

INDUMENTA REVISTA MUSEO DEL TRAJE

01 / 2008



INDUMENTA
Revista
del Museo del Traje
01 / 2008



MINISTERIO DE CULTURA

Edita:

© SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
Subdirección General
de Publicaciones, Información y Documentación

© De los textos y fotografías, sus autores

NIPO: 551-08-071-0

ISSN: 1888-4555

Depósito legal: M-48.145-2007

Imprime: Artes Gráficas PALERMO, S.L.



César Antonio Molina
Ministro de Cultura

María Dolores Carrión Martín
Subsecretaria de Cultura

José Jiménez
Director General de Bellas Artes y Bienes Culturales

Consejo de redacción

Andrés Carretero Pérez
Carmen Pérez de Andrés
Concha Herranz Rodríguez
Concha García-Hoz Rosales
Mara Canela Fraile

Coordinación

Rodrigo de la Fuente
Natalia Jiménez López
Pepa Pacheco

Corrección y Maquetación

Ormobook

Corrección de textos

Ana Guerrero Melguizo

Fotografías del Museo del Traje

Lucía Ybarra Zubiaga
David Serrano Pascual
Leticia Felgueroso
Munio Rodil

Información e intercambio

Museo del Traje. CIPE
Avda. Juan de Herrera, 2
28040 Madrid
Tel.: 91 550 47 00
Fax: 91 544 69 70
<http://museodeltraje.mcu.es>
biblioteca.mt@mcu.es

	Pg.
Óbito y transfiguración de la Alta Costura	9
The demise and transfiguration of Haute Couture	
<i>Pablo Pena González</i>	
Alta Costura, costura de altura en los años 50	23
Haute Couture, high fashion in the 50s	
<i>Mercedes Pasalodos Salgado</i>	
La obra de Jesús del Pozo	49
The work of Jesús del Pozo	
<i>Luis Casablanca Migueles</i>	
Flora Villarreal y su contribución a la moda española	59
Flora Villarreal and her contribution to Spanish fashion	
<i>Concha Herranz e Irene Seco</i>	
Trajes seculares. El traje femenino del valle de Ansó y la formación de los modelos de indumentaria popular	85
Age-old costumes. Women's costumes in the Ansó valley and the creation of models of popular attire	
<i>Irene Seco Serra</i>	
Las hebillas, joyas olvidadas	105
Buckles, forgotten jewels	
<i>M^a Antonia Herradón Figueroa</i>	
¿Cómo T vistes, cómo T ves? Los jóvenes en el Museo del Traje. CIPE	127
How do U dress, how do U see yourself? Young people in the Museo del Traje. CIPE	
<i>Inmaculada Ledesma Cid</i>	
Desinsectación por anoxia de las colecciones del Museo del Traje. CIPE	147
Insect extermination by anoxia in the collections of the Museo del Traje. CIPE	
<i>Silvia Montero Redondo</i>	
Museo del Traje 2004-2007. Indicadores de actividad	167
Museo del Traje 2004-2007. Activity indicators	
Curricula	189

Pablo Pena González
Doctor of Art History,
Professor of Design History
for the Region of Madrid
pablopenamadrid@hotmail.com

The demise and transfiguration of Haute Couture

ABSTRACT: Contrary to the prediction of Yves Saint-Laurent, Haute Couture has not died. After two decades of death throes, breathing tubes still pump life through its veins to ensure that it continues to lead luxury market advertising. Of course, this is not the state we fashion professionals, whether designers or writers, would wish for, nor do we approve of the postmodern direction that recent Haute Couture has taken, which is progressively sully rather than glorifying the profession of fashion designers. This article offers numbers, statements and reflections made by the protagonists of Parisian couture, enough to certify the debacle of the last aristocratic art in history. The text aims to prove that its aristocratic essence became the pathogen of its misfortune (democracy despises symbols of ostentation and Haute Couture is the most conspicuous of all) and that Haute Couture signed its own death sentence the day it dissociated itself from "Haute Culture."

KEYWORDS: Haute Couture, contemporary fashion, French fashion.

