

The Givenchiaga Family

Dossier de prensa

CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA

B

The Givenchiaga Family

Exposición
28.03.2026—22.02.2027

Hubert de Givenchy realizando una prueba en los salones de 3, Avenue Georges-V, 1961



© Tony Vaccaro / Tommy Vaccaro archives

The Givenchiaga Family

Siguen teniendo más cosas en común que diferencias, se parecen más entre ellos que a cualquier otro. Uno es mayor, el otro más joven: siguen siendo, sin lugar a dudas, la familia Givenchiaga.
—Katharine Whitehorn. *The Observer*, 1960

La periodista británica Katharine Whitehorn utilizó esta expresión para describir las conexiones estilísticas que percibía entre las colecciones presentadas por Cristóbal Balenciaga (1895-1972) y Hubert de Givenchy (1927-2018). En el mismo artículo afirmaba haber visto en ellas «los vestidos más bellos del mundo».

Esta afinidad creativa comenzó a gestarse tras el encuentro entre ambos diseñadores en 1953, en Nueva York, propiciado por la socialité chilena y gran cliente de la alta costura, Patricia López-Wilshaw. A partir de entonces se estableció entre ellos una relación singular basada en el respeto mutuo, la complicidad empresarial y una profunda amistad personal.

En lo creativo, sus colecciones, sobre todo desde 1956, trasmitían una aproximación formal común, el mismo espíritu innovador y una manera de entender la moda donde la belleza, la armonía y la elegancia eran valores supremos.

Balenciaga y Givenchy marcan las tendencias. Conoce a los hombres misteriosos de la alta costura parisina. Balenciaga y Givenchy crean estilos elegantes e impactantes y el resto de los diseñadores de moda los adaptan o los copian. La simplicidad atemporal de las líneas de ambos diseñadores es la clave de su poder.
—Gwen Cowley. *Star Weekly*, 1960

También compartieron estrategias de negocio, como presentar, a partir de 1956, los desfiles un mes después que el resto de Casas de Moda, proporcionar a la prensa sus propias fotografías y bocetos, presentar sus colecciones de verano conjuntamente en el hotel Ambassador de Nueva York, o situar sus negocios en la misma calle, desde 1959, con el establecimiento de GIVENCHY directamente frente a BALENCIAGA en el n.º 3 de la Avenue George V.

La admiración que Hubert de Givenchy sentía por Cristóbal Balenciaga, unida a su atención constante a los consejos del reservado —aunque profundamente pedagógico— maestro de la alta costura, lo convirtió en su discípulo más cercano sin haber trabajado nunca en su taller. Y así, cuando Balenciaga decidió retirarse en 1968 facilitó la transferencia de parte de su personal de confianza y de algunas de sus clientas más fieles a la *maison* Givenchy,

La exposición *The Givenchiaga Family* propone un diálogo entre las creaciones de ambos modistas para revelar las bases de esta afinidad creativa, las lecciones de estilo y técnica que Balenciaga transmitió y que Givenchy atesoró y desplegó con su propia visión, y que se basaban en una filosofía compartida de perfeccionamiento y lenta evolución.

La moda es continuidad. Haces una cosa y, la temporada siguiente, intentas mejorarla, perfeccionarla... No digo: «Este año seré joven o el año que viene mi colección parecerá más madura». Hago exactamente lo que me apetece hacer.
—Hubert De Givenchy. *Women's Wear Daily*, 1969

Al mismo tiempo, la muestra es también un homenaje a Hubert de Givenchy y a su destacado papel dentro de esta *familia Givenchiaga*: no sólo como diseñador excepcional, sino como custodio del legado de su amigo y mentor, Cristóbal Balenciaga.



