente exilio de su clientela más importante. Mientras que en el transcurso de 1931 encontramos numerosos croquis de modelos de hasta 25 creadores de alta costura de París, en 1932 dicho número se ve drásticamente reducido a menos de 10, tratándose en su mayoría de notas parciales o ideas especificas y no de bocetos completos. Junto con dichos dibujos se hallan numerosos bosquejos, en su mayoría dibujos esquemáticos o anotaciones técnicas sobre diseños que Balenciaga hubiera visto, y no adquirido, en París sin ninguna referencia a sus creadores o creadoras. Muchos de los dibujos fueron realizados por Balenciaga sobre papel procedente de los hoteles donde junto con Wladzio se alojaba durante sus estancias en París, fundamentalmente el Hôtel Rochester, en el número 92 de la rue de la Boétie, asi como el Hôtel de Castiglione en el 40 de la rue Faubourg St. Honoré. En ocasiones, tambien hallamos croquis realizados sobre papel con membrete de sus propias casas Balenciaga o Eisa, o de casas de alta costura parisinas como Schiaparelli.

Especialmente interesantes son los croquis de modelos que Balenciaga presentaba a sus clientas en San Sebastián y que incluyen el número del modelo en la colección, la descripción de la prenda o prendas (cuando se trataba de un conjunto) incidiendo fundamentalmente en el tejido y en el color, y el precio del modelo. En muchas ocasiones se daba a las clientas diversas opciones de tejido y/o colores, asi como la libertad de adquirir una sola prenda del conjunto y no el *ensemble* completo. Así podemos citar dos ejemplos de la colección de primavera-verano de 1933 que ilustran dicho proceder. Los modelos 217 y 218 de dicha temporada completaban un conjunto compuesto por blusa, falda y chaqueta. El precio del conjunto completo realizado en punto de lana marrón costaba 950 pesetas, mientras el precio se elevaría a 1.200 pesetas si

la clienta decidiera hacérselo en seda[946]. Del mismo modo, los modelos 167 y 168 de la misma colección formaban un conjunto de vestido de noche "en gasa rosa bordada de perlas del mismo tono" y chaqueta de gasa rosa bordada de perlas. El precio del conjunto completo se elevaba a 1.800 pesetas, aunque una nota sobre el boceto especificaba que podía hacerse tan solo el vestido[947]. Resulta interesante el modo en que algunas anotaciones dan cuenta de las diferencias culturales que Balenciaga debería tener en cuenta al adaptar los modelos adquiridos en París para sus clientas en San Sebastián. Así, en una nota escrita sobre el croquis del modelo de vestido número 140 de la colección de verano de 1934, leemos lo siguiente: "para entrar en la iglesia póngale a éste mangas de quita y pon. Srta. Francisca"[948].

Por último, es difícil discenir qué modelos son los que proceden de casas de alta costura de París y cuales eran creaciones originales de Cristóbal Balenciaga. Solo en raras ocasiones encontramos algunos croquis en los que se incluye la referencia de la casa en la que han sido adquiridos acompañados de un croquis idéntico sin identificacion alguna (este último sería my probablemente el que se presentara a las clientas en los salones de Balenciaga). Sin embargo, el éxito rotundo del que gozó de Balenciaga desde la presentación de su primera colección en París en agosto de 1937 hace concluir que el modisto vasco ya había desarrollado un estilo propio e independiente, y que sus creaciones se encontraban al mismo nivel que las de los grandes modistos de la capital de la moda, tanto en originalidad y fuerza creativa como en ejecución técnica.

Con respecto al ritmo de las colecciones de Balenciaga en San Sebastián, éste seguía, una vez más, el modelo parisino, con ligeras diferencias en el calendario. La colección de primavera-verano se presentaba a finales de marzo o principios de abril, y se liquidaba en los primeros días de agosto, mientras que la colección de invierno se mostraba a las clientas en la última semana de septiembre y se liquidaba en el transcurso de la primera semana de diciembre[949]. Poco se sabe sobre los pases de colección en esta época, aunque es muy probable que no distaran mucho de las presentaciones realizadas en años posteriores. Para la presentación de la

[946] Archives Balenciaga Paris, 1933E218D0001-CC01.
[947] Archives Balenciaga Paris, 1933E167D0001-CC01.
[948] Archives Balenciaga Paris, 1934E140D0001-CC01.
[949] Estos datos han sido extraídos de los anuncios en la prensa donostiarra que cada año comunicaban a las clientas las fechas de presentación y liquidación de colecciones. Sin embargo, son fechas aproximadas ya que estas variaban de año en año en función de las fiestas oficiales y el volumen de trabajo. Los anuncios recopilados proceden de los siguientes diarios de San Sebastián: *La Voz de Guipúzcoa*, *El Día*, *El Diario Vasco* y *El Pueblo Vasco*.

colección, las clientas, que previamente habrían recibido una invitación personalizada, acudían a la casa donde eran recibidas y acomodadas por las vendedoras y sus ayudantes, quienes les proporcionaban una tarjeta en la que anotar los modelos de su interés. Las maniquíes comenzaban el pase, entrando de una en una en el salón y mostrando los modelos que los talleres habían confeccionado en semanas de duro trabajo. Cada una de las maniquíes portaría en su mano el número del modelo exhibido y caminaría lentamente y sin estridencias, en medio de un silencio sepulcral, de manera que toda la atención se centrara exclusivamente en las prendas, sus tejidos y su comportamiento al andar. Una vez que las clientas entregaban sus tarjetas con el detalle de los números de aquellos modelos que habían llamado su atención, comenzaba el arduo proceso de pruebas y confección, y tanto las vendedoras y probadoras como el personal de los talleres volvían a la frenética actividad que había precedido al primer pase. Según el testimonio de algunas clientas, éstas tenían en ocasiones la posibilidad de elegir entre distintos tejidos que variaban en calidad y precio, pudiendo así reducir relativamente el precio final del modelo. Los bocetos que hemos analizado anteriormente confirman que Balenciaga procedía con esa flexibilidad. Ademas del día de la presentación oficial, la casa organizaría pases diarios en horarios fijos para que las clientas que no hubieran podido asistir al evento (o que no hubieran sido invitadas) pudieran ver los nuevos modelos de colección y hacer sus pedidos en consecuencia. Es probable que las clientas que Balenciaga recibía en el segundo piso de la Avenida tuvieran un contacto directo con el modisto quien, de acuerdo con sus gustos, necesidades y presupuesto, diseñaría una prenda exclusiva y personalizada. La crónica social de la época nos da muestra de que muchos de estos encargos estaban relacionados con ceremonias especiales, principalmente enlaces matrimoniales. Conocidas familias donostiarras acudían a Balenciaga para hacerse con los vestidos de novia, madrina e invitada de los que en ocasiones se hacían eco las columnas de sociedad de la prensa de la época. Así, el 3 de septiembre de 1935, *El Diario Vasco* refería el enlace entre Blanca Arana y Churruca y Luis Azcárraga y Pérez Caballero. El periódico dedicaba a la noticia varias fotografías de los novios e invitados, e informaba a sus lectores de que: "La nueva desposada vestía un sencillo y encantador traje de "moire" blanco —confeccionado por Balenciaga— y, entre los vuelos de un encaje que perteneció a la reina Isabel II, destacaba su figura esbelta y llena de distinción"[950].

Por otro lado, la sociedad donostiarra organizaba cada verano numerosos actos de carácter social y benéfico, como bailes, galas, representaciones teatrales o actuaciones de danza en los

[950] *El Diario Vasco*, Donostia-San Sebastián, 3 de septiembre de 1935.

principales teatros y salones de San Sebastián. Muchas de las damas que organizaban estos eventos de temporada acudían a Balenciaga para adquirir los modelos que lucirían en ellos, tanto en la pista de baile como en los escenarios. El 9 de agosto de 1935 se celebró en el Kursaal una función de gala a beneficio de las familias de las víctimas de los naufragios acaecidos en la costa vasca durante el invierno de ese mismo año. La organización corría a cargo de la asociación artística Kutitxi que agrupaba a "distinguidos jóvenes de la sociedad donostiarra y de la colonia veraniega"[951]. Los jóvenes interpretaron en tres actos y ante un numeroso y selecto público "diversos bailes y cuadros musicales titulados «De ayer a hoy», una exposición de […] toda la gama de danzas y bailes desde una fiesta en un salón Luis XVI a nuestros días"[952]. Junto a la colaboración desinteresada de las admiradas orquestas Filarmónica Donostiarra y Guk, la prensa se hizo eco de la extraordinaria actuación de María Elena Arizmendi Amiel como bailarina principal, destacando su interpretación al bailar el Bolero de Ravel, ataviada con un espectacular vestido diseñado por Balenciaga. La crónica de *El Diario Vasco* afirmaba sobre la joven que "en su trabajo, no hay ensayo. Es todo creación. Su movimiento de brazos es perfecto y logra imprimir a sus danzas la souplesse exquisita de las más renombradas bailarinas profesionales"[953]. Bajo semejante elogio el periódico colocaba estratégicamente el siguiente texto: "EISA B. E. Avenida, 2. Liquida actualmente los modelos de temporada"[954], como si de un patrocinador se tratara.

Tal fue el éxito del espectáculo que se ofreció una segunda representación el día 20 de agosto, "a petición de las numerosas personas que no pudieron asistir a la fiesta de gala"[955]. Ambas representaciones fueron rememoradas en años posteriores, pues habían "constituido unas reuniones mundanas de gran relieve recordando las fiestas elegantes de años pasados, cuando la crisis no había dejado sentir sus efectos"[956]. Balenciaga diseñó el vestuario de María Elena Arizmendi para esta actuación, en la que sería su primera colaboración conocida con una producción escénica, experiencia que repitió en numerosas ocasiones una vez establecido en París[957]. Así, salieron de sus talleres los vestidos que la bailarina principal vistió en el Vals triste

[951] *El Día*, Donostia-San Sebastián, 10 de agosto de 1935.
[952] *La Voz de Guipúzcoa*, Donostia-San Sebastián, 10 de agosto de 1935.
[953] *El Diario Vasco*, Donostia-San Sebastián, 10 de agosto de 1935.
[954] *El Diario Vasco*, Donostia-San Sebastián, 10 de agosto de 1935.
[955] *El Diario Vasco*, Donostia-San Sebastián, 14 de agosto de 1935.
[956] *El Diario Vasco*, Donostia-San Sebastián, 21 de agosto de 1935.
[957] Balenciaga diseñó vestuario para grandes obras teatrales y cinematográficas desde 1938 hasta 1964. En ocasiones lo hacía por la condición de clienta de la actriz en cuestión, o como fruto de la colaboración con el director de la obra. Destaca el vestuario diseñado, entre otras, para la película *Boléro* de Jean Boyer con vestidos para Arletty, de 1941; *Anastasia* de Anatole Litvak, con Yul Brynner (cuya esposa era una asidua clienta de Balenciaga) e Ingrid Bergman, de 1956; y *Le Testament d'Orphée* de Jean Cocteau, de 1959. En cuanto a sus

de Sibelius, la Canción de primavera de Mendelssohn y el citado Bolero de Ravel, tal y como especificaba el programa de la gala. María Elena Arizmendi, que entonces contaba 19 años, se convertiría con el tiempo en una excelente etnógrafa, especialista en danza e indumentaria vascas, de mano de su amigo y mentor Julio Caro Baroja[958]. Siempre rodeada de destacadas personalidades como el músico Pablo Sorozábal, el lingüista Koldo Mitxelena o el pintor Ignacio Zuloaga, fue también gran amiga de Cristóbal Balenciaga, a cuyo establecimiento de la Avenida asistía para presenciar los pases de colección cada temporada. Sus allegados cuentan que María Elena Arizmendi, haciendo uso de la memoria fotográfica que la caracterizaba y que de tanto le servía en sus investigaciones sobre indumentaria, copiaba los mismos modelos que había visto desfilar con tal exactitud que Balenciaga no podía más que felicitarla por su maestría. Por otra parte, no es de extrañar que fuera capaz de reproducir fielmente cualquiera de los modelos de la casa Balenciaga, ya que fue la propia Felisa Urdanibia, mano derecha de Cristóbal Balenciaga y quien dirigiera durante años su sección de sastrería, la que le transmitió sus conocimientos de corte y confección[959].

Al igual que María Elena Arizmendi, otras distinguidas donostiarras recurrían a menudo a su habilidad en la costura para copiar los elegantes modelos de Balenciaga. Sin embargo, acudían a su casa y adquirían sus creaciones en cuanto la ocasión lo requería. Balenciaga atendía en el segundo piso de la Avenida encargos para bodas y grandes ceremonias, mientras que EISA B. E. ofrecía dos colecciones al año de extraordinaria calidad, aún considerablemente influidas por la moda de París. El modisto de Getaria triunfaba una vez más tras haber capeado el temporal gracias a su extraordinaria capacidad de adaptación. Las nuevas condiciones económicas y sociopolíticas que le tocaba vivir no fueron obstáculo para que Balenciaga siguiera haciendo lo que más le apasionaba: costura de la mejor calidad.

El éxito de sus casas de San Sebastián y Madrid debió de ser rotundo ya que, en 1935, animado por su amigo y colega Pedro Rodríguez, el modisto decidió abrir una tercera casa en Barcelona, en el número 10 de la calle Santa Teresa, en el barrio de Gracia. Dominica Zubiarrain y su

diseños para el teatro realizó varios modelos para la actriz Alice Cocéa en *Histoire de rire de Armand Salacrou*, en 1940, y *Échec à Don Juan* de Claude-André Puget en 1942. También diseñó el vestido y la capa con lentejuelas negras de la actriz Christiane Barry en la obra *Orphée* dirigida por Cocteau en 1963. Datos recogidos por madame Jouve en su obra *Balenciaga* (París: Éditions du Regard, 1988).

[958] En 1976 publica una obra sobre la historia del traje vasco, calificada por la Real Academia de la Historia como una auténtica historia de los vascos a través del traje. María Elena Arizmendi Amiel, *Vascos y trajes* (Donostia-San Sebastián: Caja de Ahorros Municipal de San Sebastián, 1976, 2 vols).

