Zeitschrift: Textiles suizos [Edición español]
Herausgeber: Oficina Suiza de Expansiòn Comercial
Band: - (1958)
Heft: 3

Artikel: Carta de Londres
Autor: Fonteyn, Ruth
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-797531

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.08.2025

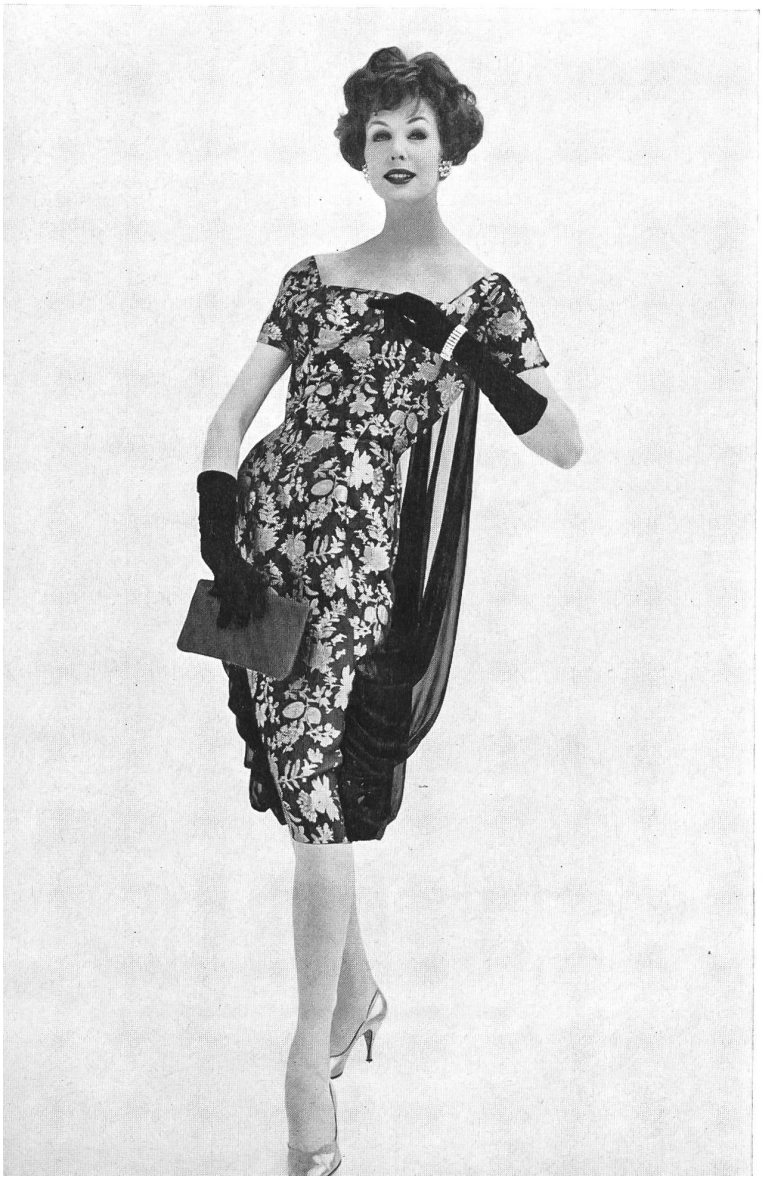
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Carta de Londres

En Londres, la temporada de primavera y verano no ha sido nada buena para los grandes almacenes y las tiendas de modas ; en cambio, para los vendedores al por menor de provincias, los negocios fueron algo mejores. En la capital, las ventas de liquidación de saldos de verano comenzarón ya durante la tercera semana de junio, justamente cuando deberían haber alcanzado la mayor intensidad las ventas normales de los artículos para las vacaciones y cuando los fabricantes acostumbran a suministrar los pedidos hechos para reponer los modelos que más se venden. Tan deplorables circunstancias han suscitado naturalmente muchos comentarios que, a pesar de sus profundas divergencias, todos tenían de común el que cada cual echaba la culpa a esto y a lo otro. Lo cierto es que las restricciones monetarias impuestas por el Gobierno han obligado a los vendedores al por menor a restringir sus pedidos, y que el aumento de los alquileres ha reducido el poder de compra del público. No obstante, la temporada en Londres hubiera debido resultar razonablemente buena si el tiempo hubiese sido mejor y si no hubiese habido la huelga de los autobuses durante la época más importante para el comercio al detalle.

