

# Pervivencias medievales en la moda contemporánea: religiosidad, provocación y fetiche

Diana Lucía Gómez-Chacón <sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** Un análisis pormenorizado de las colecciones de moda contemporánea de algunas de las principales firmas y diseñadores/as permite advertir los nexos existentes entre dos mundos aparentemente lejanos como son la Edad Media y la pasarela y cultura visual contemporáneas. El estudio comparativo entre la religiosidad medieval y su plasmación desde un enfoque profano en la moda, en alta costura, así como en *prêt-à-porter* o *ready-to-wear*, nos permitirá aproximarnos al empleo de cruces gemadas, relicarios, Sagrados Corazones, *arma Christi*, etc., tanto en prendas, como en una amplísima selección de complementos. A ello se suma la construcción de la imagen de la mujer como objeto de culto-deseo. Concepto que, nuevamente, hunde sus raíces en el mundo medieval, y en el que se nos presenta la personificación de la Naturaleza como encarnación de la esencia y sexualidad femeninas.

**Palabras clave:** fetichismo - devoción - Edad Media - moda - alta costura - *crux gemmata* - relicario - sagrado corazón - rosa - culto.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 251-252]

---

<sup>(1)</sup> Licenciada en Historia del Arte. Doctora en Historia del Arte con mención europea por la Universidad Complutense de Madrid (2015). Profesora Doctora Ayudante del Departamento de Historia del Arte de la Universidad Complutense de Madrid.

## Introducción

Según el diccionario de la RAE, entendemos por fetiche un ídolo u objeto de culto al que se atribuyen poderes sobrenaturales, siendo, por lo tanto, el fetichismo el culto a los fetiches o la veneración excesiva de algo o alguien. Es, precisamente, este aspecto en el que nos centraremos en el presente trabajo en el que analizaremos la pervivencia en la moda contemporánea de fetiches y objetos de culto de origen medieval, completamente desacralizados, convertidos en complementos decorativos o, incluso, empleados en ocasiones con un fin transgresor por parte de los/las diseñadores/as. Imágenes provocadoras comparables a las que nos ha legado igualmente el mundo de la música –recordemos la canción *Quiero*

*ser santa* de 1984 del grupo *Parálisis Permanente* o las insinuantes fotografías de Madonna posando con un crucifijo, de Marcus Piggot y Mert Alas, publicadas por la revista *Interview* en 2010 (Van Sant, 2010) (*Figura 1*).

Como otros ejemplos podemos citar, la obra *Immersion, Piss Christ* del fotógrafo Andrés Serrano de 1987, la exposición *Obscenity* de Bruce LaBruce en La Fresh Gallery de Madrid, que en 2012 con polémicas fotografías protagonizadas por Rossy de Palma y Alaska y Mario, entre otros, o la exposición *The Plastic Religion* de Pool & Marianela.

Un análisis pormenorizado de determinadas colecciones de moda contemporánea nos permitirá poner de manifiesto los numerosos nexos existentes entre dos mundos aparentemente lejanos: el medioevo y la pasarela y cultura visual contemporáneas. Para ello se llevará a cabo un estudio de algunos de los principales símbolos de la religiosidad medieval y su plasmación desacralizada en la moda. Destaca el empleo de cruces gemadas, relicarios, Sagrados Corazones, *arma Christi*, etc., tanto en prendas, como en una amplísima selección de complementos. A ello se suma la construcción de la imagen de la mujer como objeto de culto y/o deseo. Concepto que, nuevamente, hunde sus raíces en el mundo medieval, en el que la esencia femenina se funde con la Naturaleza.



**Figura 1.** Madonna fotografiada por Marcus Piggot y Mert Alas. Fuente: Interview en 2010.

## Cruces, relicarios y otros *must-have*

“Fetichismo y moda han ido siempre de la mano” (Steele, 2018, p. 215). Como declaró John Galliano, posiblemente, podamos considerar a Christian Dior el primer gran diseñador fetichista (Horyn, 2000). Fetichismo que, por otro lado, encontramos más que presente en las colecciones que el mencionado Galliano hizo como director creativo de la casa Dior (Donzé y Wubs, 2019), concretamente en la de alta costura otoño/invierno del año 2000, que el diseñador dedicó al sexo y al fetichismo, y entre cuyos *outfits* encontramos a un modelo vestido de Papa (Borrelli-Persson, 2000). Como no podía ser de otra manera, este *look* fue uno de los que integraron la exposición comisariada por Andrew Bolton para The Metropolitan Museum of Art en 2018 que llevó por título *Heavenly Bodies. Fashion and the Catholic Imagination*, y que hacía una perfecta pareja con el conjunto de noche de Dolce & Gabbana de la colección de alta costura otoño/invierno 2016-2017 (Bolton, 2018) (Figura 2).



**Figura 2.** Diseño de Johan Galliano para la colección de alta costura otoño-invierno 2010 de Dior. Fuente: The Metropolitan Museum of Art.

El fetiche religioso y la tradición cristiana, concretamente católica, son una constante fuente de inspiración de la mencionada firma italiana. Buena muestra de ello fue su colección Ready-to-Wear (en adelante RTW) primavera-verano 2015, en la que los Sagrados Corazones invadieron estampados y complementos, y que nos ofreció propuestas tan singulares como los zapatos-relicario, en los que el tacón se convierte en un recipiente de

pequeños Sagrados Corazones que se pueden contemplar a través de las portezuelas que lo custodian (*Figura 3*).