[959] Dato revelado por José Carlos y M.ª Elena Iribarren Arizmendi, hijos de M.ª Elena Arizmendi.

marido Luis Villazón se trasladaron de San Sebastián a Barcelona con objeto de hacerse cargo de las gestiones y preparativos necesarios para la nueva apertura[960], y el 7 de diciembre de 1935 *La Vanguardia* informaba a sus lectoras de que "Balenciaga, en su nueva casa en Barcelona, presentará la colección el lunes, día 9, a las cuatro de la tarde. Calle Santa Teresa, 10, teléfono 79884. Se ruega a las Señoras que no hayan recibido invitación y que deseen ver la colección nos den nombres y señas con anticipación"[961].

Es muy probable que las damas de la burguesía catalana no conocieran a Balenciaga tanto como la buena sociedad madrileña que acostumbraba a veranear en San Sebastián. Tanto la referencia a Balenciaga (y no al nuevo nombre que este había escogido para sus casas de costura), como el llamamiento a las señoras que desearan acudir a la presentación, hacen ver que la red social de Balenciaga en Barcelona no estaba aún plenamente desarrollada. Sin embargo, no tardó mucho en convertirse, junto a Pedro Rodríguez, en uno de los más reputados y frecuentados modistos de la Ciudad Condal. El 1 de abril de 1936 presentaba en Barcelona, en el número 10 de la calle Santa Teresa, la que sería su última colección[962] antes del estallido de la Guerra Civil.

4.2.4. La Guerra Civil: de San Sebastián a París, pasando por Londres

En las últimas horas del viernes 17 de julio de 1936 comenzaron a difundirse en San Sebastián las primeras noticias sobre movimientos de las tropas españolas acuarteladas en África, que supuestamente se habrían sublevado en armas contra el Gobierno republicano[963]. Ante la confirmación de dichos rumores crecían la inquietud y la preocupación en las calles de la ciudad. El día 21 los militares del cuartel de Loyola iniciaban un intento de sublevación bajo el mando del teniente coronel Vallespín, quien finalmente fue incapaz de controlar la ciudad ante la resistencia de las fuerzas favorables a la República. Sin embargo, la cercanía de los frentes y la dinámica de guerra marcaron la vida de la ciudad[964]. Los días 13 y 19 de agosto se produjeron sendos bombardeos sobre San Sebastián, mientras se estrechaba el cerco alrededor de la ciudad. En la madrugada del 5 de septiembre se iniciaba el asalto definitivo y el día 13 entraban en San

[960] Dato revelado por Carmen Arangüena, sobrina política de Cristóbal Balenciaga, en entrevista realizada en Donostia-San Sebastián, el 25 de enero de 2007.
[961] *La Vanguardia*, Barcelona, 7 de diciembre de 1936.
[962] *La Vanguardia*, Barcelona, 28 de marzo de 1936. En este número se anunciaba que "BALENCIAGA presentará su colección de Primavera desde el día 1 de Abril, a las 4 de la tarde. Santa Teresa, 10".
[963] Félix Luengo, "En la memoria cercana: 1936- 2000", en Miguel Artola, *Historia de Donostia-San Sebastián* (Donostia-San Sebastián: Nerea, 2000), 390.
[964] Luengo, "En la memoria cercana: 1936- 2000", 401.

Sebastián las primeras tropas navarras, que cruzando el puente de Santa Catalina marcharon por la avenida de la Libertad hasta llegar al edificio de la Diputación[965].

Diversos testimonios informan sobre la marcha de Balenciaga de San Sebastián a causa del estallido de la Guerra Civil de 1936, aunque ignoramos en qué momento preciso abandonó la ciudad. Puede que lo hiciera el 12 de septiembre, día en que se inició un éxodo masivo de miles de donostiarras que por la carretera de Igueldo, en el ferrocarril de los Vascongados o a bordo de barcos mercantes y pesqueros, se dirigieron hacia el otro lado de la frontera o a la vecina Bizkaia, por miedo a las posibles represalias de las fuerzas de ocupación[966].

Bettina Ballard sitúa a Balenciaga en San Sebastián durante los bombardeos que asolaron la ciudad en agosto de 1936, y añade que fue precisamente mientras se refugiaba de uno de ellos cuando conoció a quien se convertiría en uno de sus socios en París, Nicolás Bizcarrondo[967]. Lo cierto es que posiblemente ambos llegaran a conocerse con anterioridad a la guerra, ya que vivían en el mismo edificio de la avenida de la Libertad, 2. Por lo tanto, sería lógico pensar que, tratándose de vecinos, compartieran el mismo refugio durante uno de los mencionados bombardeos. Balenciaga vivía en esta casa desde 1924, donde se había trasladado con su madre y Wladzio, dejando en su anterior domicilio del cuarto piso de la calle Vergara, 2, a su hermano Juan y su cuñada Justa. Tal era la dedicación del modisto a su profesión que siempre prefirió vivir prácticamente sobre los talleres de sus consecutivas casas de costura. En el flamante edificio de la Avenida, Balenciaga se trasladó de planta en varias ocasiones a lo largo de los años, de acuerdo con sus posibilidades y en la medida en que su negocio prosperaba. Era habitual que en las elegantes casas del ensanche de San Sebastián, los que disponían de medios económicos ocuparan las tres o cuatro primeras plantas, mientras aquellos de medios más modestos se establecían en las últimas[968]. Balenciaga había comenzado alquilando el sexto piso del edificio en 1924, el mismo año en el que abría Cristóbal Balenciaga en el primero. En 1927, coincidiendo con la apertura de Eisa Costura en la calle Oquendo, se establecía en la mano derecha de la planta 4. Para 1931 Balenciaga había adquirido los dos primeros pisos, fijando su

[965] Luengo, "En la memoria cercana: 1936- 2000", 405.
[966] Luengo, "En la memoria cercana: 1936- 2000", 404-405.
[967] Bettina Ballard, *In My Fashion* (Nueva York: David Mckay Co, 1960), 115.
[968] Castells, "La Bella Easo: 1864-1936", 360.

residencia en el segundo, en el cual disponía de una escalera interna que lo comunicaba con su casa de costura del primer piso[969].

Desde 1926 Balenciaga compartía escalera con el matrimonio compuesto por el rentista Víctor Mendizábal y su esposa Catalina Coyos, junto a las hijas de ambos, Simona y Virgilia[970]. Virgilia era maestra y había contraído matrimonio con el ingeniero Nicolás Bizcarrondo Gorosábel en 1920[971]; ambos se trasladaron a vivir con los padres de ella, quienes pasaban largas temporadas en Argentina donde habían residido años atrás. Nicolás Bizcarrondo era nieto del afamado y querido poeta donostiarra Indalecio Bizcarrondo "Bilintx", y ejercía su profesión de ingeniero desde su domicilio de la avenida de la Libertad[972]. La hermana mayor de Virgilia, Claudia, vivía en París y, junto a su marido, Nemesio Sangrador, y las hijas de ambos, María Isabel y Carmen, visitaba en numerosas ocasiones a su familia en San Sebastián[973]. En el transcurso de estas visitas, Claudia debió de percatarse de la calidad de los diseños que Balenciaga mostraba en el mismo edificio donde residía su familia y pronto se convirtió en una clienta habitual. Maritxu Esnal recuerda con nitidez a la "Sra. de Sangrador" y relata que fue ella quien persuadió a Virgilia y Nicolás de que ayudaran a Balenciaga a establecerse en París.

Nicolás Bizcarrondo era un destacado republicano que, junto a sus hermanos Antonio y Alfredo, concretó su opción política en torno al partido Acción Republicana fundado por Manuel Azaña en 1930[974], presentándose como candidato a diputado a Cortes en las elecciones generales del 19 de noviembre de 1933[975]. Su destacado compromiso político le costó el exilio tras la caída de San Sebastián en septiembre de 1936, de modo que se trasladó con Virgilia a París, donde contaba con el apoyo de Claudia y su familia. Javier González de Durana ha profundizado en las consecuencias a las que Bizcarrondo hubo de enfrentarse por su conocida militancia, especialmente el juicio, en ausencia, al que fue sometido por el Tribunal Regional

[969] Carmen Arangüena, quien vivió en los años sesenta temporalmente en el segundo piso de la avenida de la Libertad, número 2, recuerda la existencia de una pequeña escalera que comunicaba las dos primeras plantas, entrevista realizada en Donostia-San Sebastián, el 25 de enero de 2007.
[970] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección B, Negociado 10, Serie II, Libro 1181, Expediente 1, año 1926.
[971] Antonio Zavala, « Indalecio Bizcarrondo "Bilintx", 1831-1876 » (Donostia-San Sebastián : Caja de Ahorros Municipal de San Sebastián, 1978), 73.
[972] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección C, Negociado 4, Serie III, Libros 2365 (año 1928), 2367 (año 1929), 2366 (año 1930), 2371 (año 1934), 2372 (año 1935), 2339 (año 1936).
[973] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección B, Negociado 10, Serie II, Libro 1361, Expediente 1 (Padrón de habitantes, avenida de la Libertad, 2, año 1935).
[974] Antonio Elorza y Ander Elorza, "El linaje de Vilinch", *El Diario Vasco*, 9 de febrero de 2007.
[975] Aitor Cerezo, "II. Errepublika Altzan, udaletxeko akten bidez", en *Altza, Hautsa Kenduz-VIII*, Altza, Altzako Historia Mintegia, 2005, 83.

de Responsabilidades Politícas de Navarra, siendo condenado como "reponsable político y con la concurrencia de una circunstancia agravante" a pagar una multa de 100.000 pesetas, así como una sanción de inhabilitación de ocho años[976]. González de Durana establece que la fecha del exilio de Nicolás Bizcarrondo pudo ser la del 13 de agosto de 1936 basándose en el testimonio del industrial José Manuel Brunet que consta en los informes oficiales previos a la mencionada sentencia. Según Brunet, Nicolás Bizcarrondo y su esposa Virgilia Mendizabal se hallarían en Biarritz "hacia el 13 de agosto de 1936"[977], jornada durante la cual se produjo uno de los dos bombardeos sobre la capital donostiarra. Según González de Durana, dicha hipótesis es compatible con los testimonios arriba mencionados sobre el refugio común de Balenciaga y Bizcarrondo durante uno de los ataques aéreos sobre San Sebastián, siendo posible que este último huyera hacia la frontera tras el mismo. Sin embargo, la ficha correspondiente a Nicolás Bizcarrondo en los Archivos de la Prefectura de policía de París establecen su entrada oficial en Francia el 20 de octubre de 1936[978], tras lo que establecería su primera residencia en París en el número 64 de la rue Longchamp, y desde julio de 1941 en el número 26 de la avenue Marceau, junto al número 28 donde residían Balenciaga y d'Attanville desde octubre de 1937[979]. El informe de la prefectura también señala que a Bizcarrondo no se le conocía en París actividad política alguna[980].

Con respecto al establecimiento de Cristóbal Balenciaga en París, varios testimonios afirman que, tras abandonar San Sebastián, Balenciaga se dirigió a Londres con la esperanza de abrirse camino en la capital británica[981]. Según el modisto y amigo de Cristóbal Balenciaga, Hubert de Givenchy, Balenciaga habría dejado San Sebastián para dirigirse a Burdeos, desde donde habría viajado a Londres en fechas desconocidas por él.[982] Existen distintas versiones sobre los motivos que forzaron a Balenciaga a probar nuevamente suerte en París. Mientras la periodista

[976] Archivo de Navarra, Sentencias Judiciales, Tribunal Regional de Responsabilidades Políticas de Navarra, Donostia-San Sebastián, 29 de diciembre de 1941, ES/NA/AGN/F363/TRP_SENTENCIAS, Lb.3, N.1384. Citado en Javier González de Durana, *Cristóbal Balenciaga. Moda, política y sociedad durante la guerra civil, 1936-39 (San Sebastián y París)* (Vitoria-Gasteiz: Real Sociedad Bascongada de los Amigos del País, Comisión de Álava, 2020).
[977] Centro Documental de la Memoria Historica, CDMH, Salamanca, expediente 75/01091, citado en González de Durana, *Cristóbal Balenciaga. Moda, política y sociedad*…, 30-33.
[978] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 1W.1817-93153.
[979] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 1W.1817-93153.
[980] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 1W.1817-93153.
[981] Leslie Ellis Miller, *Cristóbal Balenciaga (1895-1972). Modisto de modistos* (Barcelona : Gustavo Gili, 2007), 18.
[982] Testimonio de Hubert de Givenchy narrado a la autora por Gaspard de Massé, responsable de los Archives Balenciaga de París, quien mantuviera con Givenchy numerosas entrevistas en el marco de su investigación sobre Cristobal Balenciaga llevaba a cabo por de Massé.

de moda Madge Garland sugiere que Balenciaga no permaneció en Londres porque ninguno de los establecidos modistos de la corte ni de los principales establecimientos de Oxford Street le ofrecieron trabajo, Percy Savage asegura que le fue imposible hacerse con el permiso de trabajo necesario para permanecer en el Reino Unido[983]. Sean cuales fueres sus motivaciones, lo cierto es que Balenciaga no llegó nunca a establecerse en Londres de forma permanente.

Con el objeto de establecer los movimientos de Cristóbal Balenciaga durante la guerra civil y la fecha de su partida a París, Javier González de Durana se refiere a un acontecimiento que tuvo lugar en San Sebastián, tras la toma de la capital donostiarra por tropas insurgentes en septiembre de 1936[984]. Se trata de la celebración de la "Fiesta de la Raza" organizada por el Ayuntamiento de San Sebastián en el Teatro Victoria Eugenia el 12 de octubre de 1936, y que fue ampliamente comentado en la prensa donostiarra. Diversas crónicas recogidas por González de Durana destacaban la colaboración excepcional de Cristóbal Balenciaga con dicho evento, entre otras modistas y reputados establecimientos donostiarras. Dicha colaboración hubiera consistido en la realización de "un traje blanco con una cruz negra" que vistió "la señorita Catalina Lizarraga", quien protagonizara una "preciosa alegoría de España"[985]. Según González de Durana, bien podría tratarse de una instrumentalización que el nuevo régimen realizara del nombre del célebre modisto, por lo que, afirma, Balenciaga podría haber dejado San Sebastián antes de octubre de 1936. Los Archivos de la Prefectura de policía de París nos ofrecen información esclarecedora a este respecto confirmando que Balenciaga se hallaba aún en San Sebastián en la fecha del evento del Teatro Victoria Eugenia.