Couture – more haughty than haute

In fashion jargon, couture and prêt-à-porter are not the same. We use the term prêt-à-porter to refer to industrial clothing manufacture, while couture alludes to predominantly hand-tailored clothing. In short, couture is a craft and

prêt-à-porter is an industry. This article does not address the necessary, eternal and universal profession of tailoring, but rather the Parisian institution that, one day in its youth, looked in the mirror and said, "I am *haute*." And since this article may be of interest to people outside the industry, I will begin by explaining what "haute" means as applied to couture.

a. "Haute" means "expensive." Haute literally means "high" and, if we analyse it semantically, couture cannot be high any more than it could be fat. The epithet "high" was appended in a metaphorical sense, and I think this was done to mask its gory significance: high means expensive. But we do not call it Expensive Couture because it sounds too businesslike. The difficult part is determining when couture is onerous enough to be considered haute. The question is relevant, but fashion houses remain silent in embarrassment when it is put to them. In 1970, an unadorned garment was going for a minimum of 10,000 euros;¹ according to the economist Bernard Girard, in the 21st century this number may be four or five times higher.² However, the prices are not regulated by the *Chambre Syndicale de la Haute Couture* (Trade Union of Haute Couture). Didier Grumbach, president of the *Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode* (French Federation of Couture, Prêt-à-Porter Couturiers and Fashion Designers), stated in 2004 that Haute Couture had become more accessible than ever

¹ As quoted by the journalist Corinne Jeammet. Unless otherwise indicated, all quotes appearing in the article are taken from the report by JEAMMET, C. *Une appellation réduite à 11 maisons*. Paris: Culture et Loisirs, 2007. Available online: <<http://culture.france2.fr/mode/defiles-parisiens/103405fr.php?page=accueil>>. It includes the following articles: *Les membres invités et correspondants*; *De 106 à 11 maisons de Haute Couture en 2008*; *Des critères d'obtention plus simples*; *Quel avenir pour la Haute Couture?*; *La Haute Couture a changé de positionnement (Entrevista a Didier Grumbach)*; *Entre Haute Couture et prêt-à-porter*; *La Haute Couture est un rêve honoreux*; *Des maisons et des groupes*. Also available online: <<http://culture.france2.fr/mode/defiles-parisiens/103405-fr.php?page=1to8>>.

² GIRARD, B. *L'industrie du luxe et la Haute Couture après le départ d'Yves Saint-Laurent*, 2004. Available online: <<http://www.bernardgirard.com/BernardGirard/aligre/couture.html>>.

Óbito y transfiguración de la Alta Costura

Pablo Pena González
Doctor en Historia del Arte.
Profesor de Historia del Diseño
de la Comunidad de Madrid
pablopenamadrid@hotmail.com

RESUMEN: No ha muerto la Alta Costura en contra de la previsión de Yves Saint-Laurent. Después de dos décadas de agonía, palpita todavía conectada a tubos de oxigenación para que continúe liderando la publicidad del mercado del lujo. No es, desde luego, el estado que le deseáramos la gente de la moda, seamos modistas o escritores, ni aprobamos esa deriva postmoderna de la última Alta Costura que en vez de ensalzar la profesión del costurero la enloda progresivamente. Este artículo recoge números, declaraciones y reflexiones de los protagonistas de la costura parisina, suficientes para certificar la debacle del último arte aristocrático de la Historia. Trataremos de demostrar que su esencia aristocrática se convirtió en patógeno de su fatalidad (la democracia abomina de los símbolos de ostentación y la Alta Costura es el más conspicuo) y también que la Alta Costura firmó su sentencia el día que se disoció de la Alta Cultura.

PALABRAS CLAVE: Alta Costura, moda contemporánea, moda francesa.

Costura más que alta, altiva

En la jerga del vestir, costura y confección no son lo mismo. Reservamos el término confección para referirnos a la confección industrial, y costura para aludir a la confección predominantemente manual. En suma, la costura es una artesanía y la confección una industria. Este artículo no versa sobre el oficio de la costura, necesario, eterno y universal, sino sobre esa

institución parisina que un día de juventud se miró al espejo y se dijo: "soy alta". Y como es posible que este artículo interese a una persona ajena al gremio, comenzaré por explicar qué significa "alta" en una costura.