Una idea similar a la que veíamos en la colección de alta costura de primavera-verano de 2007 de Jean Paul Gaultier, en la que Dita Von Teese desfilaba con un bolso-relicario, con un corazón a modo de joyero en su interior.

Estos complementos, convertidos en receptáculos de objetos y símbolos despojados de su habitual sacralidad, encuentran su fuente de inspiración en los relicarios que desde época medieval fueron diseñados para albergar en su interior reliquias de diversa naturaleza, entre las que cabe destacar las cristológicas (Nagel, 2010). Recordemos, por ejemplo, las palabras del dominico Jacopo da Varazze, más conocido como Santiago de la Vorágine, quien en su *Leyenda dorada* recoge la narración del hallazgo de la Vera Cruz por parte de santa Helena, en la que nos dice que la madre del emperador Constantino “envió a su hijo una parte de la Cruz dejando el resto del madero en Jerusalén convenientemente alojado en un estuche de plata” (Santiago de la Vorágine, 2004, p. 293).

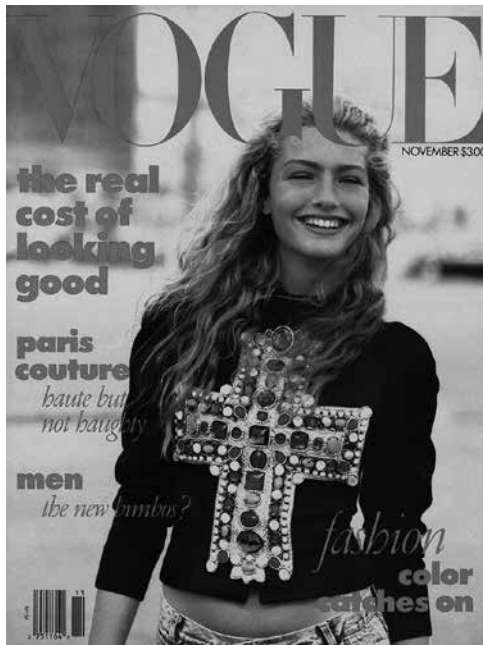
“Este suntuoso estuche es que daría origen a las representaciones de la *crux gemmata* o cruz gemada, empleada como símbolo del triunfo de Cristo sobre la muerte” (Rodríguez Peinado, 2010, pp. 29 y 33). La vemos constantemente convertida en un elemento decorativo en los diseños de Christian Lacroix, habiendo llegado a protagonizar la portada del número de noviembre de 1988 de la edición americana de la revista *Vogue*, en la que la modelo Michaela Bercu, fotografiada por Peter Lindbergh, luce un estilismo de Carlyne Cerf du Dudseele, consistente en la chaqueta *Gold-Gotha* del diseñador francés, combinada con unos vaqueros de Guess (*Figura 4*).

La emblemática chaqueta de Lacroix incluye más de cien cristales y cuentas de colores sobre una cruz de cuero dorado y púrpura metalizado que simula una pieza de orfebrería (Bolton, 2018). Volvemos a encontrar la cruz gemada en propuestas posteriores de Lacroix como, por ejemplo, su colección de alta costura de otoño-invierno de 2009.

Este mismo motivo, el de la cruz gemada, ha sido empleado por otras firmas como Versace, en la colección otoño-invierno de 1991-1992, la de alta costura de otoño/invierno de 1997-1998 y la ya a cargo de Donatella Versace de primavera-verano de 2018 (Bolton, 2018), Chanel, en su pre-fall de 2008, en la que decora complementos para el cabello y tops, y Dolce & Gabbana, en su colección RTW de primavera-verano de 2019, en la que el deseo de transgresión y el mensaje reivindicativo lanzado por los diseñadores se hizo aún más evidente con las parejas de modelos femeninas que desfilaban cogidas de la mano, cubiertas de cruces y rosarios. Estos últimos estuvieron también presentes en la colección otoño/invierno de 2001-2002 de A. F. Vandervorst (Bolton, 2018, p. 135) y en la Crucero de 2019 de Gucci. Asimismo, cabe mencionar las colecciones de alta joyería de Chanel, concretamente los diseños de los años 60 y 70, en los que encontramos collares y brazaletes con cruces gemadas (Bolton, 2018, pp. 126-127).



3



4

**Figura 3.** Zapatos-relicario de la colección RTW de primavera-verano 2015. Fuente: Dolce&Gabbana.  
**Figura 4.** Portada de la edición americana de la revista Vogue de noviembre de 1988. Fuente: Revista Vogue USA.

Algunos diseñadores aún más osados han incorporado la imagen de Cristo crucificado a sus desfiles. Recordemos los antifaces con el cuerpo del Crucificado, tomados de los autorretratos del fotógrafo Joel-Peter Witkin, que delinean nariz y cejas de las modelos en la colección *Dante* (RTW otoño/invierno 1996) de Alexander McQueen, inspirada en la *Divina Comedia* del escritor florentino y concebida como una intencionadamente blasfema reflexión sobre la religión y la guerra, dedicada a su amiga y musa Isabella Blow (*Figura 5*). El desfile tuvo lugar en la Christ Church de Spitalfields, en Londres. La elección del espacio viene determinada por el convencimiento del diseñador de que la religión fue y sigue siendo la principal causante de todas las guerras del mundo (Knox, 2010, pp. 22-23; Bolton, 2011, p. 20; Gleason, 2012, pp. 38-41).