Según consta en el "dossier d'étranger" o expediente de extranjero de Cristóbal Balenciaga[986], la primera entrada del modisto en Francia después del estallido de la guerra civil se habría producido el 29 de enero de 1937, con pasaporte español n°234 expedido en San Sebastián el 16 de septiembre de 1936[987] (tres días después de la entrada de las tropas insurgentes en la capital donostiarra). Según los expedientes consultados, Balenciaga habría presentado para su entrada en Francia el salvoconducto n°02734[988], probablemente expedido en Irun por la

[983] Miller, *Cristóbal Balenciaga (1895-1972). Modisto de modistos*, 18.
[984] Gonzalez de Durana, *Cristóbal Balenciaga. Moda, política y sociedad durante la guerra* civil, 13-18.
[985] "Festival patriótico organizado por el Excelentísimo Ayuntamiento de San Sebastián, en honor y beneficio del Ejército libertador de España", *El Diario Vasco*, Donostia-San Sebastián, 12 de octube de 1936, 1, citado en González de Durana, *Cristóbal Balenciaga. Moda, política y sociedad durante la guerra* civil, 14.
[986] Archives de la Prefecture de Police de Paris, dossier d'étranger Cristóbal Balenciaga, 77W 755 255965.
[987] Archives de la Prefecture de Police de Paris, dossier d'étranger Cristóbal Balenciaga, 77W 755 255965.
[988] Archives de la Prefecture de Police de Paris, dossier d'étranger Cristóbal Balenciaga, 77W 755 255965.

Comandancia Militar del Bidasoa. El 5 de mayo de 1937 Balenciaga solicitaba en París a las autoridades pertinentes permiso para cruzar la frontera y viajar a San Sebastián, aduciendo como motivo sus "affaires" o negocios allí; dicho permiso le fue concedido el 12 de mayo de 1937[989]. El 23 de julio de 1937 Balenciaga se hallaba de nuevo en París y solicitaba una "carte d'indentité d'étranger" o documento de identidad de extranjero en Francia. En el formulario archivado y completado por un funcionario del Service des Étrangers o servicio de extranjería consta que su última entrada en Francia se había producido por el puesto fronterizo de Modane, en el departamento francés de Saboya. Desafortunadamente la fecha de dicha entrada, manuscrita por el mencionado funcionario, resulta ilegible.[990] En un informe de los servicios de información de febrero de 1942, realizado con ocasión de una nueva solicitud del modisto de prolongar su residencia en París, consta que Balenciaga "entró oficialmente en Francia el 28 de junio de 1937 procedente de Londres, provisto de pasaporte español n° 234 expedido en San Sebastián"[991]. Este dato se repetiría en sucesivos documentos producidos por los servicios de información franceses durante la década de 1940.

Así, la documentación archivada por la Prefectura de la policía de París viene a confirmar que Cristóbal Balenciaga entró en Francia el 29 de enero de 1937 y que realizó diversos viajes de forma autorizada entre París, San Sebastián, Italia y Londres durante los años de la guerra civil en España. Los expedienes consultados confirman igualmente el viaje de Balenciaga a Londres, donde habría considerado instalarse según los testimonios arriba mencionados. Las fechas de expedición de los documentos obtenidos por Balenciaga de las autoridades correspondientes, tanto en San Sebastián como en Irun, entre septiembre de 1936 y enero de 1937, muestran que el modisto nunca provocó el recelo de los responsables políticos y militares insurgentes establecidos en Gipuzkoa desde septiembre de 1936.

Posicionamiento y relaciones políticas de la casa Balenciaga en París

Tal y como demostró durante su trayectoria profesional también en París, Balenciaga fue un hombre eminentemente pragmático que supo gestionar con diplomacia y equidistancia sus relaciones con representantes de todas las sensibilidades políticas con el fin de asegurar la estabilidad y la permanencia de su empresa. Aunque excede el objeto de nuestra tesis, hemos

[989] Archives de la Prefecture de Police de Paris, dossier d'étranger Cristóbal Balenciaga, 77W 755 255965.
[990] La primera fecha manuscrita por el funcionario fue la del 10 o el 16 de mayo de 1937 ; dicha fecha fue corregida lo que hace que sea imposible determinar el mes de 1937 en el que Balenciaga entró a Francia por Modane.
[991] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77W 755 255965.

creído importante incorporar informaciones inéditas halladas en el transcurso de nuestra investigación que vienen a reforzar dicha idea.

Los archivos del la Prefectura de la policía de París preservan diversos informes elaborados sobre Balenciaga y sus asociados por los servicios de información franceses, durante la ocupación de París y tras la liberación, que inciden sobre todo en la posición ideológica del modisto, así como en sus relaciones con diversos actores del panorama diplomático de los años 1940. Varios de dichos informes coinciden en subrayar el carácter apolítico de Balenciaga, así como la motivación comercial que guiaban tanto su acercamiento al régimen franquista como sus relaciones con sus responsables. Un informe elaborado en febrero de 1942[992] con ocasión de la solicitud de Balenciaga de continuar residiendo en el departamento del Sena[993], se refiere a las circunstancias que precedieron al establecimiento de Balenciaga en París:

> Balenciaga quien, en su país, no ha sido movilizado por su edad, afirma no haber jugado un papel activo en los eventos revolucionarios españoles. No habría pertenecido a ningún grupo político, ni a ninguna organización sindical.
> En todo caso, desde su llegada a Francia, no ha captado la atención desde el punto de vista político.
> Venido a París con la intención de rehacer su situación, siendo sus negocios en España inviables por motivo de la guerra civil, este extranjero ha manifestado la inteción de permanecer en Francia mientras que la *maison de couture* que dirige en el número 10 de la Avenue George V prospere.
> En consecuencia, y visto que el interesado parece no ser considerado como "asilado español", nuestro servicio no se opone a que se le conceda la autorización de residencia, por un plazo normal.[994]

Otro informe elaborado por el mismo servicio tras el fin de la Segunda Guerra Mundial en abril de 1946 afirma, no obstante, que Balenciaga había entrado en Francia en 1937 "en calidad de refugiado español", pero que "no tardó, desde 1940, en adherirse al régimen Franquista". Según

[992] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.
[993] Sena, en francés Seine, fue un antiguo departamento de Francia que incluía a la ciudad de París y sus alrededores. Fue creado el 4 de marzo de 1790 con el nombre de Departamento de París, renombrado en 1795, y disuelto el 1 de enero de 1968 conforme a la ley del 10 de julio de 1964. De su disolución se conformaron cuatro departamentos: París, Altos del Sena, Sena-Saint Denis y Valle del Marne.
[994] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.

el mismo documento, Balenciaga "se habría adherido incluso a la Falange"[995]. Sin embargo, el redactor matiza las motivaciones de Balenciaga, afirmado que en "las informaciones obtenidas a este respecto, parece que el acercamiento de BALENCIAGA al régimen Franquista habría sido motivado por el interés que [éste] tenía en sus casas de costura situadas en España, las cuales hubieran sido embargadas si [Balenciaga] no hubiera hecho acto de obediencia."[996] Con respecto a las inclinaciones políticas de Balenciaga el redactor concluye que "en su entorno [Balenciaga] pasa por ser un completo apolítico. Por lo tanto, es solamente por interés comercial y no por ideología que se ha convertido al Nacionalismo."[997]

El mismo informe desarrolla ampliamente una cuestión por la que los servicios de información se habrían interesado particularmente sobre Balenciaga desde marzo de 1945: "sus numerosos viajes entre su país y el nuestro"[998]. Tras diversas elucubraciones que se suceden en sendos informes de marzo, noviembre y diciembre de 1945, la memoria de abril de 1946 concluye que durante la ocupación el modisto "se desplazaba en efecto tan fácilmente como en tiempos de paz, sin jamás solicitar visado alguno a las autoridades francesas". Los servicios secretos se habían estado preguntando, por una parte, si los numerosos viajes de Balenciaga estaban justificados por sus obligaciones comerciales y, por otra, las razones por las que éste no seguía los procedimientos habituales a través de las autoridades competentes en Francia. La sospecha podría ser que Balenciaga tuviera un papel activo como informante para los servicios alemanes y franceses que ellos desconocieran. El informe de 1946 confirmaba que los frecuentes viajes de Balenciaga se debían a su dedicación a las tres casas de costura que éste poseía en San Sebastián, Madrid y Barcelona, y llega a afirmar que el modisto "solo realiza estancias cortas en Francia" para consagrarse a la gestión de dichas casas, "dejando la de París bajo la dirección del señor BIZCARRONDO."[999] En el momento de la redacción de la memoria que nos ocupa el redactor afirmaba que "actualmente [Balenciaga] se halla en San Sebastián, donde reside en la villa "GURUTZ" situada en el "Monte Igueldo" y que le pertenece."[1000]

Con respecto a la gestión de los visados que Balenciaga necesitaba para moverse libremente entre Francia y España, el mismo informe aclara que éstos le habrían sido directamente

[995] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.
[996] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.
[997] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.
[998] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.
[999] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.
[1000] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.

facilitados "por un funcionario del servicio de protocolo de la Embajada de Alemania en París, el señor Hans LEONARD, quien parece ostentar actualmente altas responsabilidades en la administración de Baviera, bajo control aliado. Esos visados habrían sido concedidos por solicitud del Ministro de Asuntos Exteriores español, el conde de JORDANA, amigo personal del interesado"[1001]. El informe añadía además que el mendionado Hans Leonard de la Embajada alemana habría solicitado a Balenciaga, antes de la liberación de París, "si no querría hospedar a su esposa y su hijo en España con el fin de sustraerles de los bombardeos y de la batalla que temía ver desarrollarse en la capital con ocasión de la liberación"[1002]. Según el informe, Balenciaga hubiera acogido en su casa de San Sebastián a la esposa de Leonard y a su hijo hasta el fin de la guerra en reconocimiento a la ayuda que le habría brindado para asegurar sus desplazamientos. Al mismo tiempo dicha memoria resalta los sentimientos francófilos de Balenciaga, quien "habría dado hospitalidad durante los años de guerra a numerosos jóvenes franceses que trataban de ganar el norte de África [pasando por] España. Incluso habría intervenido para que liberaran de la prisión de San Sebastián a tres de estos jóvenes compatriotas que habían sido detenidos por las autoridades francesas."[1003] Así, las autoridades francesas parecían exculpar a Balenciaga de sus relaciones con las autoridades ocupantes alemanas y con los dirigentes franquistas incidiendo en sus motivaciones puramente comerciales y resaltando su solidaridad con jóvenes voluntarios franceses que atravesaban España para unirse a la 2.ª División blindada del general Leclerc en el norte de África.

Otros episodios sucedidos en la década de los años 1940 en la vida y las relaciones de Balenciaga y de sus asociados, Wladzio d'Attainville y Nicolás Bizcarrondo, no hacen sino confirmar la sutil y sofisticada estrategia que los tres desarrollaron para moverse y subsistir durante este convulso periodo. Así, los archivos de la Embajada de España en París confirman igualmente que Balenciaga mantenía buenas relaciones con diversos responsables del régimen franquista a quienes solicitó en diversas ocasiones que intercedieran por él antes las autoridades ocupantes alemanas, como ocurriría en otro episodio producido entre enero y marzo de 1944.

El gobierno de Vichy había decidido sancionar a la *maison* Balenciaga con un cierre de tres meses por haber empleado más tejido del señalado como máximo permitido por el "Director Responsable del «Comité General d'Organisation de l'Habillement», que limitaba el empleo

[1001] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.
[1002] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.
[1003] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.

de tejidos contingentados para la fabricación de sombreros de señoras"[1004]. Ante tal contrariedad Wladzio d'Attainville no dudó en acudir a su amigo Juan Ranero en la Embajada de España en Vichy para que intercediera por Cristóbal Balenciaga antes las autoridades competentes (tanto el Ministerio de la Producción Industrial bajo Jean Bichelonne, como la Embajada de Alemania en París) y evitar así la mencionada sanción que consideraban a todas luces injusta. En junio de 1942 la *maison* Balenciaga había solicitado la autorización de añadir a su comercio de alta costura una sección de modas que incluía la confección y venta de sombreros y tocados con el objeto de extender su campo de actividad comercial[1005] y el propio Wladzio d'Attainville sería el encargado de concebir y diseñar las nuevas creaciones. En una carta remitida por d'Attainville a Juan Ranero el 21 de enero de 1944, el primero exponía los hechos, explicando que tras un control que las autoridades habían realizado en la *maison* éstas habrían concluido que "en algunos sombreros de nuestra colección, se había empleado más tejido del señalado como máximo" por la mencionada dirección. D'Attainville continua exponiendo que tras ser convocados días después por el Director General de Tejidos, éste les anunció que se les impondría una sanción, añadiendo que lo hacía por sugerencia de las autoridades de ocupación. Tras la protesta de D'Attainville y Bizcarrondo, quienes defendían que la infracción era menor y aducían que todas las casas de París hacían sombreros tan grandes como los suyos, el mencionado responsable concluyó que "la gravedad no estaba precisamente en la cantidad de tela, sino en el hecho de que hayamos sido nosotros los creadores de esa moda, por lo que debe considerársenos como los únicos y verdaderos resposables". D'Attainville confía a Ranero que "estamos íntimamente convencidos, argumento que como comprenderás muy bien no podemos emplearlo nosotros mismos en ningún caso, de que este ataque y otros semejantes que hemos tenido que sortear ya antes, son consecuencia de la aprensión con que muchos ven en París el gran éxito que Balenciaga, un extranjero, ha conseguido."

D'Attainville protestaba ante la sanción que consideraba abusiva pues implicaba no solo el cierre de la sección de sombreros sino de toda la actividad de la *maison* Balenciaga. Con manifiesta inquietud el socio de Balenciaga afirmaba en su carta que "esperábamos que hoy llegaría Cristóbal, y que seguramente se hubiera trasladado enseguida, al enterarse de este asunto, a Vichy, para exponer al Sr. Embajador y a tí, nuestra situación; pero no ha llegado, por razones que desconozco; y ni a mí ni a Bizcarrondo nos es posible desplazarnos en estas

[1004] Archivo General de la Administración, (10)97 54/11379, Carpeta 2349, carta de Wladzio d'Attainville, en nombre de la maison Balenciaga, a Juan Ranero, con fecha de 21 de enero de 1944.
[1005] Archives de la Prefecture de Police de Paris, 77 W 1808-128448.

circunstancias. Recibe con los saludos de Bizcarrondo y el sincero agradecimiento de ambos, un abrazo de tu buen amigo, [firmado] Wladzio d'Attainville"[1006].