© Tony Vaccaro/Tommy Vaccaro archives

Hubert de Givenchy en su estudio, 1961

La exposición

The Givenchiaga Family es un homenaje previo a la celebración del centenario del nacimiento de Hubert de Givenchy, el modista será reconocido con honores por muchas instituciones internacionales durante 2027. El museo de Getaria no quiere dejar de celebrar su figura y aporte al mundo de la creatividad y el diseño.
—Igor Uria, comisario de la muestra

La exposición forma parte de la línea «encuentros» que el museo viene trabajando en los últimos años dentro del programa de exposiciones temporales y al que dedica una de sus salas. Su objetivo es complementar la experiencia de visitar este museo de autor y conocer en profundidad la biografía y obra de Balenciaga, con la posibilidad de ampliar esta visión a través del diálogo con otros creadores y creadoras, otras disciplinas y otras colecciones.

En esta ocasión, Igor Uria, comisario y director de colecciones del museo, ha elegido compartir este encuentro con la obra de Hubert de Givenchy a modo de homenaje al que fuera renombrado creador de moda de alta costura, amigo de Cristóbal, e importante figura impulsora de la Fundación y el museo Balenciaga.

Se presentan 35 obras de ambos autores en una cronología que abarca desde 1956 hasta 1972, con una mayor representación de la obra «invitada» de Givenchy, ya que, tal y como señala Uria «la intención curatorial no es realizar una retrospectiva de Hubert de Givenchy, ni establecer una comparativa exhaustiva entre ambos, sino destacar vínculos y afinidades».

Así, las obras de Cristóbal Balenciaga —11 del total— que proceden de la colección del museo y de dos colecciones privadas de España e Italia, se han seleccionado con la intención de marcar, desde la perspectiva del modista del Getaria, las principales líneas de convergencia estilística entre ambos autores

Las 24 obras de Hubert de Givenchy, por su parte, proceden en su mayoría de los archivos de la marca en París con la adición de algunas significativas obras de la colección del Museo del Traje (Madrid). Su selección pretende reflejar la evolución de estas líneas estilísticas en Givenchy a lo largo del tiempo, así como otros vínculos comunes con el diseñador de Getaria en el terreno personal y profesional.

La muestra permanecerá abierta hasta el 22 de febrero de 2027, efeméride que marca el 100 aniversario del nacimiento de Hubert de Givenchy.

Inicios en la moda de Givenchy

Si no hubiera conocido a Balenciaga, quizá nunca habría descubierto la esencia de la moda. —Hubert de Givenchy, 2011

Hubert de Givenchy se instala en París en 1944 para estudiar en la Escuela de Bellas Artes y formarse en el oficio de la moda. Trabaja en los talleres de los reputados modistos Jacques Fath, Robert Piguet, Lucien Lelong y en la boutique de Elsa Schiaparelli, hasta abrir en 1952 la Maison Givenchy en el número 8 de la calle Alfred de Vigny.

Presenta su primera colección que denomina *Separates* fuera del calendario oficial de desfiles de la alta costura. En esta colección, que obtuvo un gran éxito de crítica, destaca la icónica blusa «Bettina», que él mismo consideraría su primer *best seller*.

Un año más tarde, en 1953, conoce a Cristóbal Balenciaga. Este encuentro supondrá un punto de inflexión en su carrera, siendo Balenciaga una de sus mayores fuentes de inspiración con influencia tanto en sus decisiones creativas como en las empresariales.

La exposición se hace eco de la forma en la que las revistas de moda acogieron las propuestas del entonces novel *couturier* a través de la presentación de editoriales, ilustraciones e imágenes de publicaciones históricas de 1952.

Asimismo, se recoge una serie de bocetos de los años 1952 y 1954 realizados por el gran ilustrador de moda Bernard Blossac (1917- 2002), que capturan el espíritu de estos comienzos de Givenchy, innovadores y algo transgresores, que le valieron el sobre calificativo de *Enfant terrible* de la moda.