Asimismo, debemos recordar que, junto a la Cruz, Santa Helena encontró también otras reliquias pasionales como los clavos, los cuales, según el ya citado Jacopo da Varazze, envió a su hijo (Santiago de la Vorágine, 2004, vol. 1, p. 293). A lo largo de toda la Edad Media, y muy especialmente a finales de este periodo, cobraron especial relevancia las reliquias pasionales o *arma Christi*, algunas de las cuales fueron adquiridas por el rey San Luis de Francia, quien habría mandado construir la Sainte-Chapelle de París para albergarlas. Encontramos, por ejemplo, una detallada representación de todo el proceso en las miniaturas del *Livre des faiz Monseigneur saint Loys jadis roy de France*, obra del Maître du Cardinal de Bourbon, realizado hacia 1480 y conservado en la Bibliothèque nationale de France. Vemos la corona de espinas convertida en un collar rígido masculino de la mano de Riccardo Tisci en su colección de *menswear* de otoño-invierno de 2010 para Givenchy. Propuesta en la que encontramos también el paño de la Verónica, en el que habría quedado milagrosamente impreso el rostro de Cristo, transformado en una impresión sobre una camiseta blanca, acompañada del mensaje “Jesus is Lord”. Sin embargo, más transgresor resultó el empleo del recuerdo de la corona de espinas por parte de Alexander McQueen en su ya citada colección *Dante* en la que la modelo Honor Fraser desfiló luciendo sobre su pelo corto una corona de espinas, como si de un complemento femenino se tratara (*Figura 6*).

Nos resulta tentador comparar esta imagen que juega claramente con el *cross-dressing* y la estética andrógina con las representaciones del martirio de santa Wilgefortis o santa Librada o, incluso, con algunas de las puestas en escena de Madonna, en las que, en ocasiones, ha aparecido luciendo una corona de espinas e, incluso, elevada en el escenario sobre una enorme cruz.

El mundo de la moda contemporánea nos ha dejado asimismo imágenes de san Cristóbal decorando suéteres y camisetas, como vemos en la colección RTW de primavera/verano de 2017 de Christopher Kane, inspirada en los migrantes y desplazados. Junto con las notas del *show* se entregaron estampas con medallas de diversos santos, incluido el santo patrón de los viajeros (Suzy Menkes, 2016). También encontramos exvotos cubriendo cuerpos femeninos, a modo casi de armadura, como, por ejemplo, en la colección de alta costura de primavera/verano de 2007 de Jean Paul Gaultier, invadida por la religiosidad y el imaginario católico (Sarah Mower, 2007) (*Figura 7*).



5



6



7

**Figura 5.** Antifaz con Crucificado de la colección Dante de Alexander McQueen. Fuente: Alexander McQueen.

**Figura 6.** Corona de espinas de la colección Dante de Alexander McQueen. Fuente: Alexander McQueen.

**Figura 7.** Look con exvotos de la colección de alta costura primavera-verano 2007 de Jean Paul Gaultier. Fuente: Jean Paul Gaultier.

## Sobre sagrados corazones y bolsos *Devotion*

“¿Cómo voy a hacer toda la vida corazones por marketing?” (Puga, 2018, p. 1) es la pregunta que lanzaba Agatha Ruiz de la Prada a su interlocutora en una entrevista que le hicieron en 2018 tras recibir el premio ADYMO a la diseñadora del año. Y es que, si pensamos en moda y corazones, irremediablemente nos vienen a la cabeza los coloridos diseños de la madrileña. Sin embargo, en este caso no son ese tipo de corazones los que nos interesan, sino aquellos que remiten directamente al Sagrado Corazón de Jesús, que vemos ya representado en algunas miniaturas del siglo XV, nuevamente en un contexto pasional. Una imagen que ha sido recuperada y manipulada por Dolce & Gabbana en múltiples ocasiones. Por citar un ejemplo, lo vemos decorando chaquetas, camisetas, corpiños, faldas, vestidos, vaqueros y un sinfín de complementos, incluido el interior de los tacones de los zapatos-relicario, en las colecciones RTW primavera/verano de 2015 y 2019. En esta última destaca la presencia de los conocidos como bolsos *Devotion*, que han lucido numerosas *celebrities*, desde Naomi Campbell a la modelo parisina Sonia Ben Ammar, pasando por Monica Bellucci, y cuyo elemento distintivo es el Sagrado Corazón que lo decora, a modo de cierre (*Figura 8*).

Una representación muy parecida a la que encontramos en la inicial del folio 116r del manuscrito Mn Kn 28-1181 de Colonia (Simons, 2019, pp. 25-31). Un corazón que aparece también en la colección de alta costura de primavera/verano de 2007 de Jean Paul Gaultier, a modo de broche o joyel que remata el escote del vestido del look 16, lucido por la modelo Eugenia Mandzhieva, quien, además, viste una diadema con ramas de coral, material que tanto la Edad Media, como posteriormente, se utilizó con fines mágicos ya que se creía que protegía contra la ojeadura o mal de ojo, y que, en ocasiones, vemos colgando del cuello de las imágenes del Niño Jesús.

Volviendo al Sagrado Corazón de Jesús, ya en época medieval se incorpora a este el Monograma de Cristo (IHS), que se coloca en su interior. En otras ocasiones, menos frecuentes, encontramos palabras inscritas en este, como se puede apreciar en el folio datado hacia 1490, conservado en el *Victoria & Albert Museum* de Londres, en cuyo margen inferior vemos un corazón de un intenso color rojo, en cuyo interior, en letras mayúsculas doradas, podemos leer la palabra LEAL. Retomando esta idea del Corazón de Jesús como soporte de un mensaje escrito, Dolce & Gabbana incluyen sus iniciales (DG), a modo de logo, en los corazones que invaden su colección RTW de primavera/verano de 2019 (*Figura 9*).