Juan Ranero no tardaría en responder a la petición de d'Attainville asegurándole que desde la recepción de su carta habían rápidamente intervenido ante la Embajada alemana y que el Embajador saldría hacia París (desde Vichy) al día siguiente para intervenir personalmente ante el ministro Bichelonne con una nota sobre la cuestión que el mismo Ranero había redactado. No obstante, le recomendaba que ya fuera él o Bizcarrondo se entrevistaran con Lequerica a su llegada a París[1007]. Tal y como muestra la correspondencia archivada en la Embajada de España, el Embajador Félix Lequerica intercedió ante Gustav Struve, "Consejero de la Delegación de la Embajada de Alemania en París" logrando que la sanción se limitara solo a la sección de sombreros[1008], lo que hubiera supuesto un considerable perjuicio en una situación ya muy difícil para la industria de la moda en general y la casa Balenciaga en particular.[1009] La edición estadounidense de la revista *Vogue* recogió dicho episodio en su número de enero de 1945 y venía a confirmar la teoría de las autoridades francesas y alemanas afirmando que D'Attainville de la *maison* Balenciaga era en parte responsable de la moda de los sombreros gigantes que se habían visto en 1943[1010]. *Vogue* también recordaba la sanción que las autoridades habían impuesto a la casa, prohibiendo a Balenciaga presentar sombreros en la siguiente colección de primavera de 1944. "De este modo [d'Attainville] – con la ayuda de Guillaume – creó la moda de las coronas de pelo trenzado", y que la revista reproduce en una imagen que acompaña el artículo.

Además de sus probadas conexiones con diversos responsables del régimen franquista, el Archivo Histórico del Gobierno Vasco constata igualmente que la casa Balenciaga mantenía buenas relaciones con los representantes del Gobierno de Euzkadi en el exilio cuya sede en París, en el número 11 de la Avenue Marceau, se hallaba a escasos metros de las residencias de Balenciaga, d'Attainville y Bizcarrondo (en los números 26 y 28 de la misma avenida), así

[1006] Archivo General de la Administración, (10)97 54/11379, Carpeta 2349, carta de Wladzio d'Attainville, en nombre de la maison Balenciaga, a Juan Ranero, con fecha de 21 de enero de 1944.
[1007] Archivo General de la Administración, (10)97 54/11379, Carpeta 2349, carta de Juan Ranero a Wladzio d'Attainville, en nombre de la Embajada de España en Vichy con fecha de 24 de enero de 1944.
[1008] Archivo General de la Administración, (10)97 54/11379, Carpeta 2349, correspondencia entre José Félix Lequerica y Gustav Struder, con fecha de 29 de febrero y 3 de marzo de 1944.
[1009] Este episodio fue tratado en profundidad en Miren Arzalluz, "Basque Fashion in Exile: creativity and innovation, from Balenciaga to Rabanne", en *The International Legacy of Lehendakari Jose Antonio Agirre's Government*, (Reno: Center for Basque Studies, University of Nevada, 2017) 197-218.
[1010] "Paris Couture 1945", *Vogue* US, enero de 1945, 73-75 y 90.

como de la sede de la casa Balenciaga en París (en el 10 de la Avenue George V). La correspondencia mantenida entre Nicolás Bizcarrondo y Agustín Alberro, Director de Hacienda del Gobierno de Euzkadi en París, confirman dichas relaciones. De este modo, el 13 de febrero de 1947 Alberro solicitaba a Bizcarrondo "su mediación cerca del Canciller del Consulado, para que pueda traducirse y legalizarse en el Consulado de España, el adjunto certificado de nacimiento. Me ha pedido este favor Ignacio Leizaola, hermano de Jesús, que reside actualmente en Bilbao"[1011]. Alberro parece ser consciente de la naturaleza sensible de la gestión que solicita de su "distinguido amigo" pues también señala, "perdóneme que le utilice y lo haga por escrito. Le supongo muy atareado estos días ya que la molestia de leer unas líneas es menor que la de recibir mi visita". Se infiere por esta sutil afirmación que era más conveniente para Bizcarrondo que no se le viera públicamente con destacados nacionalistas o miembros del Gobierno de Euzkadi como el propio Alberro. De igual modo, Bizcarrondo recurriría a la asistencia de Alberro, en nombre de Cristóbal Balenciaga, para gestiones de carácter personal. Así, el 3 de marzo de 1947 Alberro transmitía por carta a Bizcarrondo una nota que había recibido de Iñaki Lizaso, delegado del Gobierno de Euzkadi en Londres, en la que este confirmada haber "entregado en Londres, a José Balenciaga, sobrino de su asociado, la suma de £80, para gastos de estancia y otros, en aquella capital, de acuerdo con una carta [de] Ud., en la que rogaba se atendiera a Balenciaga."[1012]. Añadía Alberro que Bizcarrondo podría liquidar la equivalencia "a su comodidad […] Representa ésta, la suma de 61.600 francos."[1013]

La información referida hallada en diversos archivos muestra que la casa Balenciaga de París, a través de las relaciones de sus tres socios con representantes de un amplio espectro político, consiguió desenvolverse con éxito en el complejo panorama que se tejió en Europa tras la guerra civil española y durante los años de la Segunda Guerra Mundial en París.

Establecimiento en París y gestión de sus empresas

Una vez establecido en París, Cristóbal Balenciaga se dispuso a crear una *maison* de alta costura con el apoyo financiero y humano de sus exiliados vecinos, Nicolás Bizcarrondo y Virgilia Mendizabal, y animados por el entusiasmo de la hermana de esta última, Claudia Mendizabal

[1011] Euskadiko Artxibo Historikoa - Archivo Histórico de Euskadi, Archivo Histórico del Gobierno Vasco, Fondo del Departamento de Hacienda, Sección Agustín Alberro, Sub Sección Secretaría, Legajo 763, Carpeta B.
[1012] Euskadiko Artxibo Historikoa - Archivo Histórico de Euskadi, Archivo Histórico del Gobierno Vasco, Fondo del Departamento de Hacienda, Sección Agustín Alberro, Sub Sección Secretaría, Legajo 763, Carpeta B.
[1013] Euskadiko Artxibo Historikoa - Archivo Histórico de Euskadi, Archivo Histórico del Gobierno Vasco, Fondo del Departamento de Hacienda, Sección Agustín Alberro, Sub Sección Secretaría, Legajo 763, Carpeta B.

de Sangrador. Fue así como, el 7 de julio de 1937, Cristóbal Balenciaga constituyó una sociedad junto a Nicolás Bizcarrondo y Wladzio d'Attainville con el objeto de fundar la casa de alta costura denominada Balenciaga en el número 10 de la Avenue George V. Florette Chelot, una joven *vendeuse* de 25 años y la primera persona a quien Balenciaga contrató para acometer su empresa, relata con vivacidad la génesis de aquella *maison* que pronto sería legendaria y la precipitada preparación (el modisto contó con poco más de un mes para llevarla a cabo) y la exitosa presentacion de la que sería la primera colección de alta costura de Balenciaga en París en agosto de 1937[1014].

La reacción de la prensa especializada no se hizo esperar. *L'Officiel* se refería a la colección de la casa Balenciaga como "llena de gusto y de distinción"[1015], el *New York Herald Tribune* destacaba que el joven diseñador seguía fiel a su filosofía de líneas sencillas y ausencia de adornos innecesarios[1016], y *Harper's Bazaar* afirmaba que "Balenciaga proyecta una nueva calidad en la costura"[1017].

La prensa donostiarra, ocupada con informar sobre los últimos acontecimientos de la guerra, no se hizo eco de la presentación de Balenciaga en París. No obstante, muchas clientas que conocían a Balenciaga de sus visitas a San Sebastián recibieron la noticia con entusiasmo y se alegraron de su éxito. Las hermanas Elvira y Rafita Arocena, mexicanas de ascendencia vasca, habían visitado la casa del modisto en la capital donostiarra y conocían bien sus creaciones cuando este presentó su primera colección en París. Rafita, que residía en París, informaba por carta a su hermana Elvira en México: "Me he encargado dos trajes de noche muy bonitos donde Marcel Dormoy que tiene una colección muy bonita y sencilla. Balenciaga ha puesto casa aquí y esta siendo un éxito enorme. Ha abierto la casa aquí […] porque claro está, allí ya no podía trabajar porque no hay género bueno español"[1018]. Elvira Arocena se trasladó a vivir a San Sebastián en la década de los cuarenta y continuó siendo, junto a sus hijas, una fiel clienta de Balenciaga durante el resto de su vida. Una de ellas, Bibiñe Belaustegigoitia Arocena, conserva

[1014] Mary Blume, *Balenciaga, the master of us all. His workrooms, his world* (Nueva York: Farrar, Strauss and Giroux, 2013), 27-42.
[1015] *L'Officiel de la Couture et de la Mode de Paris*, París, nº 196 (diciembre de 1937).
[1016] *The New York Herald Tribune*, Nueva York, 6 de agosto de 1937, recogido en Pamela Golbin, *Balenciaga Paris* (París: Les Arts décoratifs, 2006), 32.
[1017] *Harper's Bazaar*, Nueva York, octubre de 1938.
[1018] Centro de Investigaciones Históricas de la Universidad de La Laguna, Archivo Histórico Juan Agustín de Espinoza, S. J., Fondo Familia Arocena, n.º FFAC5F10d472.

hoy una excelente colección de trajes que datan de 1941 a 1968, y que pone de manifiesto el valor que su dueña les confiere.

Siempre se ha afirmado que las casas de San Sebastián, Madrid y Barcelona cerraron desde la marcha de Balenciaga en 1936 hasta varios años después de que la Guerra Civil hubiera acabado, hacia 1941 o 1942. Sin embargo, Balenciaga pidió a las hermanas Toti y Conchita Crespo en San Sebastián, así como a Elena Gurruchaga y Dominica Zubiarrain[1019], en Madrid y Barcelona respectivamente, que mantuvieran todas las casas abiertas con la intención de retomar la creación y presentación de colecciones tan pronto como la situación lo permitiera. Es muy probable que dicha actividad no cesara del todo y que algunas clientas siguieran acudiendo a las casas para realizar pequeños pedidos y encargar arreglos. En 1937 Balenciaga seguía cumpliendo con las obligaciones fiscales por mantener abiertos dos comercios dedicados a la costura en la avenida de la Libertad, número 2. Así, tanto EISA B. E. en el primer piso del edificio, como Cristóbal Balenciaga en el segundo, permanecieron activas, al menos simbólicamente, durante la contienda gracias al esfuerzo y dedicación del personal de la casa. Resulta complicado establecer cuál era el volumen de trabajo real que se llevaba a cabo en las casas durante los años que duró la guerra, o si realmente este iba más allá de un mantenimiento meramente físico de los pisos donde Balenciaga se había establecido. Sin embargo, lo cierto es que nunca las cerró del todo y siempre fue su intención reanudar su trabajo en ellas en cuanto las condiciones se tornaran favorables.

En enero de 1938 Balenciaga realizó, desde su casa central de San Sebastián, un nuevo giro respecto a la denominación de sus establecimientos y pidió a Conchita Crespo que gestionara en el Ayuntamiento el traslado de Eisa Costura en la calle Oquendo, al primer piso de la avenida de la Libertad, 2. A partir de este momento la casa pasaría a llamarse Eisa, tal y como anunciaba un rótulo con el nuevo nombre[1020], y así se mantendría hasta su cierre en 1968. Se desconoce en qué consistió la actividad desarrollada en la casa de la calle Oquendo hasta 1938. Su nombre no aparece ni en los libros municipales ni en los anuncios de la prensa donostiarra desde 1932. La única prenda que nos ha llegado de dicha casa data de 1933 y se encuentra en la colección

[1019] Conchita Zamacona afirma que Elena Gurruchaga mantuvo la casa de Madrid abierta durante los años de la contienda. Del mismo modo, Carmen Arangüena asegura que fueron Dominica Zubiarrain y su marido Luis Villazón quienes se encargaron de mantener el piso de Barcelona durante estos años.
[1020] Archivo Municipal de San Sebastián, Sección C, Negociado 4, Serie III, Libro 2342, Anuncios: Eisa Csruta [sic] (año 1938).

de la Fundación Cristóbal Balenciaga: es un vestido realizado en tejido estampado de flores[1021] que vistió Carmen Alústiza en su boda en Loyola en 1933. Es posible que Eisa Costura hubiera dejado de funcionar como comercio abierto al público en 1933, coincidiendo con la ambiciosa apertura de la nueva EISA B. E., para convertirse en un taller externo que sirviera de apoyo a aquellos situados en la Avenida. Ciertamente, Balenciaga hubo de haberlo utilizado con algún fin, ya que el 22 de enero de 1938 solicitó su traslado, que suponía tanto el cierre definitivo del local de la calle Oquendo como el cambio de denominación de su principal casa de San Sebastián. La casa de Madrid reinició su actividad normal al término de la guerra y presentó su primera colección en marzo de 1940. Tal y como se anunciaba en el diario ABC del 29 de marzo de aquel año, "EISA B. E., C. de Gracia, 42, Madrid. Ha recibido su colección de primavera en trajes, abrigos y sombreros"[1022]. A juzgar por el enunciado escogido para la publicidad, Balenciaga quería transmitir a sus clientas la estrecha relación que existía entre la casa de alta costura con la que el modisto triunfaba en París desde 1937 y su reactivado establecimiento de Madrid. El anuncio insinuaba así que los modelos de la nueva colección se habían recibido de la Maison Balenciaga de París. El establecimiento de Madrid no adoptaría el nuevo nombre de Eisa hasta febrero de 1941[1023], para trasladarse poco después al número 9 de la avenida José Antonio (hoy Gran Vía). Eisa Costura presentaba así su primera colección en las nuevas dependencias en abril de 1941[1024].

