

Zeitschrift: Textiles suizos [Edición español]
Herausgeber: Oficina Suiza de Expansión Comercial
Band: - (1959)
Heft: 4

Artikel: Carta de Nueva York
Autor: Chambrier, Thérèse de
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-797117>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

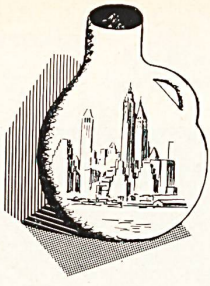
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 04.04.2025

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



Carta de Nueva York

Todos los años, al llegar la primavera y el otoño, una multitud de peritos americanos de la moda y de los textiles realizan un viaje de ida y vuelta desde Nueva York a Europa para informarse de las tendencias de la moda en París o en Roma, de los tejidos creados en los centros textiles de Suiza, Austria y el Reino Unido. El motivo primordial de semejante éxodo consiste en la busca, también puede decirse en la «caza» de ideas nuevas; a pesar de que los creadores americanos han demostrado sus capacidades en cuanto a los modelos deportivos y juveniles, de un estilo tan nitidamente definido.

Lo mismo que las aves emprenden su viaje migratorio y remontan el vuelo el momento determinado por la naturaleza para dirigirse a nuevas regiones donde abastecerse, los compradores, los modelistas de las casas de modas, los productores de tejidos y de prendas confeccionadas americanos se aventuran cada vez que cambia la estación hacia las regiones más productivas de la vieja Europa, atraídos por la abundancia inagotable de ideas creadoras que todavía surgen de esos manantiales desbordantes que son París, Viena y Roma, de los centros textiles diseminados por Suiza y otros países.

Estos viajes por Europa siempre resultan productivos para los compradores y los expertos que visitan sucesivamente docenas de ferias comerciales, nacionales o internacionales, numerosas fábricas e innumerables almacenes y tiendas hacia los cuales se sienten atraídos por la esperanza de descubrir el dibujo inédito, la idea original que constituirá el éxito de la temporada para la casa norteamericana y el centro de giro de los desarrollos sensacionales de la producción y de la venta de decenas de miles de yardas.

Y, cuando estos viajeros apresurados vuelven a América ¿traerán consigo lo que buscaban? — ¿Habrán sido fructífera esa caza de novedades? — En muchos casos, sí. — En otros muchos casos, no. — El número de estos exploradores que desborda sobre Europa es cada año mayor y precisamente eso es lo que impide la explotación fructífera de los hallazgos hechos en Europa. Puede ocurrir que dos competidores americanos se lancen sobre el mismo descubrimiento y, con ello, anulen el efecto de sorpresa que ambos intentaban alcanzar.

Por otra parte, los modelos y los tejidos exhibidos en una gran feria internacional por los fabricantes europeos representan indudablemente una excelente selección de sus mejores productos; pero, por ser públicas esas exposiciones, todo el mundo puede aprovecharse de ellas y explotar las ideas interesantes. Pero, por eso mismo, las casas de textiles prevenidas conservan sin exhibirlo un surtido exclusivo de su producción, reservándole para que sus mejores clientes puedan elegir a su gusto, lo mismo en Francia que en Norteamérica. En lo que se refiere a los tejidos finos de algodón y a los bordados de San Galo, a las sedas de Zurich, a los artículos de calcetería y a las demás especialidades suizas conocidas, en las ferias internacionales o locales se exhibe indudablemente lo mejor en cuanto a la calidad, pero lo más selecto de los dibujos y de los inventos inéditos permanecerá conservado como un secreto hermético, «top secret», y reservado para los modistas y los fabricantes de confección de primera clase, frecuentemente dos años antes de que llegue a la vista del público.

Además, las industrias textiles suizas no exponen con gusto sus especialidades a que sean copiadas, a la difusión en grandes cantidades, y, para conservar su prestigio en cuanto a la calidad, prefieren los pedidos menos enormes pero que no estén sometidos a las exigencias de los plazos de entrega usitados en América y que no siempre son compatibles con el sistema de producción suizo.

Renunciando a esa carrera, a veces desenfrenada, en busca de la novedad y economizando los gastos inverosímiles que acarrea todo viaje a Europa, un comprador neoyorquino debidamente prevenido podrá, en ciertos casos, evitar muchos sinsabores, buscando con calma desde el fondo de su despacho y armado tan sólo de su saber y de su teléfono, logrará encontrar en Nueva York mismo excelentes fuentes de ideas aún no explotadas. Preservadas de la vulgarización por el secreto que los rodea y por su recentísimo nacimiento, podrá descubrir tejidos espléndidos y bordados de una delicadeza increíble, telas de algodón labradas y aprestadas con gran arte, todo ello disponible a unas cuantas manzanas de distancia de los mejores obradores de costura neoyorquinos. Basta tan sólo recordarlo oportunamente. Los compradores, peritos en cuestiones de la moda que deseen encontrar algo verdaderamente interesante, no tienen más que ir a Broadway y a las calles circunvecinas y visitar las admirables colecciones que los aviones de la Swissair traen rápidamente desde Suiza a los representantes estadounidenses de las fábricas suizas.

Así pues, bien puede decirse que existe la ocasión para experimentar sin gastos ni fatigas el asombro que producen los descubrimientos maravillosos. En una oficina de un edificio comercial cualquiera, encontraréis uno de los representantes de textiles de fabricación suiza. Lo mismo si se trata de bordados o de tejidos que de géneros de punto y malla o de otras especialidades, después de haberos presentado la buena producción clásica, el representante en cuestión, si sabéis despertar su confianza, os abrirá algún cajón medio escondido del que sacará precisamente la idea, la exclusividad, la novedad que os parecía posible no poder encontrar más que en Europa y tan sólo al cabo de una prolongada búsqueda.

Por eso, antes de embarcaros para puntos de destino célebres y lejanos, pensad, señores compradores, en todas las posibilidades que tenéis al alcance de la mano, en Nueva York mismo, para descubrir a dos pasos quizás de vuestro despacho todo lo que la moda puede exigir de más nuevo y más ingenioso.

Esto no tiene nada de maravilloso. — En efecto ¿a quién está destinada la quinta esencia de la producción suiza? — ante todo, a la «alta costura» parisiense, a la de las capitales de la moda, a la alta confección americana y a las mejores casas especializadas de todas las ciudades de América, para las cuales sigue siendo Nueva York el principal centro de distribución.

Por consiguiente, es muy natural que se pueda encontrar las mejores probabilidades de descubrir, lo que otros van a buscar muy lejos, en casa de los representantes neoyorquinos de los fabricantes de textiles suizos, o sea, el modelo inédito, el dibujo original, el último grito de la fantasía en cuanto a tejidos, géneros de punto o acabados.

Thérèse de Chambrier