En otras ocasiones vemos sangre brotar del corazón, como en el vestido del look 20 de la ya tantas veces mencionada colección de alta costura de primavera/verano de 2007 de Jean Paul Gaultier, en el que la supuesta sangre que brota del corazón colocado sobre el pecho izquierdo de la modelo Querelle Jansen se derrama por su cintura y cadera hasta transformarse en una gasa burdeos que deja entrever su pierna izquierda, a juego con las sandalias. Sangre que, en el contexto religioso bajomedieval, tiene unos claros tintes eucarísticos y que se recoge en un cáliz, como podemos apreciar en el folio 13r del manuscrito Arch. G. de hacia 1490-1500 conservado en la Bodleian Library (Simons, 2019, pp. 23-25).





**Figura 8.** Bolso Devotion de Dolce&Gabbana.  
Fuente: Dolce&Gabbana.  
**Figura 9.** Gafas de la colección RTW primavera-verano 2019 de Dolce&Gabbana.  
Fuente: Vogue.it.

8



9

La imagen del corazón se convierte a fines del medioevo en el símbolo del Amor, un amor sacro que ya en las últimas centurias de la Edad Media experimenta un proceso de desacralización del que se harán eco los/las diseñadores/as contemporáneos/as. Recordemos, por ejemplo, el caso de la Priora de los *Cuentos de Canterbury*, la cual nos describe Geoffrey Chaucer en el prólogo general de su obra de la siguiente manera: “También había una Monja, una Priora que sonreía de modo natural y sosegado [...] Su vestimenta era, a mi



**Figura 10.** Colección de alta costura primavera-verano 2015 de Valentino. Fuente: RevistaTelva.

entender, elegante” (Geoffrey Chaucer, 2020, p. 70). Y continúa: “Llevaba en el brazo un rosario de pequeñas cuentas de coral, intercaladas con otras grandes verdes; de él colgaba un broche dorado y brillante que tenía una A coronada y debajo el lema: *Amor vincit omnia*” (Geoffrey Chaucer, 2020, p. 70).

Este mismo mensaje, tomado, a su vez, del verso 69 de la Égloga X de las *Bucólicas* de Virgilio, *omnina vincit Amor; et nos cedamus Amori*, es precisamente el que decora el pecho de uno de los vestidos de Valentino de la colección de alta costura de primavera/verano de 2015 (Figura 10).

Detrás de los diseños se encuentra el perfecto tándem conformado por Maria Grazia Chiuri y Pierpaolo Piccioli, cuyo *moodboard*, en esta ocasión, quedó cubierto de citas del *Infierno* de Dante, de Shakespeare y reproducciones de las pinturas de Marc Chagall.

Es a finales de la Edad Media cuando encontramos también algunos libros de horas con forma de corazón, como podemos apreciar en el cuadro *Joven sosteniendo un libro* de hacia 1480, conservado en *The Metropolitan Museum of Art*, o en *El libro de horas al uso de Amiens* del siglo XV, MS Latin 10536 conservado en la *Bibliothèque Nationale* de France. Diseño que a finales del Cuatrocientos adoptarán también algunos cancioneros como, por ejemplo, el *Chansonnier cordiforme de Montchenu*. El corazón pasará a formar parte entonces de ámbitos tanto sacros como profanos. Lo vemos en manos de la Caridad de Giotto de la Capilla Scrovegni en Padua (ca. 1305), como objeto de intercambio místico con Cristo

en las escenas de la vida de Santa Catalina de Siena de Giovanni di Paolo (ca. 1447-1465) de *The Metropolitan Museum of Art*, a la vez que protagoniza numerosas escenas de amor cortés. Ocurre así en las miniaturas que decoran el *Roman de la poire* (1201-1300) de Thibaut (BnF, Ms Français 2186, fol. 41v), así como el interior de la tapa del cofre con escenas de Frau Minne de hacia 1325-1350, *The Metropolitan Museum of Art*, (Simons, 2019, pp. 31-32). El corazón se convierte, incluso, en alimento de los amantes en la *Vita Nuova* de Dante:

Pensando en ella se apoderó de mí un suave sueño, en el que me sobrevino una visión maravillosa, pues parecíame ver en mi estancia una nubecilla de color de fuego, en cuyo interior percibía la figura de un varón que infundía terror a quien lo mirase [...] Entre otras muchas palabras que no pude entender, díjome estas, que entendí: *Ego dominum tuus*. Entre sus brazos parecíame ver una persona dormida, casi desnuda, solo cubierta con un rojizo cendal, y, mirando más atentamente, advertí que era la mujer que constituía mi bien, la que el día antes se había dignado saludarme. Y parecióme que el varón en una de sus manos, sostenía algo que intensamente ardía, así como que pronunciaba estas palabras: *Vide cor tuum*. Al cabo de cierto tiempo me pareció que despertaba la durmiente y, no sin esfuerzo de ingenio, hacíale comer lo que en la mano ardía (Simons, 2019, pp. 33-34).