© Givenchy, Paris

Bocetos de líneas saco y túnica, 1957

Estilos convergentes

París espera nuevas siluetas en Givenchy y Balenciaga. Es la pregunta del millón en el mundo de la moda este fin de semana: ¿ofrecerán los desfiles de Givenchy de hoy y de Balenciaga del martes las nuevas siluetas que el mundo de la moda aún no ha encontrado en las colecciones de París? —John Fairchild, *Women's Wear Daily*, 1960

Cristóbal Balenciaga trascendió la silueta dominante de mediados de los años 50 que inmortalizó el New Look de Dior, apostando por el volumen, la libertad del cuerpo y una aproximación arquitectónica a la prenda.

La austera elegancia de la túnica, la curvatura deliberada de las espaldas ablusadas, la geometría trapezoidal del vestido babydoll, la impecable sastrería de los trajes y abrigos, la riqueza de los bordados, la libertad de los envolventes y la arquitectura de las líneas depuradas y engañosamente simples de los vestidos de noche forman parte de esas valiosas lecciones, transmitidas por Balenciaga y atesoradas por Givenchy.

Todas surgen de una máxima esencial: comprender y amar el tejido, y en ellas subyace un anhelo de libertad e independencia, y la filosofía de perseguir una idea hasta lograr la perfección.

Givenchy las adapta y evoluciona en su propio estilo, posiblemente dirigido a una mujer distinta, más joven, pero con igual estatus social y el mismo aprecio por la belleza y la armonía que la clientela de Balenciaga.



© Givenchy, Paris

Givenchy Haute Couture
Febrero 1958, modelos 2240 y 2235

Las líneas revolucionarias: Túnica, Saco y Babydoll

La exposición se inicia con las interpretaciones que Givenchy realiza sobre las líneas revolucionarias que caracterizan la obra de Balenciaga: la túnica, el saco y el babydoll.

La túnica presentada por Cristóbal Balenciaga en febrero de 1955 fue considerada toda una revolución por la prensa de moda del momento. Compuesta de dos piezas, generaba una silueta esbelta, aparentemente cómoda y adaptada a una mujer moderna, a la par que reforzaba una gestualidad de elegancia y sofisticación.

Su influencia en otros diseñadores quedó patente en las siguientes colecciones. Hubert de Givenchy integró varias de las características de la línea túnica en los modelos de su colección, remarcando el eje de la silueta con la bajo falda que circunda las rodillas y propiciando libertad de movimiento en el cuerpo.