En lo que respecta a Barcelona, el modisto hubo de esperar hasta 1942 para volver a ofrecer una colección en la Ciudad Condal. El 14 de abril de dicho año La Vanguardia anunciaba que Eisa Costura presentaría "la colección de BALENCIAGA el jueves, día 16, el 17 y 18, en el Hotel Ritz, por invitación"[1025]. La publicidad en la prensa barcelonesa seguía haciendo referencia a Balenciaga ya que, posiblemente, su potencial clientela no estaba aún familiarizada con el nombre Eisa. Balenciaga escogió el Hotel Ritz en lugar de su casa de la calle Santa Teresa, pues debió de considerar que esta necesitaba una reforma antes de abrirla de nuevo al selecto público que había de atraer. Así, aprovechó su estancia en la ciudad para solicitar al Ayuntamiento de Barcelona la licencia de obras, que consistieron principalmente en la

[1021] Fundación Cristóbal Balenciaga, CBM 2005.28ad.
[1022] *ABC*, Madrid, 29 de marzo de 1940.
[1023] "Eisa-Costura, Av. de España, 2. SAN SEBASTIÁN; C. de Gracia, 42. MADRID. Liquida su colección de vestidos, abrigos y sombreros", en *ABC*, Madrid, 13 de febrero de 1941.
[1024] "Eisa-Costura, Av. de España, 2. SAN SEBASTIÁN; Av. José Antonio, 9. MADRID. Presentará su colección próximamente (solo por rigurosa invitación)", en *ABC*, Madrid, 3 de abril de 1941.
[1025] *La Vanguardia*, Barcelona, 14 de abril de 1942.

ampliación de algunas puertas de entrada de la planta baja, donde Balenciaga celebraba los pases de colecciones para las clientas[1026].

Fue también en 1942, y de nuevo en San Sebastián, cuando Cristóbal Balenciaga constituyó, junto a su hermano Juan, la compañía mercantil anónima EISA S. A.; Cristóbal aportaba su "negocio de confecciones cuya casa-central radica en San Sebastián, Avenida de España, dos, con sucursales en Madrid, Avenida de José Antonio[1027], nueve, y en Barcelona, calle de Santa Teresa, diez", al tiempo que su hermano Juan contribuía con "treinta mil pesetas, en efectivo metálico". Según la escritura, el negocio que Cristóbal poseía con anterioridad habría sido valorado de común acuerdo por los hermanos Balenciaga Eizaguirre "en la cantidad de ochocientas veinte mil pesetas". La sociedad, de duración indefinida (a contar desde el 1 de septiembre de 1942) tendría su domicilio "en esta Ciudad de San Sebastián, en el piso entresuelo de la casa número dos de la Avenida de España", y como objeto "dedicarse al negocio de la costura, sus derivados y similares, compra de materias primas, venta de surtidos confeccionados y, en general, todo lo que concierne a la toilette femenina, pudiendo también emplear sus actividades en la realización de cualquiera otra clase de negocios que la Junta General, a propuesta del Consejo de Administración, acuerde"[1028].

En mayo de 1944 Balenciaga presentaba ante el Registro de la Propiedad Industrial la solicitud de una marca denominada BALENCIAGA para distinguir innumerables productos relacionados con la moda y la belleza femeninas, desde alfileres y agujas, calzado de todas clases, productos de tocador y belleza hasta tejidos[1029]. En septiembre hacía lo propio con la marca EISA[1030], y en mayo de 1945, con la marca Cristóbal Balenciaga[1031], con su firma autógrafa, logrando que muchas de las solicitudes cursadas en relación con ambas marcas le

[1026] Miller, *Cristóbal Balenciaga, (1895-1972). Modisto de modistos*, 64.
[1027] Durante la dictadura de Franco se eliminaron las denominaciones de las principales vías de ciudades y pueblos, imponiéndose nuevos nombres que homenajeaban a los altos mandos del Ejército franquista o recordaban los principios ideológicos del régimen. Así, la avenida de la Libertad pasó a llamarse avenida de España, mientras que la Gran Vía madrileña fue denominada avenida de José Antonio.
[1028] Archivo de Protocolos del Distrito de Donostia-San Sebastián, Constitución de la Compañía Mercantil Anónima denominada EISA S. A., Escritura número 633, ante el Notario Fernando Fernández Savater, 18 de julio de 1942.
[1029] Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, 16 de mayo de 1944, Núm. 1.371, Exps. 136.479-136.488 y 136.628-136.637, pp. 4.603-4.604 y 4.627.
[1030] Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, 16 de septiembre de 1944, Núm. 1.379, Exps. 151.621-151.628; 151.687 151.692; 151.767-151.769; 151.996-151.997, pp. 8.262-8.315.
[1031] Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, 16 de octubre de 1944, Núm. 1.405, Exps. 171.017-171.018, p. 4.621.

fueran concedidas entre 1944 y 1945. Sin embargo, Balenciaga nunca hizo uso de ellas; puede que tuviera en mente utilizarlas a largo plazo, o, lo que es más probable, que quisiera evitar que otros comercializaran productos de este tipo utilizando su ya internacionalmente conocido y respetado nombre.

La empresa de Balenciaga, tanto en París como en sus casas de San Sebastián, Madrid y Barcelona, se consolidó en la medida en que lo hacía su reputación, que había adquirido una dimensión internacional desde la presentación de su primera colección parisina en agosto de 1937. París proporcionaba a Balenciaga la plataforma y el reto que necesitaba para establecer una de las mejores casas de alta costura del mundo y convertirse en el modisto de culto de algunas de sus más elegantes (y ricas) mujeres. Con 42 años y toda una vida dedicada a la costura, Balenciaga hubo de recordar sus inicios con la máquina de coser de su madre y todos y cada uno de los pasos que desde entonces había dado con el único fin de superarse en su profesión. Su éxito en París, tan inmediato como arrollador, no puede explicarse como un golpe de suerte, sino como el resultado de años de rigurosa formación, trabajo incansable, carácter emprendedor y grandes dosis de creatividad comercial. Balenciaga, formado en algunos de los mejores establecimientos de San Sebastián, conoció el mundo de la costura en todas sus modalidades, de la modistería y sastrería tradicionales al prêt-à-porter y la confección de alta costura, lo que le proporcionó los recursos y la flexibilidad necesarios para adaptarse tanto a los momentos de dificultad como a los de éxito. Sin embargo, Balenciaga siempre aspiraría a la perfección en la costura y a la máxima calidad en los materiales, y por ello trabajó duro para establecer su propia casa de alta costura.

El modisto abrió hasta siete establecimientos entre 1917 y 1936, vistiendo en el transcurso de esos años a la familia real, la corte, la sociedad europea, la burguesía y la clase media-alta de San Sebastián, Madrid y Barcelona. Antes de mudarse a París conoció a fondo el sistema de la alta costura, así como a modistos, proveedores, compradores y clientes, y se valió de ello para establecer su propia empresa. Arriesgó y triunfó, sorteando los obstáculos que las circunstancias políticas y económicas en ocasiones le planteaban.

La Guerra Civil de 1936 se presentó en uno de los momentos más dulces del modisto, manifestado ya en su deseo de expandir su empresa y mostrar sus colecciones en otras ciudades y ante otros públicos. Una vez más, Balenciaga supo hacer de los problemas oportunidad y se estableció en París mientras seguía con atención el desarrollo de la guerra, esperando poder

reiniciar su actividad habitual en las tres casas que dejaba atrás. El éxito, que probablemente le sorprendió, también le obligó a quedarse, pero nunca descuidó aquello que tanto le había costado levantar. Balenciaga triunfó porque, en lo que respecta a su profesión, no tenía ya nada que aprender y sí todo que enseñar.

Conclusiones

La moda constituyó un factor esencial en el desarrollo y consolidación de la Costa Vasca como centro internacional de ocio y sociabilidad entre 1854 y 1939. Esta es la hipótesis que ha guiado el presente trabajo y también la conclusión general que se infiere de nuestra investigación.

Aunque, tal y como argumenta Laborde, el fenómeno de los baños de mar en Biarritz se remonta a las primeras décadas del siglo XIX, la elegancia en el vestir como característica esencial de la experiencia de ocio no emerge en la estación balnearia hasta el periodo imperial. El testimonio del anónimo bañista que a mediados del siglo XIX relataba con nostalgia sus veranos de infancia en Biarritz confirma el profundo cambio que se produjo tras la llegada de la pareja imperial a la costa labortana en cuando al papel central que las consideraciones indumentarias adquirieron en esta nueva escena de moda. La presencia de Napoleón III y de la emperatriz Eugenia y sus damas, cuya imagen simbolizaba la excelencia de la creación indumentaria y la superioridad de la industria textil francesas, fue el factor principal de la emergencia de Biarritz como centro de moda, más allá de las consideraciones higienistas que hubieran iniciado dicho proceso en las décadas precedentes. Tal y como hemos expuesto, la emperatriz era considerada un ejemplo de elegancia y distinción, y tanto su aspecto como su vestido eran comentados en la prensa francesa e internacional, también durante sus largas estancias en Biarritz. La aristocracia y la burguesía francesa e internacional que siguieron a los soberanos en sus desplazamientos al litoral vasco reprodujeron, tanto en la Villa Eugénie como en las aún escasas calles y plazas de la localidad, las modas traídas de París y Londres, difundiendo la noción de Biarritz como un lugar eminentemente elegante. La moda y su exhibición fueron así centrales en el fenómeno de los baños en Biarritz, antes incluso del desarrollo de las infraestructuras y servicios que contribuyeron a la consolidación de la localidad labortana como estación balnearia.

Tal y como hemos señalado, ya en época imperial se observa la presencia de emprendedores y comerciantes procedentes de París que se desplazaban a Biarritz con sus últimas novedades siguiendo a su clientela durante la temporada de verano. Aunque la mayoría de los bañistas se desplazaban con su guardarropa encargado y escogido en París y otras capitales europeas, dichos comerciantes buscaban proveer a la colonia veraniega de productos que pudieran necesitar o que respondieran a nuevas tendencias o modas generadas en la propia Biarritz. Así,

mientras las autoridades locales se concentraban en mejorar las instalaciones de baños, construir paseos y avenidas, y promover la creación de centros de ocio y entretenimiento, un comercio local dedicado a la moda comenzaba a desarrollarse no solo como oportunidad comercial y actividad económica relevante para la prosperidad de Biarritz, sino también como estrategia de fidelización de la colonia foránea habituada al consumo de productos de lujo. Bayona, histórica ciudad comercial y centro económico del territorio, tomó la iniciativa a partir de 1870, con la creación de establecimientos de moda y almacenes de novedades que seguían las últimas innovaciones comerciales de los grandes almacenes parisinos. Los testimonios citados, así como las observaciones de Pascual Millán, confirman las habituales excursiones de los visitantes de Biarritz a la vecina Bayona con el fin de acudir a dichos establecimientos. Las excursiones a Bayona y las compras realizadas en sus tiendas y grandes almacenes constituían así una importante actividad de ocio, una experiencia placentera y compartida que se integraba en el programa ideal de la vida en Biarritz.

El papel primordial que la moda jugaba en este contexto hizo que emprendedores locales y foráneos siguieran el ejemplo de los comerciantes bayoneses y fundaran establecimientos especializados en productos de lujo en general y de moda en particular: tanto modistas que proponían los últimos modelos y tendencias procedentes de París, como sastres, británicos y locales, que ofrecían sus servicios siguiendo las técnicas del reputado corte inglés, particularmente apreciado por la colonia de Biarritz. Este florecimiento comercial supuso una oportunidad de profesionalización para numerosas mujeres de Biarritz y su entorno que encontraron en la moda una forma de independencia económica y de realización personal. Tal es el caso de modistas cuya trayectoria hemos analizado, como Mlle. Brocq, Mlle. Vallet, o Félicie Doyhambéhère. Del mismo modo, una nueva generación de sastres locales logró forjarse una sólida reputación a pesar de la fuerte competencia de numerosos profesionales británicos que se instalaron en Biarritz en las postrimerías del siglo XIX. La familia Orossen constituye el ejemplo más representativo de este fenómeno y del éxito que los comerciantes locales alcanzaron entre la exigente clientela de Biarritz, situándose en el mismo nivel de calidad y excelencia que los más prestigiosos comercios de las grandes capitales europeas. Como también hemos expuesto, la colonia aristocrática española jugó un papel fundamental en el florecimiento y éxito de los emprendedores locales que, siguiendo a su fiel clientela, se desplazaban a Madrid para presentar sus nuevos modelos en los meses fuera de la temporada de Biarritz, llegando algunos de entre ellos a abrir sucursales estables en la capital madrileña.

Biarritz ofrecía así una versión concentrada de la experiencia en la ciudad moderna, con calles, avenidas, parques, jardines y paseos; hoteles, teatros, casinos, y bares; conciertos, representaciones teatrales, bailes de máscaras, y *kermeses*; así como comercios de lujo que jalonaban este espacio diseñado para la socialización y el ocio. Todos ellos se erigían en nuevos escenarios donde ver y ser visto, observar y exhibirse, constituía una parte esencial de la experiencia de Biarritz, tanto de las relaciones sociales como de las *performances* de moda individuales y colectivas. A las manifestaciones culturales y los acontecimientos sociales se añadían la práctica y las celebraciones deportivas, que siguiendo el modelo de deportes de élite de capitales como París y Londres se expandían en el entorno de Biarritz; en Anglet, Géthary, San Juan de Luz, Cambó, Hendaya, Bayona o San Sebastián se practicaba el golf, el tenis, el polo, el tiro de pichón y la caza del zorro, y se organizaban carreras de caballos, competiciones de automóviles y de regatas, de vela, motor o remo, así como partidos de pelota y demostraciones de deportes rurales vascos. Trascendiendo los límites de Biarritz, la Costa Vasca se consolidaba como territorio turístico, un espacio de ocio y de moda de relevancia internacional. La vida en la Costa Vasca, caracterizada tanto por la actividad al aire libre como por una intensa vida social, favoreció el desarrollo de un determinado tipo de moda que vino a conocerse como moda *sport* y que pronto se convirtió en una tendencia predominante en la moda parisina e internacional. La simplificación en el adorno, la utilización de materiales flexibles y resistentes, la adopción de las técnicas de sastrería, así como la apropiación por parte de las mujeres de prendas y accesorios históricamente utilizados por los hombres sentaron las bases de una moda apropiada para las actividades de ocio al aire libre que combinaban practicidad, distinción y la sobriedad propia del guardarropa decimonónico masculino.