## Diosas y Naturaleza: la mujer como fetiche

El amor cortés convierte a la mujer en el centro del cortejo, en objeto de deseo y, en definitiva, en fetiche. Si hablamos de mujer y devoción en la Edad Media irremediadamente debemos hablar, en primer lugar, de la Virgen, cuyo culto experimentó un importante desarrollo a lo largo de la Baja Edad Media, al tratarse de una figura amable y maternal que se presentaba ante la feligresía como una perfecta intercesora ante su Hijo. Modelos nimbadados desfilaron por la pasarela con motivo de la ya tantas veces citada colección de alta costura de primavera/verano de 2007 de Jean Paul Gaultier, en la que la Virgen María y la técnica de la vidriera fueron los grandes protagonistas (*Figura 11*).

Virgenes que aparecen de nuevo en la colección RTW de primavera-verano de 2019 de Dolce & Gabbana, acompañadas de lemas como *DG tradizione*, *DG Amore* o *DG Donna*. En otras ocasiones la presencia mariana en las pasarelas se reduce a un lirio que portan no solo las modelos, sino también los modelos, en sus manos, como tuvimos ocasión de ver en la Colección Crucero de 2019 de Gucci. Recordemos la habitual inclusión de esta flor en las representaciones de la Anunciación, en las que normalmente encontramos un jarrón con azucenas (Rodríguez, 2014, p. 3). Flor que, a su vez, podemos relacionar con el texto del Cantar de los Cantares 2,2: *el lirio de los valles*. Es en este mismo libro bíblico donde encontramos a la amada descrita como “huerto cerrado”: “Huerto cerrado eres, hermana mía, esposa mía, huerto cerrado, fuente sellada” (Cantar de los Cantares 4,12). Recintos vegetales, florales, cerrados, como los que sirvieron de telón de fondo para la presentación de las colecciones de alta costura de Chanel de primavera/verano 2015 y 2018 (*Figura 12*).



11

**Figura 11.** Colección de alta costura de primavera-verano 2007 de Jean Paul Gaultier. Fuente: Vogue.it,  
**Figura 12.** Colección de alta costura primavera-verano 2018 de Chanel. Fuente: Chanel News.



12

Una vez más es Chaucer quien en sus *Cuentos de Canterbury*, concretamente en *El cuento del mercader*, retoma la metáfora del jardín cerrado, dando origen con ella a lo que podríamos catalogar como un lejano precedente del mito de Lolita, encarnada en la joven y hermosa Mayo:

Entre otros lujosos equipamientos, había mandado construir un jardín con un perímetro amurallado, todo en piedra. No sé de un jardín más hermoso que aquél. Realmente creo que incluso al autor del *Roman de la Rose* le costaría describir su encanto [...] A este anciano y digno caballero le encantaba enormemente pasear y permanecer horas en este jardín. No permitía a nadie, salvo a él mismo, guardar la llave [...] como solamente entraban los dos [Enero y Mayo] y nadie más que ellos, practicaban allí mucho mejor lo que no habían hecho en la cama (Geoffrey Chaucer, 2020, pp. 306-307).

Sin embargo, Mayo hizo un molde de cera de la llave que su marido, Enero, guardaba con tanto cuidado, para entregárselo a su amante Damián y que este sacase un duplicado:

La hermosa Mayo, de la que estaba hablando ahora mismo, sacó un molde de cera de la llave que Enero llevaba de la puertecita enrejada por la que solía entrar a su jardín. Damián, sabedor preciso de lo que ella albergaba en su mente, fabricó, en secreto, un duplicado de la llave. No hay más que decir (Geoffrey Chaucer, 2020, p. 308).

Las metáforas florales para referirse al mundo y sexualidad femeninos son constantes en la literatura medieval, habiendo perdurado hasta la contemporaneidad. De hecho, hoy en día una de las corrientes de mayor actualidad dentro de la lucha por la igualdad es el denominado ecofeminismo. En 1997 Vandana Shiva y María Mies publicaron *Ecofeminismo*, obra en la que se exponen los fundamentos teóricos de esta corriente de pensamiento y movimiento social que vincula ecologismo y feminismo, y que afirma que la subordinación de la mujer al hombre y la explotación de la naturaleza son consecuencias de la ilusión de poder vivir al margen de la naturaleza y del sometimiento de la vida a la exigencia de la acumulación. En este sentido cabe destacar la colección de primavera-verano de 2020 de Dior, resultado de la colaboración de Maria Grazia Chiuri con la consagrada artista feminista Judy Chicago. En una de las banderolas se podía leer la pregunta de si, en el caso de gobernar las mujeres, la Tierra se encontraría más protegida. Volveremos sobre esta propuesta más adelante. La Antigüedad nos ha dejado múltiples ejemplos de esta asociación entre mujeres y naturaleza, y el intento de inversión de los roles por parte de sociedades mayoritariamente androcéntricas. Naturaleza y ámbito femenino quedaron fusionados visualmente en la imagen de la Dama Naturaleza de los manuscritos medievales conservados de la *Física* de Aristóteles, que sujeta en sus manos los cuatro elementos, representados a través de distintas partes de animales y plantas. Una imagen que deriva, igualmente, del pensamiento escolástico. Frente a la pureza encarnada por el lirio, encontramos la rosa, citada igualmente en el *Cantar de los Cantares* 2,2: “Yo soy la rosa de Sarón”. En nuestro recuerdo quedaron los diseños de la colección RTW de otoño/invierno de 2004 (*Pantheon ad Lucem*) de Alexander McQueen, que si bien no fue una de las más aclamadas del diseñador –coincidente, además, con uno de los momentos clave de su carrera en el que rechazó tomar las riendas de Yves Saint Laurent, apostando de lleno por su propia firma–, nos dejó la imagen de la modelo Tiiu Kuik luciendo una pieza-cuello con orquídeas en plata que le cubría pecho y hombros, realizada por Shaun Leane (Mower, 2004; Knox, 2010; Gleason, 2012) (*Figura 13*).