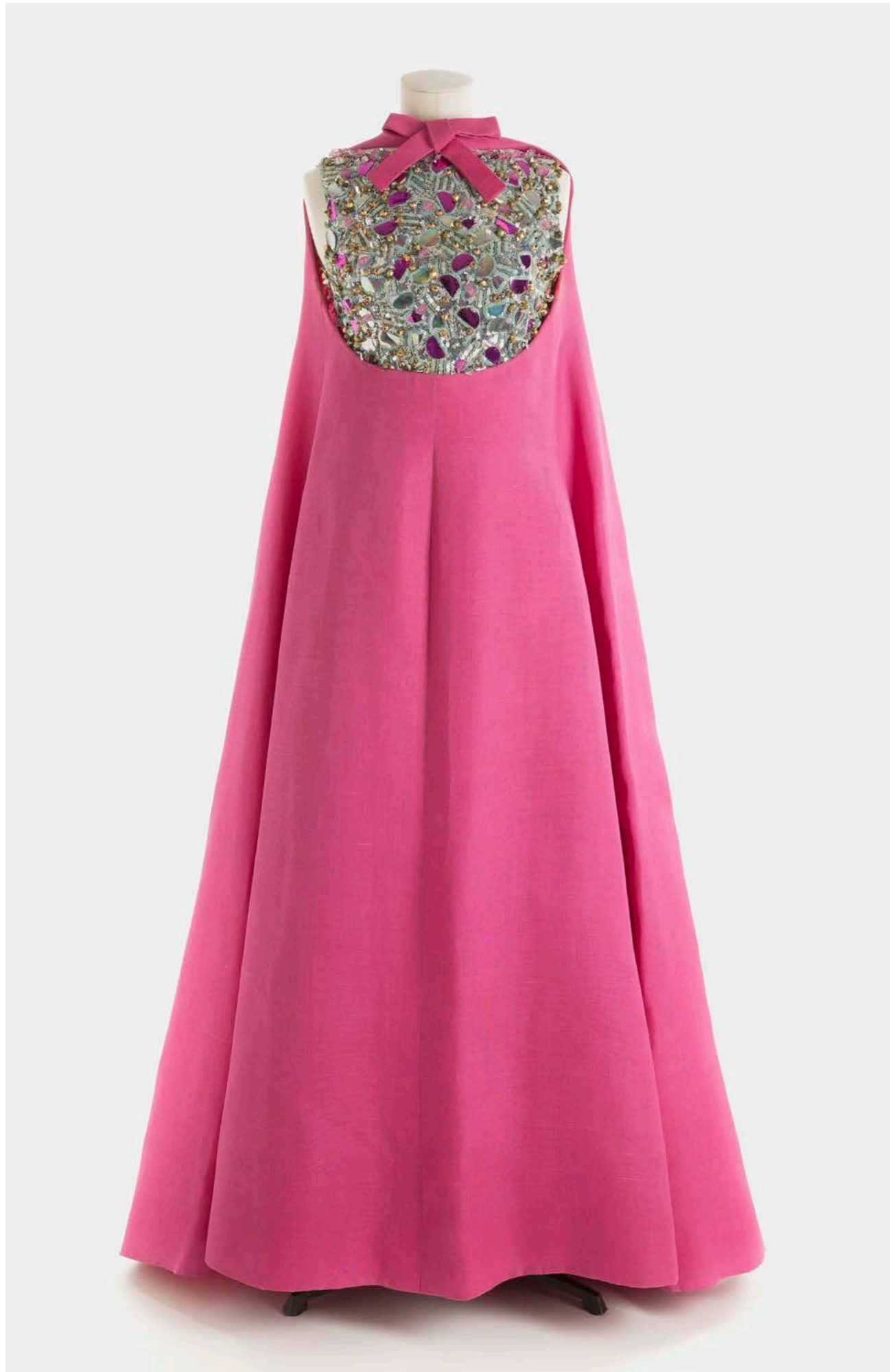
En las siguientes colecciones de Balenciaga, la repercusión del saco, introducido en 1957, fue innegable, siendo objeto de crítica, deseo y admiración simultáneamente. La silueta saco es envolvente y abstrae el cuerpo femenino al mismo tiempo que destaca la feminidad con sofisticación y refinamiento.

La propuesta de Givenchy muestra una visión más acorde con las nuevas generaciones al crear un modelo de día en tejido de punto que remarcaba el cuello y resultaba igualmente cómodo y elegante.

A partir de 1957, ambos creadores presentan modelos con una evidente asimetría en el bajo - que bascula alargando la parte trasera del bajo frente a la delantera en el caso de Balenciaga y se pronuncia de forma más acusada en Givenchy. Son los modelos que la prensa denominaría «cola de pavo real» y que se representan en la exposición.

Esta progresiva evolución de la silueta derivó en una serie de modelos controvertidos y admirados como el vestido «babydoll», del año 1958, en el que ambos diseñadores remarcaban la importancia del aire entre la silueta exterior y la interior.





© Givenchy, Paris

La importancia de la técnica

Esta revolución de la silueta se sustenta en un gran dominio técnico. Balenciaga es un maestro de la técnica y la sastrería (abrigos, trajes y chaquetas) es su laboratorio de experimentación.

La línea de los hombros, la manga, la espalda o el cuello que imprime en sus modelos tienen un estilo definido, un carácter Balenciaga. La prensa del momento hacía hincapié en que Hubert de Givenchy diseñaba y realizaba sus modelos en la tradición del maestro Balenciaga, manteniendo la mirada en los puntos claves para construir una silueta distintiva.