Tanto el florecimiento del comercio de la moda en Biarritz como la consolidación de la Costa Vasca como destino turístico de élite a finales del siglo XIX atrajeron a las primeras casas de moda parisinas que abrieron sucursales en la estación balnearia en los primeros años del siglo XX. Hemos destacado especialmente la apertura de la casa de sombreros Maison Lewis, pionera en establecer una política de sucursales en las principales estaciones balnearias del momento, como Ostende, Montecarlo y Biarritz, y proveedora de numerosas casas reales europeas, entre las que destacaba la familia real española y, muy especialmente, la reina Victoria Eugenia. Como constata Eulalia de Borbón en sus memorias, la reina Victoria Eugenia jugó un papel esencial en la modernización de la corte, así como en la introducción de la moda parisina entre sus damas y entre las mujeres de la aristocracia y la burguesía españolas. Las cuentas de su bolsillo privado confirman que la soberana era asidua clienta a las principales casas de alta

costura de París, así como de comercios de moda y sucursales parisinas en Biarritz y también en San Sebastián, al menos desde la década de 1910. Además de la Maison Lewis, destacan entre las casas que la reina Victoria Eugenia frecuentó en Biarritz las casas Callot Sœurs y Gabrielle Chanel, ambas con sendas sucursales inauguradas en el transcurso de la Primera Guerra Mundial, en septiembre de 1915.

Paradójicamente la Primera Guerra Mundial no hizo sino reforzar y acelerar un fenómeno que venía desarrollándose desde mediados del siglo XIX. La Costa Vasca se convirtió en refugio de excepción de aquellos que podían y tenían los recursos para alejarse del centro del conflicto bélico en el norte de Europa buscando seguridad y una cierta normalidad. Aunque Biarritz y el litoral vasco se vieron impactados por los acontecimientos, convirtiéndose en hospital y sanatorio de heridos de guerra, su localización geográfica, alejada de los hechos violentos y en la frontera con un país neutral, hizo que la vida transcurriera pacíficamente e incluso ociosamente, hecho que algunos juzgaron de frívolo e irresponsable. La alta costura parisina, buscaba en este contexto crítico una forma de sobrevivir a la crisis y continuar en lo posible con su actividad, y encontró en Biarritz una valiosa oportunidad. Las casas de las hermanas Callot, de Gabrielle Chanel y de Jeanne Paquin fueron algunas de las primeras en identificar la idoneidad de la Costa Vasca para la continuidad de sus empresas, y, una vez más, la clientela española, establecida en San Sebastián siguiendo al veraneo regio, fue clave para su éxito. En los momentos más cruentos del conflicto, las casas de alta costura parisina no dudaron en cruzar la frontera y presentar sus colecciones en hoteles y pisos del ensanche donostiarra que alquilaban con dicho fin. Así, entre 1915 y 1918, Biarritz se convirtió en lo que la prensa internacional llegó a denominar el lugar más elegante del mundo, asumiendo incluso el papel de capital de la moda en Francia, donde se validaban y lanzaban las tendencias de la nueva temporada, bajo la atenta mirada de los corresponsales americanos e internacionales.

En la década de 1920 se dio lo que podríamos denominar la edad de oro de la moda en la Costa Vasca. Tras la extraordinaria experiencia durante los años de la guerra, las principales casas de alta costura de París se lanzaron a abrir sucursales en Biarritz, eligiendo para ello edificios emblemáticos de la localidad. Desde la villa Duchâtel, donde se establecería Jeanne Lanvin, hasta el edificio del ayuntamiento, adquirido por Jean Patou ante la expectación y el asombro de los biarrotas, los nuevos establecimientos reescribían la historia de estos inmuebles y se erigían en templos o palacios de la moda. Sus nuevos propietarios reformaron el interior de sus sucursales, identificándose con estilos propios de la Costa Vasca, como el interior neo-vasco

de la casa Worth en sus salones del Hôtel Carlton, o recreando fabulosos universos orientales como Paul Poiret en su villa Casablanca, donde organizaba eventos culturales para mostrar sus creaciones, con el objeto de ofrecer experiencias más allá de la simple presentación de nuevas colecciones. Tanto los modistos como sus sucursales se inscribían así tanto en la vida cultural como en el paisaje urbano de Biarritz y la Costa Vasca. Paul Poiret cubría su casa con luces de neón, al tiempo que grandes letreros con los nombres de célebres modistos cubrían fachadas que se integraban en la memoria visual de los habitantes de Biarritz y de la Costa Vasca, como Vionnet en la rotonda del histórico casino Bellevue, o Molyneux en el lujoso edificio que había construido sobre el mar y desde cuyos salones se disfrutaba de las mejores vistas de Biarritz. Tal y como relata la marquesa de San Carlos, las clientas organizaban jornadas enteras de peregrinaje a estos templos de moda donde hacían pasar modelos para ellas, conversaban con sus vendedoras, realizaban pruebas de encargos en curso o hacían nuevos pedidos de modelos, ya fueran creaciones diseñadas exclusivamente para las casas de Biarritz o se tratara de modelos de la nueva temporada de invierno presentadas en París en agosto, casi al mismo tiempo que en Biarritz.

La Costa Vasca se convirtió en una prioridad para creadores, periodistas y compradores, por su cosmopolitismo y por la diversidad de la clientela que con frecuencia prefería hacer sus compras para la nueva temporada en las sucursales de Biarritz que en las sedes de París, sobre todo en el caso de las clientas españolas y americanas. Así, los modistos presentaban en sus sucursales una amplia selección de la colección de París, que para mediados de la década de los 1920 incluía la práctica totalidad de los modelos de la temporada, añadiendo una serie de creaciones concebidas exclusivamente para Biarritz. Dichos modelos eran a menudo bautizados con nombres que evocaban el País Vasco, ya fueran lugares de la Costa Vasca, como “Géthary” o “San Sebastián”, referencias literarias, como “Ramuntcho”, artistas como “Zamacöis”, o elementos de la cultura popular vasca como “Pelotari” o “Fronton Basque”. Los modelos para Biarritz no mostraban necesariamente una determinada influencia estética inspirada en la cultura vasca, pero su nomenclatura era una manera eficaz y sensible de identificar aquellas creaciones que los modistos habían diseñado para la vida y el estilo imperante en Biarritz. Asimismo, los propios protagonistas de la vida en la Costa Vasca adoptaron espontáneamente elementos de la indumentaria tradicional del País Vasco, siendo el de la boina vasca el caso más representativo. Aunque en la memoria colectiva de la Costa Vasca el príncipe de Gales ha sido referido como el principal impulsor de la boina vasca y responsable principal de su adopción en la moda, tanto masculina como femenina, hemos podido documentar su uso entre

las jóvenes bañistas, así como entre algunos destacados residentes de la colonia foránea en Biarritz, como el barón de Rothschild, que la lucía jugando al golf, tan pronto como 1910. La boina vasca pasó así a integrarse en los sofisticados modelos *sport* que abundaban en la vida en la Costa Vasca, según la prensa de la época, uno de los lugares más elegantes del mundo donde todo lo que se necesitaba era un número considerable de modelos llamados *sport* y una amplia selección de vestidos de noche. Siguiendo una evolución cuyos orígenes se remontaban a fínales del siglo XIX, los modelos *sport* incluían tanto aquellos que hubieran sido especialmente creados para la práctica deportiva, como el tenis, el golf o la vela, como todos los modelos que se lucían durante el día en los lugares de encuentro que marcaban la ritualizada cotidianidad de Biarritz, desde la *patisserie* Miremont y el Bar Basque, al té en el club de golf y los partidos de polo, hasta el atardecer en el Pavillon Royal. Así, el estilo *sport*, imprescindible para comprender la moda internacional de la década de 1920, estaba basado tanto en el principio de sentirse libre y cómoda, como en el de parecerlo. Gabrielle Chanel sería una de sus máximas precursoras.

Gabrielle Chanel formó parte, junto a las hermanas Callot, Jeanne Paquin y Nicole Groult, de las mujeres creadoras que decidieron establecer sucursales en Biarritz durante le guerra. Sin embargo, a diferencia de sus homólogas, la joven era aún una modista en ciernes, relativamente conocida por la breve fama que le precedía tras introducir algunas prendas deportivas en Deauville en 1913, dos años antes de la apertura de la sucursal en Biarritz. Habiéndose iniciado en la moda en París como creadora de sombreros entre 1909 y 1910, Chanel siempre mostró una gran habilidad comercial, trabajando desde sus inicios con grandes actrices del teatro que ayudaron a lanzar sus creaciones, así como un estilo propio, alejado de las voluptuosas siluetas, los adornos excesivos y los colores pastel que dominaban la moda en el cambio de siglo. Gabrielle Chanel, vestida como un hombre, con abrigos masculinos que adaptaba a su esbelta figura, trajes sastre de líneas rectas en colores sobrios, prendas de punto y sombreros de una sorprendente simplicidad, era una mujer *dandy* que encarnaba su propio manifiesto ya antes de que decidiera lanzarse a la moda. Una vez que su éxito y las circunstancias se lo permitieron, fue esta visión, tan radical como clara, la que quiso proponer a las mujeres del nuevo siglo. Tanto la libertad y desenvoltura que regían la vida en Biarritz, como las excepcionales circunstancias que la guerra provocó, así como las profundas transformaciones sociales que siguieron durante y después de la contienda, crearon el contexto adecuado para que Chanel lograra su primer gran éxito desde su primera casa de alta costura, fundada en Biarritz en septiembre de 1915. La ligereza, la originalidad, la comodidad, la funcionalidad y la sobria

elegancia de las prendas propuestas por Chanel en *jersey* hicieron furor en Biarritz donde la vida al aire libre, las actividades deportivas, los paseos, los partidos de golf y las excursiones requerían prendas eminentemente prácticas que garantizaran la libertad de movimiento, pero no sacrificaran la elegancia y distinción que el código vestimentario exigía en Biarritz desde mediados del siglo XIX.

En este contexto hemos de subrayar el papel fundamental de la reina Victoria Eugenia, quien probablemente por su sensibilidad británica y su educación en la apreciación de la naturaleza y los deportes al aire libre, pronto entendió el valor de las propuestas de Chanel, atrayendo a toda una clientela española asentada tanto en Biarritz como en San Sebastián. Así, más allá de las circunstancias, Chanel encontró en Biarritz la atmósfera y la clientela adecuada para apreciar y experimentar con sus innovadoras creaciones. El hecho de que Biarritz se convirtiera durante la guerra en el principal centro de moda y de validación de creaciones y tendencias hizo que fuera precisamente en la Costa Vasca donde Chanel encontrara su propia consagración como modista de alta costura. Así, el éxito conseguido en Biarritz no solo le permitió independizarse económicamente y erigirse en creadora y mujer de negocios, sino que contribuyó a que su nuevo estilo *sport* se impusiera en París como la moda imprescindible.

Desde la emblemática villa Larralde, con su aspecto de fuerte medieval, situado frente al casino municipal y en el descenso a la Grande Plage, el emplazamiento escogido por Chanel en Biarritz parecía, al igual que su moda, todo un manifiesto de intenciones. Desde allí siguió presentando las colecciones *sport* que le habían lanzado en la década de 1910, así como los sofisticados vestidos de noche tan necesarios para la vida mundana de la Costa Vasca, combinando siempre la simplicidad y la libertad de movimiento con la distinción y esa cualidad tan abstracta en la creación de Chanel que es el *chic*. Fue también en Biarritz donde conoció a algunas de las personas que marcarían su vida personal y profesional, como en gran duque Dimitri, junto a quien realizara largas estancias en la villa Ama Ttikia en Guéthary, y quien le presentara a su hermana la gran duquesa María, junto a la que trabajó en los primeros años de la década de 1920 creando bordados de inspiración eslava que caracterizaron el llamado periodo ruso. Fue también allí donde recomendó instalarse a Stravinski, y allí donde cultivó, junto a su inseparable conde Kutúzov, numerosas relaciones en la colonia de aristocráticos exiliados rusos que se convirtieron en colaboradores clave durante todo el periodo de entreguerras.

Aunque los archivos de la casa Chanel desparecieron o simplemente nunca llegaron a conformarse, algunos valiosos testimonios como el de Ana de Pombo, aristócrata santanderina, creadora de moda, bailarina y colaboradora de Chanel durante los primeros años de la década de 1930, nos informan sobre las estrategias de relaciones públicas que la modista desplegaba en torno a su sucursal de Biarritz. Gracias a Ana de Pombo sabemos que fue en Biarritz donde la casa Chanel creó la única prenda masculina de la que tenemos conocimiento en la historia de la *maison*: unos pantalones de punto para el príncipe de Gales y su hermano el duque de Kent. Solo cabe preguntarse si el futuro rey coronaría su cabeza con una boina vasca cuando lucía los deportivos pantalones de Chanel.

Fue también el fenómeno de la moda en la Costa Vasca la que cruzó las vidas de dos de los más influyentes creadores de moda del siglo XX, Gabrielle Chanel y Cristóbal Balenciaga. Relatado por el propio modisto getariarra tras el cierre de su casa en 1968, en los últimos años de su vida, Balenciaga recordaba con nostalgia y cariño el día en que conoció a la prometedora Gabrielle Chanel en el Casino de San Sebastián, hoy sede del ayuntamiento donostiarra. En lo que creemos que sería un día de septiembre de 1917, cuando Chanel presentaba sus colecciones en los salones del Hotel María Cristina, y gracias al coraje de un joven Balenciaga, se forjó una relación que les uniría de por vida.

En septiembre de 1917 Cristóbal Balenciaga venía de abrir su primer establecimiento de moda en San Sebastián bajo el nombre de C. Balenciaga a la edad de 22 años, después de una intensa y temprana formación que se inició en su Getaria natal. La sensibilidad y la costura heredadas de su madre, y su encuentro con la marquesa de Casa Torres, aristócrata elegante y clienta habitual de alta costura, marcaron su infancia y definieron una temprana vocación por la moda en su versión más exigente y rigurosa. Las relaciones y responsabilidades de su padre como alcalde de Getaria y capitán de la escampavía Guipuzcoana le familiarizarían con el contexto del verano regio, la élite que protagonizada dicho fenómeno y la importancia tanto de las relaciones como de la moda en este contexto. Armado con estas nociones y su pasión por el oficio Balenciaga inició su aprendizaje en reputadas sastrerías de San Sebastián a la edad de 12 años, muy probablemente gracias a la recomendación de la marquesa de Casa Torres, clienta habitual de ambas. A esta introducción a la sastrería le siguió una rápida progresión profesional en la sucursal de los grandes almacenes Au Louvre de París en San Sebastián, así como en un reputado establecimiento de moda en Burdeos, antes de volver a la capital donostiarra en plena Primera Guerra Mundial. La apertura de la primera casa de Balenciaga coincidía con el

despliegue de la moda parisina tanto en Biarritz como en San Sebastián, un clima que Balenciaga supo rápidamente interpretar como una valiosa oportunidad para lanzarse en solitario. Además de las circunstancias sociales y económicas irónicamente favorables que se le presentaban, el joven modisto en ciernes tendría ocasión de conocer a Gabrielle Chanel y de admirar las colecciones de algunos de los más reputados creadores de alta costura de París en los salones de hoteles y apartamentos de la capital donostiarra. Era este extraordinario contexto, unido a la fidelidad de la familia real y la corte a los veraneos en San Sebastián, lo que hizo posible que Cristóbal Balenciaga pudiera fundar una casa de moda siguiendo el modelo de las casas de alta costura de París, como habrían hecho antes que él mujeres como Eustachette Urdapilleta y las hermanas Múgica en San Sebastián, o Marie Vallet y Félicie Doyhambéhère en Biarritz.