13



14

**Figura 13.** Pieza escultórica de joyería de Shaun Leane para la colección RTW de otoño-invierno 2004 de Alexander McQueen. Fuente: <https://www.itfashion.com/moda/una-subasta-nos-descubre-a-shaun-leane-el-impresionante-joyero-de-mcqueen/>. **Figura 14.** Colección RTW otoño-invierno 2008 de Giambattista Valli. Fuente: Vogue.es

Un mundo floral asociado al universo femenino que, años más tarde, eclosiona por completo en la colección primavera/verano 2007 del británico, titulada *Sarabande* (Knox, 2010; Gleason, 2012). Raquel Zimmerman surgió de la oscuridad con un vestido de seda que combinaba flores naturales y artificiales. Por su parte, Tanya Dzhahileva lució un vestido de cuyas mangas y escote eduardiano caían pétalos por la pasarela a cada paso que daba la modelo, ante el aplauso del público (Gleason, 2012). Al ser preguntado por la presencia de flores en su colección, McQueen aseguró que el principal motivo para incorporarlas a sus diseños era porque mueren: “*Remember Sam Taylor-Wood’s dying fruit? Things rot...I used flowers because they die*” (Bolton, 2011, p. 183). En definitiva, una belleza tan salvaje como efímera.

Si echamos la vista atrás una vez más al periodo medieval, veremos que la asociación mujer-rosa nace de mano del ya mencionado amor cortés y, concretamente, del *Roman de la Rose*<sup>1</sup>, en la que la Rosa encarna a la dama fetiche, objeto de deseo, a la vez que simboliza la sexualidad femenina (Vadillo, 2013):

Si alguna o alguno pregunta cómo quiero que este libro que ahora empiezo sea llamado, ser llamado, este es el Libro de la Rosa, y en él se encierra toda el arte de Amor. El asunto en bueno y nuevo; Dios quiera que lo acoja con gusto

aquella por quien empiezo la obra: es tanto lo que ella vale y es tan digna de ser amada, que debe ser llamada Rosa (Guillaume de Lorris y Jean de Meun, 2020, p. 42).

El amante del romance nos cuenta cómo:

Entre todos, elegí un brote bellissimo [...] tenía el color rojo más perfecto que Naturaleza pudo crear; estaba rodeado por cuatro pares de hojas, puestas por Naturaleza con habilidad unas a continuación de las otras; el tallo era recto como un junco y sobre él se asentaba la flor sin colgar ni inclinarse. Su aroma se esparcía alrededor y el perfume que producía llenaba todo el lugar (Guillaume de Lorris y Jean de Meun, 2020, p. 73).

La evolución del simbolismo del color rojo a lo largo de la Edad Media fue ya estudiada por Michel Pastoureau: la sangre de Cristo, el poder, el primer color de la heráldica, el fuego del infierno, el cabello de Judas, pero también el amor profano y la pasión (Pastoureau, 2017). En el medioevo las rosas, concebidas como la flor del amor y la belleza, solían representarse de color blanco o rojo, estas últimas muchas veces asociadas a la primavera (Pastoureau, 2017). Rosas rojas que decoran tocados en la apuesta RTW de primavera/verano 2019 de Dolce & Gabbana, así como en los vestidos *prêt-à-porter* de otoño-invierno de 2008 y la colección de alta costura de otoño-invierno de 2012 de Giambattista Valli (Figura 14).

Rosas que no solo dominan el mundo visual de las firmas, sino también el olfativo, incorporadas como esencia principal de varios de los perfumes para mujer lanzados por Dolce & Gabbana (Rose the One, Velvet Rose o Dolce, Rosa excelsa). Por su parte, Gucci vincula asimismo el mundo floral con el femenino en su perfume, y campaña publicitaria del mismo, *Gucci Bloom. Nettare di Fiori*.

El objetivo del amante del *Roman de la Rose* está claro: desflorar la Rosa:

Busqué, pues, paso por el senderito mencionado, angosto y estrecho. Al fin, logré romper la barrera y me colé en la saetera, pero solo a medias. Mucho me apenaba no poder penetrar más, pero era imposible. Sin embargo, por nada del mundo dejé de meter todo el bordón. Sin tardanza lo introduje entero, más la alforja se quedó atrás, dando golpes con los martillos que colgaban casi por fuera. Mal daño me hice al hallar tan agosta rendija, pues no era suficiente para que yo pasara. Conociendo esa clase de paso, puedo asegurar que nadie lo había atravesado antes: yo fui el primero, y ese lugar no estaba habituado a recibir peajes (Guillaume de Lorris y Jean de Meun, 2020, p. 460).

El propio narrador del *Roman de la Rose* tiene un encuentro con Naturaleza, a la que le resulta imposible describir, pues sólo Dios podía hacerlo (Guillaume de Lorris y Jean de Meun, 2020, p. 358):

Yo hubiera probado con gusto si fuera capaz y os la habría descrito si hubiera sabido. Ya lo he intentado hasta agotar mi saber como un necio cien veces más osado de lo que pensáis. Fui víctima de mi presunción cuando pretendí concluir tan alta obra. El corazón me habría reventado ante semejante belleza noble y de gran mérito, sin poder abarcarla con mi pensamiento por mucho que me esforzara, o aunque me atreviese a escribir una sola palabra tras mucha reflexión. Estoy agotado de tanto pensar, así que he decidido antes callarme, porque cuanto más lo pienso menos comprendo semejante belleza (Guillaume de Lorris y Jean de Meun, 2020, pp. 358-359).