Durante la década de los años sesenta, la abstracción de la silueta femenina fue ganando presencia en las colecciones de ambos *couturiers*. Balenciaga potenciaba una sobriedad minimalista, casi escultural. Givenchy realizaba un diseño igualmente abstracto en el que predominaba la libertad de movimientos que demandaban las nuevas clientas de la alta costura.

Los envolventes y el corte al bias son imprescindibles en las elegantes siluetas de los vestidos de noche, bajo la riqueza de los tejidos se oculta un magistral conocimiento de la técnica y el corte.

Para ambos diseñadores la materia cobra gran importancia, «comprender y amar el tejido» es requisito imprescindible. «*Francs-tireurs de la mode, Givenchy et Balenciaga*», como los denominó la periodista Janie Samet, iluminaban y remarcaban, de manera estratégica, las creaciones de noche mediante exuberantes bordados, en los que la sofisticación de los motivos y materiales empleados por los *métier d'art* se hibridaron con las discretas y distinguidas siluetas presentadas por ambos.

Rachel «Bunny» Mellon, clienta y amiga común

Balenciaga y Givenchy forjaron un estrecho vínculo personal y profesional que les llevó a compartir clientas como Rachel «Bunny» Mellon, Patricia López Wilshaw, Audrey Hepburn, Teresa Berganza, Matilde Ucelay o Sonsoles Díez de Rivera, todas ellas clientas y amigas.

Rachel L. Mellon, conocida como «Bunny», fue una de las grandes damas de la burguesía norteamericana del siglo XX. Filántropa, coleccionista de arte, diseñadora de jardines (incluyendo los de la Casa Blanca), amiga personal de la familia Kennedy, y esposa del gran mecenas Paul Mellon, constituye el arquetipo de la adinerada, sensible y exclusiva clienta del modisto.

Bunny fue una de las clientas más fieles de Balenciaga y, posteriormente, de Givenchy. Cuando Balenciaga decidió cerrar su casa de alta costura, en un gesto de generosidad habitual en él, presentó personalmente a Mellon y Givenchy. A partir de ese momento comenzó una relación que se prolongaría durante décadas. Más que una clienta, Mellon fue para Givenchy una gran amiga. Compartían una profunda pasión por el arte contemporáneo, la arquitectura y el paisajismo. Gracias a ella, el diseñador francés entró en contacto con coleccionistas, galeristas y artistas de vanguardia.

El propio Givenchy, en declaraciones a *Women's Wear Daily*, describió la personalidad de Rachel L. Mellon: «En cuanto Cristóbal me la presentó, enseguida conectamos y admiré inmediatamente su cultura, su imaginación y la creatividad que caracteriza cada uno de sus gestos. Bunny está a años luz de esas mujeres ricas y ociosas del mundo que siempre he evitado. Su conversación y su profundo conocimiento de la pintura moderna son extremadamente motivadores. Compartimos tantas afinidades. Además, con Bunny todo se convierte en un juego y nuestra relación es deliciosamente lúdica».

La colección de Rachel L. Mellon, legada al Museo Cristóbal Balenciaga en 2014 y compuesta por más de 600 referencias, fue la base de una exposición comisariada por el propio Hubert de Givenchy en 2017 y producida por el museo de Getaria.

En *The Givenchiaga Family* están presentes varias obras que pertenecieron a Mrs. Mellon, tanto realizadas por Balenciaga como por Givenchy y alguna realizada por ambos. Es el caso del modelo 10 de la colección de 1968 de Balenciaga, confeccionado por la casa de Givenchy en 1969 para Mrs. Mellon, en el taller de Mme. Felisa, dando testimonio del traspaso literal de clienta, première de atelier e incluso patrón, de una a otra empresa.



Audrey Hepburn, la musa de Givenchy

La relación entre Hubert de Givenchy y Audrey Hepburn constituye una de las colaboraciones más emblemáticas entre la moda y el cine en el siglo XX.

