



Allitáte con consedisqui
autem qui doluptatem
quasitat et et abor
sequae pror maio
con comnihi liaspis
maiore pelenihil il enim
rem expedi debiti am
doloratur molupta
non pore, sim dolorec
totaquatet eum ut et
ipicit dus, autem ut aut
am explitaqui consed
que audio. Ita nonet

MARINIÈRE

Símbolo e icono

¿Cómo una prenda humilde ligada a las bajas esferas acaba convirtiéndose en todo un símbolo de estilo? Nos adentramos en una historia extraordinaria contada en blanco y azul

TEXTO ARIADNA ALCAÑIZ

DIOR HOMME, ETRO, SAINT-LAURENT Y BALMAIN SON ALGUNOS DE LOS DISEÑADORES QUE HAN VERSIONADO LA MARINIÈRE ESTA PRIMAVERA 2015



Alitate con consedisqui autem qui doluptatem quasitat et et abor sequeae pror maio con comnihi liaspis maiore pelenihil il enim rem expedi debiti am doloratur molupta non pore, sim dolorec totaquetet eum ut et ipicit dus, autem ut aut am explitaqui consed que audio. Ita nonet

Marineros en clave urbana. Así es el hombre que presentó Kris Van Assche para la primavera-verano 2015 de Dior Homme en una colección influenciada por ecos musicales donde se pudieron ver numerosas reinterpretaciones de la *marinière*, el clásico jersey de punto a rayas horizontales en blanco y azul que Van Assche tiñó, también, de otros colores. No fue el único en subirla a la pasarela. Saint-Laurent la adaptó al estilo rockero de los años 70, Balmain la asoció al *look* deportivo y Etro la imaginó elegante al combinarla con un traje blanco de línea relajada. Porque, tal como explica a *DAPPER* Delphine Allanic-Costa, documentalista y comisaria de la exposición *Les marins font la mode*, organizada en 2009 en el parisino Museo de la Marina, “desde hace algunos años esta prenda tan francesa se ha convertido en una pieza para los amantes de la moda internacionales”, un elemento imperecedero cuya popularidad actual dista de sus orígenes humildes.

UN UNIFORME MUY CHIC

Las primeras referencias de este clásico francés se encuentran en el arte, con pinturas navales del siglo XVIII donde ya se viste a marineros de poco rango a rayas. El historiador Michel Pastoureau en su libro *L'étoffe du diable. Une histoire des rayures et des tissus rayés* (Éditions du Seuil, 1991) analiza cómo hasta hace bien poco las rayas eran un símbolo de exclusión e infamia llevadas por personajes de dudosa reputación como delincuentes, herejes y bastardos. Entre ellos, el marinero encargado del equipaje, a menudo, un pescador vestido con su propia ropa de trabajo que incluía un jersey interior de lana a rayas. Fue en 1858 cuando el ejército francés consagró a la *marinière*, pues la introdujo en el uniforme oficial de los marineros como prenda de interior, para llevar debajo de la también icónica camisa blanca con cuello azul. Completaban el *look* unos pantalones blancos con doble botonadura lateral, un abrigo corto realizado en lana, una boina con pompón para alta mar y un sombrero para las salidas. La ordenanza, además, especificaba características concretas de la *marinière*: “Las rayas blancas de 20 milímetros de ancho deben ser 21 y las rayas azules de 10 milímetros (...) un total de 20 o 21. Las mangas deben tener 15 rayas blancas y 14 o 15 rayas azules”. Delphine Allanic-Costa, del Museo de la Marina, comenta al respecto “en realidad, el jersey rayado no es ninguna prenda significativa. Las rayas se deben simplemente a las técnicas de tejido. Como el indigo costaba más caro, las azules son menos numerosas y más cortas”.

De origen, pues, eminentemente práctico, el atractivo de este uniforme indudablemente



chic rápidamente llamó la atención fuera del ejército. La Reina Victoria de Inglaterra, con la voluntad de exaltar el espíritu patriótico, decidió en 1846 vestir a su hijo Eduardo con uniformes oficiales en miniatura. Es así como, en un crucero familiar, el que sería Rey Eduardo VII vistió con el uniforme de la Royal Navy y se convirtió en adalid de una tendencia que rápidamente se expandió a otros países, Francia incluida. A inicios del siglo XX las rayas habían abandonado toda condición negativa para vestir a los niños de la burguesía y aristocracia europeas.