## Conclusión

Edad Media y contemporaneidad resultan, muchas veces, conceptos y periodos históricos alejados entre sí, que poco tienen en común. Sin embargo, el mundo de la moda los ha reconciliado en numerosas ocasiones, trayendo a la actualidad símbolos que creíamos olvidados, y haciendo de ellos incómodos emblemas de nuevas reivindicaciones. La religión, así como el amor cortés, se convierten en fuente principal de un discurso transgresor que sirve de hilo conductor del *storyboard* de numerosos/as diseñadores/as que no se conforman con confeccionar ropa y aspiran a hacer de sus colecciones una auténtica declaración de intenciones.

Fetiches religiosos que dan paso a la figura de la mujer-ídolo, de la mujer diosa, de la mujer deseada y adorada. A fin de cuentas, una mujer poderosa. McQueen afirmaba que, con sus diseños, deseaba empoderar a la mujer, pero también que la gente temiese a las mujeres que él vestía, “*I want to empower women. I want people to be afraid of the women I dress*” (Bolton, 2011, p. 60). Quizás como esa Naturaleza que el *Roman de la Rose* nos define como “reina del mundo a quien toda criatura está sometida” (Guillaume de Lorris y Jean de Meun, 2020, p. 360).

Como ha demostrado Barbara Newman, el binomio Mujer-Naturaleza fue una constante a lo largo de la Edad Media, especialmente en el ámbito de la literatura, no solo en el campo del amor cortés, sino también en obras con tintes científicos y filosóficos. Según la mencionada autora, la creación de la Diosa Naturaleza o *Natura* habría sido el resultado de la concepción de esta como uno de los principales pilares del pensamiento occidental. Tanto los poemas como los mitos, las representaciones artísticas y los himnos dedicados a ella habrían experimentado una importante difusión de manera paralela al desarrollo de las teorías de la escolástica en materia de naturaleza humana, ley natural y sexualidad (Newman, 2002).

La Madre Naturaleza y las diosas, muchas veces infravaloradas, cuando no demonizadas, protagonizaron la presentación de la ya citada colección de alta costura de primavera/verano de 2020 de Dior, en la que una vez más Maria Grazia Chiuri utilizó sus diseños para lanzar un mensaje feminista y de empoderamiento de la mujer, en esta ocasión en colaboración con la celebre artista Judy Chicago (*Figura 15*).





**Figura 15.** Colección de alta costura primavera-verano 2020 de Dior. Fuente Dior.

Árboles y flores decoraron la moqueta de la pasarela-instalación *The Female Divine*, mientras veintiuna banderolas bordadas por estudiantes de India servían de telón de fondo. En ellas se podían leer mensajes y reflexiones con los que nos gustaría concluir nuestro trabajo como: ¿Y si las mujeres gobernaran el mundo? ¿Sería Dios una mujer? ¿Serían las mujeres y los hombres iguales? ¿Estaría la Tierra protegida? (Lores, 2020; Molina, 2020).

## Notas

1. No debemos olvidar que el *Roman de la Rose* es el resultado de la elaboración sucesiva de dos autores: una primera parte compuesta por Guillaume de Lorris, un joven poeta lírico que compuso aproximadamente los primeros 4.000 versos del poema entre 1225 y 1230, y una segunda parte fechada entre 1269 y 1278, compuesta de 17.000 versos, obra de un clérigo aficionado a la filosofía, traductor de Boecio e influenciado por la Escuela de Chartres y el humanismo de Abelardo, llamado Jean de Meun. (Yllera, 1979, p. 4).

## Lista de Referencias Bibliográficas

Bolton, A. (2011). *Alexander McQueen. Savage Beauty*. Nueva York: The Metropolitan Museum of Art.

- Bolton, A. (ed.). (2018). *Heavenly Bodies. Fashion and the Catholic Imagination*. Nueva York: The Metropolitan Museum of Art, 2 vols.
- Borrelli-Persson, L. (2000). Christian Dior. Fall 2000 Couture. *Vogue*, 8 de julio de 2000. Recuperado de: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2000-couture/christian-dior>
- Donzé, P-Y y Wubs, B. (2019). Storytelling and the making of global luxury fashion brand: Christian Dior. *International Journal of Fashion Studies*, 6 (1), 83-102.
- Gleason, K. (2012). *Alexander McQueen. Evolution*. Nueva York: Race Point Publishing.
- Guillaume de Lorris y Jean de Meun (2020). *El Libro de la Rosa*, ed. de Carlos Alvar y Julián Muela. Madrid: Alianza editorial.
- Horyn, C. (2000). Review/Fashion; Life as a Party, With a Fetishistic Back Room. *The New York Times*, 11 de julio de 2000. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2000/07/11/style/review-fashion-life-as-a-party-with-a-fetishistic-back-room.html>
- Lores, A. (2020). Judy Chicago, la artista feminista detrás del último desfile de Dior alta costura. *Vanity Fair*, 20 de enero de 2020. Recuperado de: <https://www.revistavanityfair.es/lujo/moda/articulos/judy-chicago-artista-feminista-desfile-dior-alta-costura/42913>
- Menkes, S. (2016): Christopher Kane: coser y remendar. *Vogue*, 19 de septiembre de 2016. Recuperado de: <https://www.vogue.es/suzy-menkes/articulos/suzy-menkes-london-pri-mavera-verano-2017-christopher-kane/26835>
- Molina, Á. (2020). Dior y Hudy Chicago, el enésimo idilio entre arte y moda. *El País*, 25 de enero de 2020.
- Mower, S. (2004). Alexander McQueen Fall 2004 Ready-to-Wear. *Vogue*, 4 de marzo de 2004. Recuperado de: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2004-ready-to-wear/alexander-mcqueen>
- Mower, S. (2007). Jean Paul Gaultier 2007 Couture. *Vogue*, 23 de enero de 2007. Recuperado de: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2007-couture/jean-paul-gaultier>
- Nagel, A. (2010). The Afterlife of the Reliquary. En: Bagnoli, M., Klein, H. A., Griffith Mann, C. y Robinson, J. (eds.). *Treasures of Heaven. Saints, Relics, and Devotion in Medieval Europe* (pp. 211-222). New Haven y Londres: Yale University Press.
- Newman, B. (2002). *God and the Goddesses. Vision, Poetry, and Belief in the Middle Ages*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Pastoureau, M. (2017). *Red. The History of a Color*. Princeton y Oxford: Princeton University Press.
- Puga, J. (2018). «Mis corazones no son marketing». Agatha Ruiz de la Prada. Diseñadora y premio ADYMO de Moda 2018. *El Comercio*, 28 de septiembre de 2018. Recuperado de: <https://www.elcomercio.es/gente-estilo/agatha-ruiz-prada-corazones-marketing-20180928003436-ntvo.html>
- Rodríguez Peinado, L. (2010). La Crucifixión. *Revista Digital de Iconografía Medieval II* (4), 29-40. Recuperado de: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/621-2013-11-21-6.%20Crucifixi%C3%B3n.pdf>
- Rodríguez Peinado, L. (2014a). La Anunciación. *Revista Digital de Iconografía Medieval, VI* (12), 1-16. Recuperado de: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/621-2014-12-06-03.%20Anunciaci%C3%B3n.pdf>

- Rodríguez Peinado, L. (2014b). Púrpura. Materialidad y simbolismo en la Edad Media. *Anales de Historia del Arte*, 24, número especial noviembre, 471-495. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ANHA/article/view/48289/45189>
- Sant, G. Van (2010). Madonna. *Interview*, 3 de mayo de 2010. Recuperado de: <https://www.interviewmagazine.com/music/madonna>
- Santiago de la Vorágine (2004). *La leyenda dorada*. Madrid: Alianza Forma, 2 vols.
- Simons, P. (2019). The Flaming Heart: Pious and Amorous Passion in Early Modern European Medical and Visual Culture. En: Barclay, K. y Reddan, B. (eds.). *The Feeling Heart in Medieval and Early Modern Europe: Meaning, Embodiment, and Making* (pp. 19-42). Medieval Institute Publications.
- Steele, V. (2018). *Fashion Theory. Hacia una teoría cultural de la moda*. Buenos Aires: Ampersand.
- Walker Vadillo, M. (2013). Le Roman de la Rose. *Revista Digital de Iconografía Medieval*, V (10), 27-39. Recuperado de: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/621-2013-12-14-05.%20Roman%20de%20la%20rose.pdf>
- Yllera, A. (1979). El “Roman de la Rose” y los “Cuentos de Canterbury” de Chaucer: visión del mundo y concepción del hombre y de la sociedad. *Cuadernos de investigación filológica*, 5, 3-21.

---

**Abstract:** A detailed analysis of the contemporary fashion collections of some of the leading firms and designers reveals the links between two seemingly distant worlds such as the Middle Ages and the contemporary catwalk and visual culture. The comparative study between medieval religiosity and its expression from a profane approach in fashion, in haute couture, as well as in prêt-à-porter or ready-to-wear, will allow us to approach the use of gemmed crosses, reliquaries, Sacred Hearts, Arma Christi, etc., both in garments and in a wide selection of accessories. Added to this is the construction of the image of women as an object of worship-desire. A concept that, once again, has its roots in the medieval world, and in which we are presented with the personification of Nature as the embodiment of feminine essence and sexuality.

**Keywords:** fetishism - devotion - Middle Ages - fashion - haute couture - crux gemmata - reliquary - sacred heart - rose, cult.

**Resumo:** Uma análise detalhada das coleções de moda contemporânea de algumas das principais empresas e designers revela as ligações entre dois mundos aparentemente distantes, como a Idade Média e a passarela contemporânea e a cultura visual. O estudo comparativo entre a religiosidade medieval e sua expressão a partir de uma abordagem profana na moda, na alta costura, bem como no prêt-à-porter ou pronto-a-vestir, nos permitirá abordar o uso de cruces gemas, relicários, sagrados. Corações, arma Christi, etc., tanto em vestuários, quanto em uma ampla seleção de acessórios. Soma-se a isso a construção da imagem da mulher como objeto de culto-desejo. Um conceito que, mais uma

vez, tem as suas raízes no mundo medieval, e no qual nos é apresentada a personificação da Natureza como encarnação da essência e da sexualidade femininas.

**Palavras chave:** fetichismo - devoção - Idade Média - moda - alta costura - crux gemmata - relicário - sagrado coração - rosa - culto.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

---