Se conocieron en 1953 cuando la joven actriz visitó el atelier parisino de Givenchy en busca de vestuario para su nueva película, *Sabrina*, dirigida por Billy Wilder.

El éxito de *Sabrina* consolidó la imagen pública de la actriz como símbolo de elegancia moderna y marcó el inicio de una colaboración creativa que se prolongaría durante décadas.

A lo largo de su carrera, Hepburn vistió creaciones de Givenchy tanto dentro como fuera de la pantalla y Givenchy diseñó para Audrey varios vestidos que se convertirían en piezas icónicas del cine y de la moda.

En la exposición están presentes dos vestidos icónicos de la actriz: el vestido en lucido por Audrey Hepburn en la película de Billy Wilder *Romance al atardecer* de 1956 y el modelo *little black dress* que aparece en la escena inicial de *Desayuno con diamantes*, convertido desde entonces en un icono universal de estilo y que pertenece a la colección del Museo del Traje de Madrid.

Más allá de la relación profesional, ambos compartieron una amistad profunda basada en la admiración mutua y en una sensibilidad estética común. Hepburn se convirtió en la musa del diseñador y en la embajadora más visible de su estilo, mientras que Givenchy encontró en ella la encarnación perfecta de la mujer para la que diseñaba.

Audrey Hepburn en *Desayuno con diamantes*, 1961



Las editoras de moda, prescriptoras de un estilo común

Las influyentes editoras de moda Carmel Snow, Madame Bousquet, Diana Vreeland o Bettina Ballard se convirtieron en aliadas y mediadoras de estilo para ambos diseñadores. Fascinadas primero por las creaciones de Cristóbal Balenciaga vieron, después, en Hubert de Givenchy a un digno sucesor.

Estas mujeres desempeñaron un papel decisivo como mediadoras entre la alta costura y el público, interpretando las nuevas propuestas de los diseñadores y contribuyendo a definir el gusto de toda una época.

Sus páginas en las revistas Vogue, Harper's Bazaar y Femme Chic, entre otras, no sólo documentaron las transformaciones de la silueta femenina, sino que contribuyeron activamente a construir la imagen pública de ambos diseñadores y a consolidar el concepto de la «familia Givenchiaga».

Hubert de Givenchy presentando su colección, en noviembre de 1955, ante las redactoras de moda Carmel Snow y Marie-Louise Bousquet



Francois Pages/Paris Match © Getty Images

Hubert de Givenchy, custodio del legado Balenciaga

Balenciaga era mi religión. Está Balenciaga y el buen Dios.
—Hubert de Givenchy, *Women's Wear Daily*, 2007

Tras el fallecimiento de Balenciaga, Hubert de Givenchy presenta su colección de verano de 1972 en homenaje a su amigo y mentor, algunos de cuyos modelos están presentes en esta exposición. A lo largo de su vida y en cuantas entrevistas y declaraciones hizo públicas, Givenchy siempre se refirió a Balenciaga con el máximo respeto y admiración y hasta el final de su vida trabajó por conservar vivo el legado del maestro de la alta costura, siendo uno de los principales promotores y del Museo Cristobal Balenciaga.

Hubert de Givenchy reunió una importante colección personal de piezas diseñadas por Balenciaga. Más que un gesto de coleccionismo, esta labor respondía a un propósito claro: salvaguardar testimonios materiales de la obra del diseñador y evitar que se dispersaran o desaparecieran con el paso del tiempo. Para Givenchy, estas prendas constituían auténticos documentos de la historia de la moda y ejemplos insustituibles del rigor técnico y la innovación formal que caracterizaron la obra de Balenciaga.