Pero opino que los mismos ramos de la moda son parcialmente responsables del daño que han sufrido, debido a la confusión que han originado en el espíritu del público. Hace poco aún, los creadores procedían con unanimidad (o casi) y establecían una línea netamente determinada dos veces cada año. La mujer media, sea donde fuere, podía acostumbrarse a la idea de los cambios de moda y disfrutar de ello con gusto. Mientras que, ahora, las modas dictadas por París, Roma, Nueva York o por el mismo Londres, son completamente contradictorias, aparte de las modificaciones que intervienen durante la misma temporada. Nada tiene de extraño, pues, el que la mujer media se embarulle, ni que dude, ni el que, finalmente, vuelva a casa decidida a acortar o a alargar sus vestidos del año precedente. Es evidente que los fabricantes necesitan algunos meses para poner en su punto modelos según las ideas recibidas de París o de Roma, para colocarlos y poderlos suministrar al comerciante al pormenor. En cambio ahora, sus modelos están ya pasados de moda cuando los entrega al vendedor al pormenor.

En muchas colecciones británicas de precios medianos, se encuentra todavía la línea trapecio para los abrigos, así como la línea « alta », mucho más reciente. Para los vestidos, todavía se ve la línea « camisa », la línea oriental, la línea campana y el talle alto estilo « Imperio » que recientemente ha sido puesto nuevamente en candelero. Ha contribuído a aumentar la confusión el que cierto número de periódicos ingleses armaron una tremolina acerca del alargamiento de las faldas decretado por los de Dior, hasta el punto de que algunos títulos tenían algo de histerismo. Por cierto que ya se sabía que el joven creador Yves Saint-Laurent sería el



L. ABRAHAM & Co. SILKS Ltd., ZURICH
Gold brocaded Basra.
Model Roter Models Ltd., London.
Photo John French.

HONEGGER FRERES, WALD
London Agent : Frank Loynes.
Wild silk.
Evening dress by B. & R. Sutin, London.

punto de mira de la curiosidad general ; pero seguramente que nadie en casa de Dior hubiera podido imaginarse lo que iba a acontecer con los periódicos de sensación y hasta con la prensa seria de Inglaterra. Y, como todo esto ocurría antes de que fuesen publicadas las fotografías, nada tiene de extraño el que muchas mujeres se hiciesen una idea completamente falsa y groseramente exagerada de ese alargamiento de las faldas. Todas se imaginaron que sería casa de unos veinticinco centímetros por lo menos en vez de tan sólo cinco, que es de lo que se trataba en realidad para los vestidos de calle corrientes. Ha llegado a ser una cosa completamente natural el seguir las directivas de la moda de París, algunas veces sazonadas con una pizca de verbosidad italiana y de fantasía americana. París no está aún a punto de perder su espíritu creador y su delicado sentido de « lo que se lleva », pero pienso algunas veces que la industria del vestido en todos los países, y lo mismo si se trata de la calidad cuidada que de las grandes series, así como un número cada vez mayor de periódicos dedicados al público femenino, ncesitan continuamente ideas nuevas y que exigen demasiadas.