Balenciaga imprimió a su empresa su carácter perfeccionista, su perseverancia, su capacidad de trabajo y de adaptación, y su pasión por el oficio. Tras años asociado a las modistas y hermanas Lizaso desde 1918, en 1924 decidió establecerse en solitario en una nueva sede de la avenida de la Libertad, que se convertiría en uno de los lugares más emblemáticos de la ciudad hasta su cierre en 1968. Desde allí, viajaba a París varias veces al año para conocer las nuevas colecciones y proponer una selección de las mismas a sus distinguidas clientas que pronto incluyeron la reina María Cristina y la infanta Isabel Alfonsa, y otras damas de la familia real y de la corte, así como mujeres de destacadas familias de la aristocracia y la burguesía española y vasca.

Tal y como hemos expuesto, la hemeroteca donostiarra nos ofrece no solo información esencial sobre la evolución de su empresa sino también sobre el papel que Balenciaga jugó en la vida cultural y social donostiarra desde mediados de la década de 1920, muy probablemente tras la primera visita de la reina María Cristina a sus salones. Considerado una personalidad relevante en la capital donostiarra, Balenciaga fue retratado por el artista Flores Kaperotxipi para su serie "Tipos y Figuras del País", retrato que sería reproducido en la portada del diario *El Pueblo Vasco* en octubre de 1927 y exhibido en una exposición sobre la obra del artista en septiembre de 1928. Otros artículos de prensa confirman igualmente que en este periodo la reputación de Balenciaga trascendía la sociedad donostiarra y llegaba hasta París, ya en octubre de 1925. Tras la proclamación de la Segunda República en España y el exilio de su más preciadas clientela Balenciaga hizo gala de grandes dosis de creatividad comercial y optó por la diversificación, creando nuevas marcas que llegaran a un público más amplio. En la década de 1930, el modisto

mostraba su ambición por expandir la actividad de su proyecto abriendo sucursales en Madrid y Barcelona en 1933 y 1935 respectivamente, antes que el estallido de la Guerra Civil le obligara a modificar sus planes. Nuestra consulta en diversos archivos españoles y franceses nos han permitido reconstruir las circunstancias y las motivaciones que llevaron a Balenciaga a dejar San Sebastián e instalarse en París en enero de 1937, una cuestión sobre la que se ha especulado considerablemente en los últimos años.

Cristóbal Balenciaga llegaba a París como un modisto y hombre de negocios experimentado a quien precedía una sólida reputación, y pronto se posicionó cómodamente entre los más celebrados creadores de moda del mundo. Tras el cierre de su prestigiosa casa de alta costura en 1968 recordaba con nostalgia sus conversaciones con la marquesa de Casa Torres, sus tardes observando los vestidos de la que era a sus ojos la mujer más elegante del mundo; recordaba sus inicios en la profesión, en San Sebastián, y sus éxitos, en una brillante Costa Vasca donde la moda era reina.

La moda ha jugado un papel fundamental en la narrativa histórica francesa en los últimos 350 años, ya sea en torno a la idea de París como capital internacional de moda, a la superioridad artística de sus creadores, a la excelencia de su industria o a la suprema elegancia de sus mujeres. En esta tradición histórica, la idea de Biarritz como playa de moda y centro de elegancia emerge a mediados del siglo XIX en el contexto de la propaganda imperial, y se consolida en los primeros años del siglo XX en el marco de las campañas de promoción turística dirigidas fundamentalmente desde las asociaciones del territorio. El presente estudio ha investigado la realidad material y cultural que ha sostenido la idea de la Costa Vasca como uno de los lugares más elegantes del mundo. Así, un exhaustivo análisis de la historia del turismo en la Costa Vasca desde el prisma de la moda, nos ha permitido confirmar su relevancia como actividad económica, como experiencia de ocio y como potente actor cultural. Los establecimientos de moda – con sus talleres organizados como auténticos centros de manufactura; sus sofisticados salones, convertidos en lugares de esparcimiento y de placer compartido; sus edificios, erigidos en templos de moda, blasones de sus propietarios y emblemas del paisaje urbano de Biarritz; y sus creadores, en el rol de artistas, gestores y animadores culturales – constituían un elemento central de la vida en Biarritz y la Costa Vasca. Del mismo modo, hemos podido establecer una geografía de la moda en la Costa Vasca y la conformación de un espacio de moda inédito fuera de las grandes urbes europeas e internacionales que tuvo un impacto decisivo tanto en la industria como en la creación de moda

en Francia. La preeminencia de la moda en Biarritz no solo atrajo a nuevos visitantes seducidos por la idea de una vida hedonista y elegante, sino que provocó una profunda reflexión en la industria de la alta costura parisina, que pronto se dispuso a abrir sucursales, crear colecciones exclusivas para la Costa Vasca y complejizar la producción y el calendario de presentaciones mediante la concepción de colecciones intermedias, que han perdurado hasta hoy bajo en nombre de colecciones *resort*. Asimismo, la vida en la Costa Vasca, caracterizada por la práctica de actividades, deportes y eventos sociales en el exterior, en un ambiente que sus protagonistas juzgaron libre y distendido, influyó profundamente en el desarrollo y difusión de la llamada moda *sport*, un estilo que imperó en la moda internacional en la década de 1920 y que rige aun nuestro modo de vestirnos. Este fenómeno eminentemente cosmopolita se desarrolló en el contexto de una cultura local de fuerte arraigo cuya exotización formó parte del fenómeno turístico en la Costa Vasca. La moda, en su eterna e irreverente dinámica de apropiación de referencias culturales diversas, pronto encontró en la cultura vasca nuevos elementos con los que alimentar su afán de novedad.

La moda fue inherente al fenómeno del turismo en la Costa Vasca y su estudio revela un episodio inédito, tanto en la historia cultural del País Vasco como en la historia de la moda.

Fuentes

Archivos consultados

AGORHA, Institut national d'histoire de l'art

Archives Balenciaga

Archives de Paris

Archives de la Cité de l'Architecture et du Patrimoine

Archives de la Prefecture de Police de Paris

Archivo de Navarra

Archivo de Protocolos del Distrito de Donostia-San Sebastián

Archives départementales de la Côte d'Or

Archives départamentales des Landes

Archives départementales des Pyrénées-Atlantiques

Archivo General de Palacio

Archivo Histórico Diocesano de San Sebastián

Archivo Histórico Nacional

Archivo Municipal de San Sebastián

Centro de Investigaciones Históricas de la Universidad de La Laguna

Colección del Palais Galliera

Euskadiko Artxibo Historikoa - Archivo Histórico de Euskadi, Archivo Histórico del Gobierno Vasco

Fundación Cristóbal Balenciaga

Getariako Udal Artxiboa

Getariako Udala-Cristóbal Balenciaga Fundazioa-Fundación

Patrimoine Lanvin

Patrimoine CHANEL

Registro Civil de Getaria

V&A Archive of Art and Design

Diarios y revistas

ABC

Anuario-Riera

Annales de la propriété industrielle

Archives commerciales de la France, journal hebdomadaire

Art, Gôut, Beauté

Biarritz Ilustré et Côte basque-Pyrénnées

Boletín Oficial de la Propiedad Industrial

Bulletin Polonais littéraire, scientifique et artistique

Boulevard Voltaire

Bulletin des soies et des soieries de Lyon

Cabinet Des Modes

Country Life Illustrated

El Día

El Correo de Guipúzcoa: Diario Tradicionalista

Elegancias

El Imparcial

El Liberal

El Pabellón nacional

El País Vasco

El Pueblo Vasco

Euskal-Erria, revista Bascongada

Excelsior

Femina

Figaro: journal non politique

Gaceta de Madrid

Gil Blas

Harper's Bazaar

Heraldo de Madrid

Journal de Genève

Journal des Eaux-Bonnes

Journal Official de la République Française. Lois et décrets

L'Art et la Mode
La Dama y la Vida Ilustrada
La Constancia. Diario Integrista
La Correspondencia de España
La Côte basque: revue illustrée de l'Euzkalherria
La Época
La France de Bordeaux et du Sud-Ouest
La France médicale: historique, scientifique, littéraire
La Gazette de Biarritz, Bayonne et Saint Jean de Luz, Bayonne et Saint Jean de Luz
La Gazette Illustrée de Biarritz
La Revista Azul
L'Officiel de la Couture et de la Mode de Paris
Gentlewoman
Journal de la gendarmerie de France
Journal des débats politiques et litteraires
Jounal du Cher
La Ilustración Española y Americana
La Libre Parole
La Loi
La Moda Elegante
*La Monar*quía
La Petite Gironde
La Presse
La Republique Française
La Sylphide
La última moda
La Vanguardia
La Voz de Guipúzcoa
L'Echo de Paris
L'indépendant biarrot
Le Chronique Illustré
Le Droit, journal des tribunaux
Le Festin
Le Figaro

Le Figaro Modes

Le Gaulois

Le Glaneur d´Oloron et des Basses Pyrénnées

L'Indépendant des Basses-Pyrénées

Le Journal

Le Journal des marchandes de mode

Le Matin

Le Mémorial des Pyrénées

Le Panthéon de l'industrie

Le Temps

Les Echos

Les Elegances Parisiennes

Les Modes

Mundo Gráfico

Museo de las familias

New York Tribune

Novedades

Paris Match

Revue des grands procès contemporains

The Boston Globe

The Chicago Tribune and the daily news New York

The Lady's Newspaper

The New York Herald, Paris

The New York Herald Tribune

The New York Times

The Queen

The Sun

The Times

The Westminster Gazette

Vogue

Women's Wear Daily

Bibliografía

Aguirre Sorondo, Antxon. *Getaria, itsasoaren, zeruaren eta mendiaren artean*. Getaria: Getariako Udala, 2000.

Anabitarte, Baldomero. *Gestión del municipio de San Sebastián (1901-1925)*. Donostia-San Sebastián: Obra Cultural de la Caja de Ahorros Municipal de San Sebastián, 1971.

Annuaire administratif, judiciaire et industriel du département des Basses-Pyrénnées pour l'année 1902. Pau: A. Foltzer, 1902.

Anuario de comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración. Madrid: Bailly-Bailiere, 1898.

Antonetti, Guy. *Les ministres des Finances de la Révolution française au Second Empire (II): Dictionnaire biographique 1814-1848*. Vincennes: Institut de la gestion publique et du développement économique, 2007.

Arizmendi Amiel, María Elena. *Vascos y trajes*. Donostia-San Sebastián: Caja de Ahorros Municipal de San Sebastián, 2 vols, 1976.

Arroyo Cabello, María. "Perfumería Floralia: un caso de contenido de marca a principios del siglo XX". *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, Vol. 12, 2018.

Arzalluz Loroño, Miren. *Cristóbal Balenciaga, la forja del maestro (1895-1936)*. Donostia-San Sebastián: Gipuzkoako Foru Aldundia-Nerea, 2010.

- "Basque Fashion in Exile: creativity and innovation, from Balenciaga to Rabanne". *The International Legacy of Lehendakari Jose Antonio Agirre's Government*. Reno: Center for Basque Studies, University of Nevada, 2017.

Balda Arana, Ana. "Cristóbal Balenciaga: una singular política de comunicación frente al avance del Prêt-à-porter". Latorre Izquierdo, J. (dir.). Tesis doctoral. Universidad de Navarra, Pamplona, 2013.

Ballard, Bettina. *In My Fashion*. Nueva York: David Mckay Co, 1960.

Barthez, Docteur. *La famille impériale à Saint-Claude et à Biarritz*. París: Calmann-Lévy, 1913.

Bass-Krueger, Maude y Kurkdjian, Sophie. *French Fashion. Women and the First World War*. Nueva York: Bard Graduate Center, 2019.

Beau de Loménie, Nathalie. *Biarritz et la mode: la haute couture et la mode sur la Côte basque – de 1854 à nos jours*. Biarritz: Atlantica, 2015.

Beaton, Cecil. *The Glass of Fashion*. Londres: Weidenfeld & Nicolson, 1954.

Biarritz guide illustré. París: F. Hermet, 1892.

Biarritz, au vent du large et de l'histoire. Biarritz: Association d'action culturelle de Biarritz, 1988.

Blume, Mary. *Balenciaga, the master of us all. His workrooms, his world*. Nueva York: Farrar, Strauss and Giroux, 2013.

Bonin, Hubert. *Banque et Bourgeoisie: La Société Bordelaise de CIC (1880-2005)*. Bruselas: Peter Lang, 2010.

Bouneau, Christophe. "Le rôle de la Compagnie des chemins de fer du Midi dans les trajectoires d'innovation des aires touristiques du Grand Sud-Ouest de 1852 à 1937". *Sud-Ouest européen*. Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, 39 (2015), 13-29. DOI : https://doi.org/10.4000/soe.1828

Breward, Christopher. *The Culture of Fashion: A New History of Fashionable Dress*. Manchester University Press, 1995.

- *Fashioning London: clothing and the fashion metropolis*. Berg Publishers, 2004.

- "Paris, London, Shanghai: Touring the Fashion Imaginary", en, Steele, Valerie, ed. *Paris, Capital of Fashion*. Londres/Nueva York: Bloomsbury, 2019.

Bucline, Jean. *Maurice Larue (1861-1935), mon père.* París: La Bruyère, 1990.

Camard, Florence. *Süe et Mare et la Compagnie des arts français*. París: éditions de l'Amateur, 1993.

Castells, Luis. *Historia de Donostia-San Sebastián*. Donostia-San Sebastián: Nerea, 2000.