Este compromiso culminó con su participación decisiva en la creación de la Fundación Cristóbal Balenciaga, impulsada con el objetivo de estudiar, preservar y difundir la obra del diseñador, y que culminó con la inauguración del museo en 2011. A este museo donó su colección de piezas de indumentaria de Balenciaga y su colección de revistas históricas de moda, 450 referencias en total que hoy custodia el centro museístico. Entre ellas el vestido de noche en gros de Nápoles amarillo con bordado floral en chenilla de 1960, que fue un regalo del propio Cristóbal a Hubert de Givenchy por su cumpleaños.

Hasta su fallecimiento en 2018, Givenchy continuó apoyando activamente las iniciativas del museo y participando en proyectos expositivos dedicados a la obra de su amigo y mentor, reafirmando así una lealtad que trascendió el tiempo y que hoy forma parte esencial de la historia de la moda.

Biografía

1927-1952 Hubert James Taffin de Givenchy nace el 20 de febrero de 1927 en Beauvais, Francia. En 1944 se traslada a París para estudiar en la Escuela de Bellas Artes y formarse en el mundo de la moda.

Durante estos años trabaja en los talleres de Jacques Fath, Robert Piguet y Lucien Lelong, antes de convertirse en director creativo de la boutique de Elsa Schiaparelli. En 1952 funda su propia casa de alta costura en el número 8 de la rue Alfred de Vigny.

Su primera colección, titulada «Separates», presentada fuera del calendario oficial, obtiene un inmediato reconocimiento de la crítica. Entre sus piezas destaca la icónica blusa «Bettina», considerada su primer gran éxito comercial.

1953-1971 En 1953 conoce a Cristóbal Balenciaga en Nueva York, encuentro que marcará profundamente su carrera.

Un año más tarde Audrey Hepburn visita su taller para solicitar el vestuario de la película *Sabrina* de Billy Wilder. Este será el comienzo de una relación creativa y personal que convertirá a la actriz en su musa.

En 1957 lanza los perfumes «De» y «L'Interdit», este último dedicado a Audrey Hepburn.

En 1968 Balenciaga le presenta a su amiga y cliente Rachel «Bunny» Mellon, con quien Givenchy mantendrá una relación de amistad y colaboración durante décadas.

1972-2018 Tras la muerte de Balenciaga en 1972 presenta su colección «Hommage à Balenciaga».