CHANEL, PICASSO Y GAULTIER

Y no solo a ellos. También a sus madres, pues las mujeres fueron las siguientes en adoptar

Alitate con consedisqui autem qui doluptatem quasitat et et abor sequeae pror maio con comnihi liaspis maiore pelenihil il enim rem expedi

Alitate con
consedisqui autem
qui doluptatem
quasitat et et abor
sequae pror maio
con comnihi liaspis
maiore pelenihil il
enim rem expedi



el look marinero. En su caso, por el incipiente turismo de balneario, un escenario donde las rayas y cuellos azules no desentonaban por su relación con el mar. Es en este momento cuando la diseñadora Gabrielle Chanel, siempre visionaria, empezó a llevar los jerséis a rayas de los pescadores en un estilo revolucionario que liberaba el cuerpo de la mujer. En 1917 decidió presentar en su tienda de Deauville una colección de camisas fluidas con el cuello azul heredadas de las de los marineros, elevando el uniforme a una cuestión de moda que las clases pudientes no tardaron en adoptar.

Los aristócratas dejaron paso a artistas e intelectuales quienes tomaron este icono del armario francés como una prenda identitaria a partir de los años 50. Pablo Picasso, Marcel Marceau, Brigitte Bardot y Andy Warhol fueron algunos de los ilustres nombres que lucieron la *marinière* en su día a día para convertirla en una prenda inmortal, como ellos mismos.

Sin embargo, fueron los creadores los encargados de rejuvenecerla y mantenerla siempre entre las tendencias del momento. Yves Saint Laurent en 1966 fue el primero en subirla a la pasarela pero, sin duda, fue Jean-Paul Gaultier el que la convirtió en parte de su sello de estilo, sobre todo, a partir de su colección "Boy Toy" de 1983 en la cual el jersey a rayas era el protagonista.

RAYAS DE ASFALTO

Desde Jean-Paul Gaultier y Agnès B. en los años 80 hasta Comme des Garçons con su línea Play en los años 2000, la lista de creadores que se ha fijado en la *marinière* es interminable. Lo explica Allannic-Costa: "recibimos

LA PRODUCCIÓN ARTESANAL EN FRANCIA ES UNA CARACTERÍSTICA QUE SAINT-JAMES MANTIENE A DÍA DE HOY, SIENDO TODO UN SÍMBOLO NACIONAL

muchos estilistas y creadores en nuestra biblioteca que vienen a buscar inspiración en nuestros dossieres documentales y obras de archivo". De hecho, fue a partir de ahí que decidieron organizar la muestra "Les marins font la mode" que atrajo 56.000 visitantes. Una prueba más que el interés por esta prenda inmortal se mantiene intacto a pesar del paso del tiempo, y de las modas. Como también el éxito de una compañía histórica como Saint-James, que lleva desde 1889 dedicada a la confección del jersey original a rayas blancas y azules. De un punto tan cerrado que casi lo hace impermeable y tejido muy ceñido, era como una segunda piel para los pescadores, convirtiéndose a partir de 1950, bajo la dirección de Julien Bonte, en el «líder del jersey de marinero». En los años 70 la compañía pasó a presentar colecciones más amplias dirigidas al público general con una gran acogida que se mantiene a día de hoy. Pero si la empresa es un caso singular no es solo por triunfar como icono de estilo sino como todo un símbolo nacional gracias a su producción artesanal en la localidad francesa de Saint-James. Un raro avis en la industria de la moda que factura 40 millones de euros y cuyo éxito internacional se basa tanto en su innegable *savoir-faire* como

Alitate con
consedisqui autem
qui doluptatem
quasitat et et abor
sequae pror maio
con comnihi liaspis
maiore pelenihil il
enim rem expedi
debiti am doloratur
molupta non
pore, sim dolorec
totaquatet eum ut
et ipicit dus, autem
ut aut am explitaqui
consed que audio.
Ita nonet