Cava Mesa, María Jesús. *Bilbao en la "Belle Époque"*. Bilbao: Bilbao Bizkaia Kutxa, 1996.
- "La sociabilidad en Bilbao en 1917". *Bidebarrieta: Revista de humanidades y ciencias sociales de Bilbao*, N°7 (2000): 161-171.
- "Ocio y sociabilidad durante la modernización económica. Bilbao 1900-2000". En *Propuestas alternativas de investigación sobre Ocio*, editado por María Jesús Cava Mesa, 47-56. Bilbao: Universidad de Deusto, 2002.
- *Un paseo por la historia de Bilbao*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2008.
- "Balnearios y baños de ola en Bizkaia". *Itsas memoria: revista de estudios marítimos del País Vasco*, N°6 (2009): 369-380.
- "Identidades, espacios culturales y de ocio en Bilbao. Una propuesta metodológica". *Bidebarrieta: Revista de humanidades y ciencias sociales de Bilbao*, N° 23 (2012): 9-16.

Chaho, Augustin. *Biarritz entre les Pyrénées et l'Océan*. Bayona: A. Andreossy, 1855.

Chadefaud, Michel. *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour*. Pau: Université de Pau, 1987.

Chantecaille, Pierre. *Regard sur le Passé*. Burdeos: Feret et fils, 1930.

Charles-Roux, Edmonde. *L'irrégulière*. París: Éditions Grasset et Fasquelle, 1974.
- *Le temps Chanel*. París : Éditions de la Martinière/Éditions Grasset et Fasquelle, 2004.
- *Descubriendo a Coco*. Barcelona: Lumen, 2009.

Cerezo, Aitor. “II. Errepublika Altzan, udaletxeko akten bidez”. *Altza, Hautsa Kenduz-VIII*, Altza, Altzako Historia Mintegia, 2005.

Ciechanovski, Jan Stanislaw. “Los movimientos migratorios polacos de carácter político durante la Segunda Guerra Mundial. Antecedentes, desarrollo y consecuencias”. *APORTES*, n. 104, año XXXV (3/2020).

Coleman, Elizabeth Anne. *The Opulent Era: Fashions of Worth, Doucet and Pingat*. Brooklyn: Brooklyn Museum, 1989.

Collection José de la Peña y Pérez de Guzmán El Bueno, Catalogue des estampes des écoles anglais et française (18ème et 19ème siècles). París: Galerie Georges Petit, 1927.

Cummings, Valerie. *Royal Dress*. Londres: B.T. Batsford, 1989.

D’Albarade, Marie. *La belle histoire des palaces de Biarritz, époque I* (Biarritz: Atlantica, 2007

- *La belle histoire des palaces de Biarritz, époque II*. Biarritz: Atlantica, 2010.

De Aranzadi, Telesforo. “Explicación de los aperos de labranza en la exposición”, *V Congreso de Estudios Vascos Bergara, 1930*. San Sebastián: Eusko Ikaskuntza,1934.

De Borbón, Eulalia. *Memorias de Doña Eulalia de Borbón*. Barcelona: Editorial Juventud, 1967.

De la Haye, Amy. *Chanel: Couture and Industry*. Londres : V&A Publishing, 2011.

De Marly, Diana. *Worth: Father of Haute Couture*. Nueva York: Holmes & Meier, 1990.

Demornex, Jaqueline. *Lucien Lelong*. Londres, Nueva York: Thames & Hudson, 2008.

De Pombo, Ana. *Mi última condena*. Madrid: Taurus Ediciones, 1971.

De Saint-Auban, Émile. *Revue des grands procès contemporains*. París: Librairie Général de droit et de jurisprudence, 1915.

De Sairigné, Guillemette. *La Circasienne.* París: Robert Laffont, 2011.

Directorio madrileño 1905, guía especial de Madrid y su Provincia. Barcelona: Anuario Riera, 1905.

Doubassoff, Irene. *Ten Months in Bolshevik Prisons*. Edimburgo y Londres: William Blackwood and Sons Limited.

Entwistle, Joanne. *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Social Theory*. Londres: Polity, 2013.

Gaillard, Jeanne. *Paris, la ville (1852-1870)*. París: Honoré Champion, 1977.

Galante, Pierre. *Les Années Chanel*. París: Paris Match/Mercure de France, 1972.

Gárate Ojanguren, Montserrat y Martín Rudi, Javier. *Cien años de la vida económica de San Sebastián (1887-1987)*. Donostia-San Sebastián: Instituto Dr. Camino de Historia Donostiarra, 1995.

García Hernán, David. "Familia, política y aristocracia en el Antiguo Régimen". Hernández Franco, Juan, y Mafalda Soares da Cunha. *Sociedade, Família e Poder na Península Ibérica: Elementos para uma História Comparativa/Elementos para una Historia Comparada.* Évora: Publicações do Cidehus, 2010.

Garnier, Guillaume, ed. *Paul Poiret et Nicole Groult, maîtres de la mode Art Déco*. París: Editions Paris Musées, 1986.

Garelick, Ronda K. *Coco Chanel and the pulse of history*. Nueva York: Random House, 2014.

Gautier, Théophile. *Abecedaire du Salon de 1861*.París: E. Dentu, 1861.

Gavarrón, Lola. *Ana de Pombo*. Madrid: Prisanoticias colecciones, 2019.

Germond de Lavigne, Alfred. *Autour de Biarritz, promenades à Bayonne, à la frontière et dans le pays basque*. París: Richard et Ad. Joanne, 1856.

Gil, Carmen de Arriba y Larrinaga, Carlos. "La cornisa cantábrica como región turística en las primeras décadas del siglo XX (1902-1931)". *Investigaciones de Historia Económica – Economic History Research* 17 (2021).

González de Durana, Javier. *Cristóbal Balenciaga. Moda, política y sociedad durante la guerra civil, 1936-39 (San Sebastián y París)*. Vitoria-Gasteiz: Real Sociedad Bascongada de los Amigos del País, Comisión de Álava, 2020.

Grossiord, Sophie. ed., *Jeanne Lanvin (1867-1946)*. París: Paris Musées, 2015.

Grumbach, Didier. *Histoires de la mode*. París: Editions du Regard, 2008.

Guillet, Léon. *Cent Ans de la vie de École Centrale des arts et manufactures, 1829-1929*. París: M. de Brunnof, 1929.

Handy, Ellen, ed. *Reflections in a Glass Eye: Works from the International Center of Photography Collection*. Nueva York: Bulfinch Press, en asociación con el International Center of Photography, 1999.

Heilbrunn Timeline of Art History (Nueva York: The Metropolitan Museum of Art, 2000).

Heim, Jeanne. Memorias inéditas. 1953.

Hugo, Víctor. *Viaje a los Pirineos y los Alpes*. Barcelona: Alhena, 2021.

Hurel, Alexandre. *Je vous écris de Biarritz*. Urrugne: Éditions Pimientos, 2014.

Institut français d'architecture, *Biarritz le Casino 1929-199*4. París: Norma, 1994.

Jarry, Paul. *Les magasins de nouveautés. Histoire rétrospective et anecdotique*. París: Barry et fils, 1948.

Joanne, Adolphe. *De Bordeaux à Bayonne, à Biarritz, à Arcachon, à Saint-Sébastien, à Mont-de-Marsan et à Pau. Itinéraire historique et descriptif*. París: L. Hachette, 1857.

Joanne, Adolphe. *De Bordeaux à Bayonne, à Biarritz, à Arcachon, à Saint-Sébastien, à Pau, à Mont-de-Marsan, à Tarbes et à Bagnères-de-Bigorre*. París: L. Hachette, 1879.

Jouve, Marie-Andrée y Demornex, Jaqueline. *Balenciaga*. París: Éditions du Regard, 1988.

Laborde, Pierre. *Histoire du tourisme sur la Côte Basque, 1830-1930.* Biarritz: Atlantica, 2001.

- "Nacimiento y desarrollo del turismo en Biarritz durante el Segundo Imperio". *Historia Contemporánea*, Nº25 (2002), 51-64.

- "L'incidence des crises politiques et économiques sur une station touristique internationale: l'exemple de Biarritz". *Estudos em Homenagem a Luis Antonio de Oliveira Ramos*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2004, 613-622.
- *Huit siècles d'histoire, 250 ans de bains de mer*. Biarritz: Atlantica, 2008.

Larrinaga Rodríguez, Carlos. "La madurez del producto turístico: el País Vasco entre 1876 y 1936". Ponencia presentada en el VIII Congreso Internacional de la Asociación Española de Historia Económica, Santiago de Compostela, September 13–16, 2005.

- "De las playas frías a las playas templadas: la popularización del turismo de ola en España en el siglo XX". Cuadernos de Historia Contemporánea, 37 (2015), 67–87. DOI: https://doi.org/10.5209/rev_CHCO.2015.v37.50987

Labrune, Édouard y Degauque Belousova, Natacha. *Les Russes à Biarritz et sur la côte basque*. Urrugne: Éditions Pimientos, 2018.

Ledeuil d'Enquin, J. *Le général Bosak, comte de Hauké: armée des Vosges*. París: E. Dubois, 1893.

Les Toilettes de la collectivité de la couture. París: Société de Publications d'Art, 1900.

Loti, Pierre. *Ramuntcho*. París: Calmann Lévy, 1897.

Mackay-Smith, Alexander, Druesedow, Jean R. y Ryder, Thomas. *Man and the Horse. An Illustrated History of Equestrian Apparel*. Nueva York: Metropolitan Museum of Art, 1984.

Madsen, Axel. *Coco Chanel*. Barcelona: Circe, 2000.

Mateos Sáinz de Medrano, Ricardo. *La Reina María Cristina.* Madrid: La Esfera de los Libros, 2007.

Millán, Pascual. *Biarritz y sus cercanías, notas e impresiones*. Madrid: El enano, 1897.

Miller, Lesley Ellis. *Cristóbal Balenciaga*. Londres: Victoria & Albert Museum, 2007.

Milleret, Guénolée. *Haute Couture, histoire de l'industrie de la création, des précurseurs à nos jours*. París: Eyrolles, 2015.

Morand, Paul. *El aire de Chanel*. Barcelona: Tusquets, 2009.

North, Susan. "John Redferns and Sons, 1847 to 1892". *Costume*, vol. 2 (2008): 145-168.

Obolensky, Serge. *One man in his time: The memoirs of Serge Obolensky*. McDowell, Obolensky, 1958.

Oliván, Quero. "La Sociedad Española de Salvamento de Náufragos". *Aljaranda: Revista de Estudios Tarifeños*, 47, 2002, 28-35.

Ossorio y Bernard, Manuel. *Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX*. Madrid: J. Palacios, 1908.

Pavlovna, Maria. *Une princesse en exil. Mémoires*. París: Librairie Stock, Delamain et Boutelleau, 1933.

Pombo, Álvaro. *Un gran mundo*. Madrid: Ediciones Destino, 2015.

Pombo, Pablo. *Juan Pombo. Historia empresarial del siglo XIX*. Santander: Ediciones de Librería Estudio, 1999.

Potvin, John, ed. *The Places and Spaces of Fashion, 1800-2007*. Londres: Routledge, 2013.

Rapport du Préfet et procès-verbaux des séances et des déliberations du Conseil Général des Basses-Pyrénnées, Session ordinaire d'août 1895. Pau: Garet, 1895.

Ribeiro, Aileen. *Dress in Eighteenth-Century Europe*. New Haven y Londres: Yale University Press, 2002.

Riello, Giorgio, ed. *The Fashion History Reader: Global Perspectives*. London: Routledge, 2010.

Rocamora, Agnès, ed. *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*. Londres: Bloomsbury Visual Arts, 2019.

Rodríguez Martín, Nuria. "La invasión de los barbaros del anuncio. Una historia de la publicidad exterior en Madrid, 1900-1936". *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, n° 7 (2016).

Romo Velasco, Epifanio. "Alvaro Pombo y los recuerdos de La Dehesilla", *La Corredera, Revista Cultural de Ampudia* (Palencia), N.5.

Russian court memoirs, 1914-16, with account of court, social and political life in Petrograd before and since the war, *by a Russian*. Londres: Herbert Jenkins, 1917.

Serrano Saseta, Rafael. "Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad del siglo XIX". *Scripta Nova*, vol. X, n.º 211 (15 de abril de 2006).

Starcky, Emmanuel, Chabanne L. (dir.). *Franz Xaver Winterhalter, 1805-1873: portraits de cour, entre faste et élégance.* París: RMN-Grand Palais, 2016.

Steele, Valerie. *Paris fashion: a cultural history*. Londres/Nueva York: Bloomsbury, 2017.

- *Paris, Capital of Fashion*. Londres/Nueva York: Bloomsbury, 2019.

Une saison d'été à Biarritz. Bayona: Lamaignère, 1859.

The World of Balenciaga, catálogo de exposición. Nueva York: Metropolitan Museum of Art, 1973.

Toboso Sánchez, Pilar. "Grandes almacenes y almacenes populares en España. Una visión histórica", documento de trabajo del Programa de Historia Económica. Madrid: Fundación SEPI, 2002.

Ureña, E. "New England se abrió al público el 13 de Marzo de 1908". *San Sebastián: Revista Anual Ilustrada*, año 24, n.º 24 (20 de enero de 1958).

Urry, John. *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. Londres: SAGE Publications, 1990.

Vassiliev, Alexandre. *Beauty in exile*. Nueva York: Henry N. Abrams, Inc., 2000.

Veblen, Thornstein. *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institutions*. Nueva York: Macmillan, 1899.

Villas et cottages des bords de l'océan. París: Librairie générale de l'architecture et des arts décoratifs: Ch. Massin, [ca. 1900].

Viollet-le-Duc, Eugène-Emmanuel. *Habitations modernes*. París: Morel, 1875.

Wilson, Elizabeth. *Adorned in dreams: Fashion and Modernity*. Londres: I.B. Tauris, 2003.

Zanon, Joahnna. *Quand la couture célèbre le corps féminin, Jean Patou 1919-1929*. París: tesis doctoral, École Nationale des Chartes, 2012.

Zavala, Antonio. “Indalecio Bizcarrondo “Bilintx”, 1831-1876”. Donostia-San Sebastián: Caja de Ahorros Municipal de San Sebastián, 1978.

Zapiain Irastorza, José. “A propósito de las modas femeninas. Cuando apareció en San Sebastián la “falda-pantalón”. *San Sebastián: Revista Anual Ilustrada*, año 17, n.º 17 (20 de enero de 1951).

Zola, Emile. *El paraíso de las damas*. Barcelona: Alba, 1999.