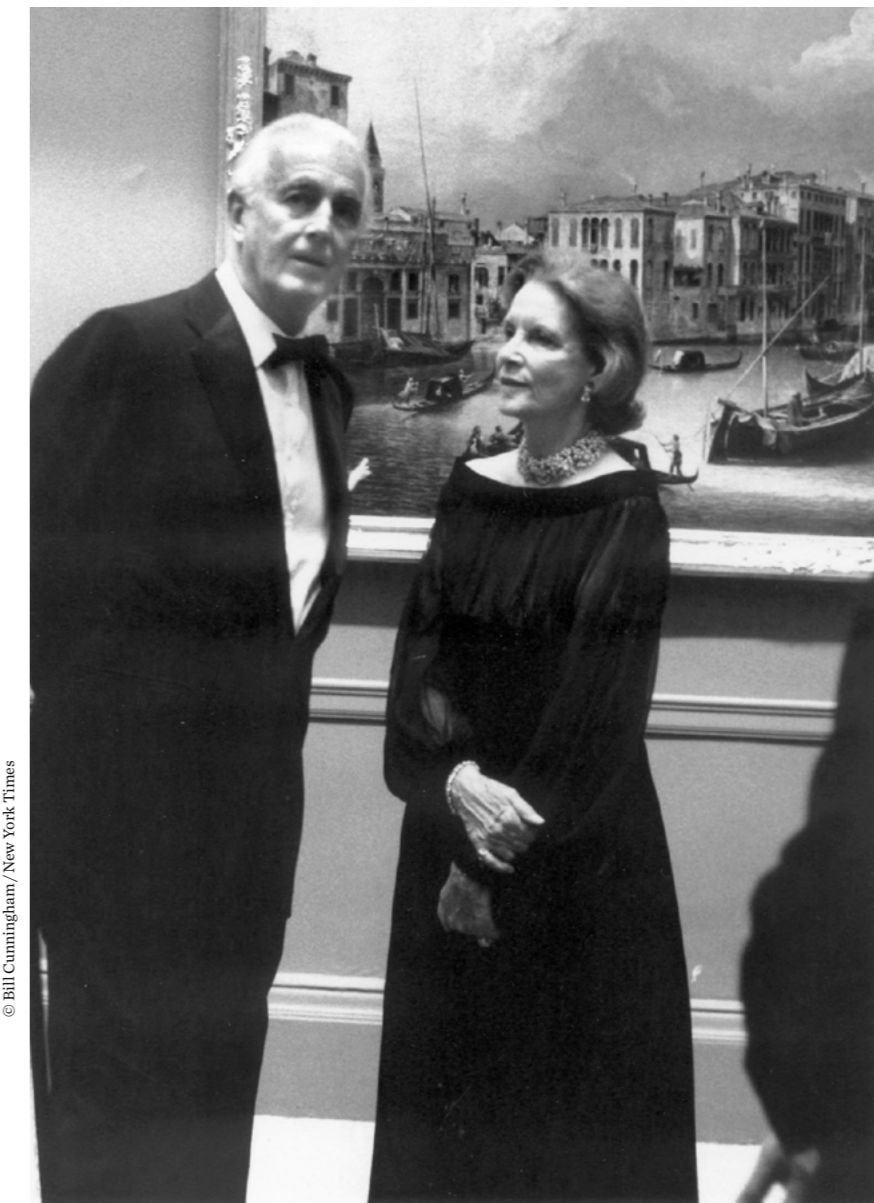
A partir de la década de 1980 recibe numerosos reconocimientos internacionales, entre ellos la exposición retrospectiva que el Fashion Institute of Technology de Nueva York le dedica en 1982.

En 1988 vende la marca Givenchy al grupo LVMH, aunque continúa como director creativo hasta su retirada en 1995.

En los años posteriores intensifica su labor como conservador del legado de Balenciaga y participa activamente en proyectos museísticos y exposiciones internacionales.

Fallece el 10 de marzo de 2018 en Neuilly-sur-Seine.

Hubert de Givenchy, junto a Mrs. Rachel L. Mellon, en la National Gallery, 1983



Cristóbal Balenciaga Museoa

El Museo Cristóbal Balenciaga, inaugurado el 7 de junio de 2011, está situado en Getaria, villa natal del modisto y escenario de sus años de formación y maduración profesional, esenciales para entender su aportación al mundo de la moda.

Con el fin de dar a conocer la vida y obra de Balenciaga, su relevancia en la historia de la moda y el diseño, y la contemporaneidad de su legado, el Museo atesora una colección única. Su amplitud —más de 5.100 piezas de un conjunto que sigue en aumento gracias a depósitos y donaciones— y su extensión formal y cronológica —incluye, por ejemplo, los modelos más tempranos que se conservan del diseñador— convierten esta colección en una de las más completas, coherentes e interesantes.

Otro valor excepcional de la colección reside en la procedencia de las piezas. No en vano las grandes clientes internacionales de Balenciaga eran prominentes figuras sociales en las décadas centrales del siglo XX: Mona Von Bismarck, Rachel L. Mellon, Patricia López Wilshaw, Barbara Hutton, Lilian Baels, Grace Kelly o Madame Bricard vistieron algunos de los modelos que se custodian en los Archivos.



© Cristóbal Balenciaga Museoa / Manuel Ojutumuro

Zuriñe Abasolo Izarra
Responsable de Comunicación

zurine.abasolo@fbalenciaga.com

T +34 943 004 777

M +34 647 410 775

Aldamar Parkea 6
20808 Getaria
T +34 943 008 840
info@crislobalbalenciagamuseoa.com
www.crislobalbalenciagamuseoa.com

B

CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA