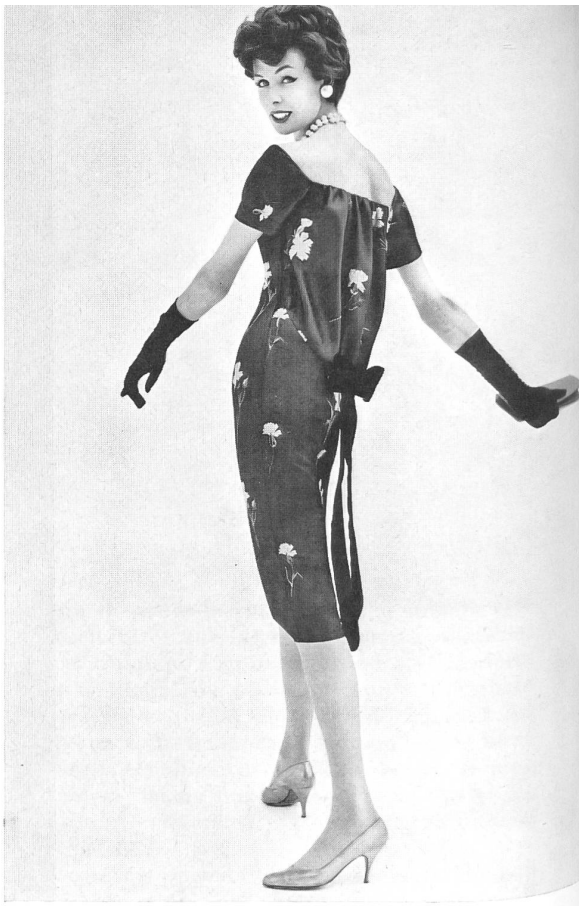
Cambiar por el gusto de cambiar resultaría ruinoso para la industria de la moda. Una línea que no sea halagadora para casi todas las mujeres no puede lograr éxito ni, menos aún, mantener viva la confianza. La moda debe hacer algo en pro de la mujer, ha de permitirla crearse un tipo, tiene que contribuir a incrementar la confianza de la mujer en sí misma, a mejorar su silueta y hacer que resplandezca. La moda es para la mujer un manantial de placer de aventura. Las nuevas líneas inventadas por París han ejercido por cierto mucha

atracción sobre las mujeres que poseen la silueta requerida, pero para la mujer « sin nada de particular », son positivamente ingratas, especialmente cuando han sido interpretadas por la producción industrial y además muy a menudo, empleando tejidos que carecen de atractivo.

En general, los creadores parisienses de la moda han progresado lógicamente en el decurso de un año al pasar del vestido « saco » al vestido « camisa », para llegar ahora al talle subido. Para los abrigos y trajes, la nueva tendencia está indicada mediante cinturones, cordones, artificios de corte o de costura, cuellos voluminosos, etc. Las líneas son rectas, lo que confiere importancia a los tejidos. No cabe duda de que veremos muy pronto en Londres muchísimas traducciones de esta moda realizadas por los más ágiles y más decididos de entre todos los fabricantes de prendas «listas para llevar». La misma sencillez de líneas que se ha podido ver en los abrigos y en los trajes aparece también en los vestidos de París y, también para éstos, los fabricantes londinenses procederán rápidamente a la necesaria adaptación. Entre ellos, los fabricantes luchan sin cuartel para lograr la supremacía en el mercado de la producción en gran escala.

Entre las casas de modas al por mayor que representan el sector más elegante y más limitado de la confección, y entre las que se dedica el mayor esmero al corte y a los géneros, reina al parecer mucha calma a la par que un estudio muy a fondo, a pesar de todo lo que preocupa a los productores.

Claro es que son los mercados más exigentes los que mayores posibilidades de venta ofrecen a los productos suizos del ramo textil y del vestido. Ciertos fabricantes de prendas al por mayor, tales como Frederick Starke, Susan Small y Frank Usher, emplean a menudo tejidos suizos, mientras que otras casas, como Roter Models, siempre tienen en sus colecciones varios modelos confeccionados con materiales suizos.



FORSTER WILLI & Co, SAINT-GALL
Embroidered pure silk organdie.
Model Roter Models Ltd., London.
Photo John French.

Entre las casas al por mayor que importan vestidos hechos de Suiza, no cabe duda de que los señores Buser & Co. Ltd. han logrado ocupar un puesto muy a la vista dedicándose exclusivamente a los vestidos y ropa interior de punto para señora, desde la clase más sencilla hasta las más lujosas. En cuanto a la moda masculina, las camisas Beltex realizan progresos tranquilos pero continuos entre la parroquia que sabe apreciar un artículo de buen corte y bien confeccionado (en su mayoría, camisas para deporte) hecho de telas originales y de buena calidad que tienen cierto aire de exclusividad.

Como siempre, los organdíes y los encajes de guipur suizos se venden con mucha regularidad a los principales fabricantes de blusas, entre los que figuran London Pride, Werner & Edgar, Janet Colten, y otros más, mientras que para los artículos de punto, Fred Good Ltd., con la marca « Frego », ocupa un buen puesto en el mercado con sus jumpers y suéters de puntilla de lana suiza.

Ruth Fonteyn

SOIERIES STEHLI S.A., ZURICH
Pure silk morocaine.
Model Roter Models Ltd., London.
Photo Michel Molinare.