a. "Alta" significa "cara". Si nos atenemos a la semántica, la costura no puede ser alta como no puede ser gorda. El epíteto "alta" se adjunta con sentido metafórico, y yo creo que lo hace para soslayar su cruento significado: alta significa cara. Pero no decimos la Cara Costura porque suena a negocio... Más difícil es saber cuándo la costura es lo bastante onerosa para ser considerada alta. La pregunta es pertinente, pero las casas de costura enmudecen avergonzadas cuando se la formulan. En 1970 se barajaba la cifra mínima de 10.000 euros para una prenda de vestir desornamentada¹; según el economista Bernard Girard, en el siglo XXI esa cifra puede haberse multiplicado por cuatro o por cinco². No obstante, los precios no están regulados por la Cámara Sindical de la Alta Costura. Didier Grumbach, presidente de la Federación Francesa de la Costura y la Confección, afirmaba en 2004 que la Alta Costura se había vuelto más asequible que nunca porque ahora los vestidos ya no se recargan necesariamente de plumas, pedrerías y bordados; y añadía que Dominique Sirop, una "alta-costurera", restringía los precios para equiparlos a los de la confección de alto nivel³. Para que se hagan una idea, una chaqueta de confección de Chanel no suele superar los 4.000 euros.

b. "Alta" significa "oficial". En Francia, el marchamo *Haute Couture* lo otorga el

¹ Según la periodista Corinne Jeammet. Salvo que se indique lo contrario, todas las declaraciones que aparecen en el artículo proceden del reportaje de JEAMMET, C. *Une appellation réduite à 11 maisons*. París: Culture et Loisirs, 2007. Disponible en Internet: <<http://culture.france2.fr/mode/defiles-parisiens/103405-fr.php?page=accueil>>. Comprende también los siguientes artículos: *Les membres invités et correspondants; De 106 à 11 maisons de Haute Couture en 2008; Des critères d'obtention plus simples; Quel avenir pour la Haute Couture?; La Haute Couture a changé de positionnement (Entrevista a Didier Grumbach); Entre Haute Couture et prêt-à-porter; La Haute Couture est un rêve honoreux; Des maisons et des groupes*. Disponibles también en Internet: <<http://culture.france2.fr/mode/defiles-parisiens/103405-fr.php?page=1> a 8>.

² GIRARD, B. *L'industrie du luxe et la Haute Couture après le départ d'Yves Saint-Laurent*, 2004. Disponible en Internet: <<http://www.bernardgirard.com/BernardGirard/aligre/couture.html>>.

³ Véase nota 1.

because now dresses are not necessarily adorned with feathers, precious stones and embroidery. He added that Dominique Sirop, a “haute-couturier”, limited prices to make them comparable with the cost of top-of-the-range prêt-à-porter clothing.³ To give you an idea, a prêt-à-porter jacket by Chanel usually costs less than 4,000 euros.

b. “Haute” means “official.” In France, the *Haute Couture* label is granted by the Ministry of Economy, Finance and Industry through the *Chambre Syndicale de la Haute Couture*. This union is the institution responsible for assessing and evaluating your company and certifying before the Ministry that it meets the prescribed standards. Consequently, in France couture is haute when the union says so—and therefore the adjective “haute” also means “official.”

Yet, who really cares what a French trade union says? Do you know, for example, who couldn’t care less? Balenciaga. He was repeatedly invited to join the sect of haute couturiers. Naturally! Balenciaga was the most prestigious, most admired designer, the Bodhisattva of elegance and the man who taught Courrèges, Ungaro and Givenchy, all renowned designers; he also created the most expensive and exclusive outfits in Paris. Cristóbal Balenciaga must have thought the *Haute Couture* label was for those in need of recognition – something he already had in abundance.

c. “Haute” means “artistic.” To explain this, we must provide some historical background. Fashion history identifies Charles Frederick Worth (1825-1895) as the founder of Haute Couture, the man who turned a craft into an art form and invented catwalks as a showcasing system. Let’s go step by step:

c1. In the 19th century, the form of dresses was determined by three equally important factors: dialogue with the designer, models in women’s publications and the ideas and aspirations of the female clients. However, Worth made a name for himself as an artist precisely because he worked following his own imagination, his own criteria, and he designed his dress collections before they were even ordered. In other words, Worth was the first designer who was able to work like a contemporary artist, which involves the creation

of prototypes before any orders are placed. We must remember that, from Michelangelo to Tiepolo, artists primarily painted commissions; it was not until the 19th century that painting salons were opened in which artists could display proposals born of their own creative instincts and preoccupations, or of their ability to predict what would sell. Worth was the first among fashion designers to assume this role of the contemporary artist.

c2. Did we say salons? Following the example of painters, Worth came up with a salon to display his creations. Since clothing is not best viewed on the hanger, he invented catwalk shows with models, which have since become the quintessential showcases of fashion.

Let’s draw some conclusions. If you design before selling, if you force yourself to hit the bull’s-eye before shooting, you have to come up with a recognisable style to back up your novelties and a prestige that makes them desirable. With Worth, the craftsman tailor became an artistic couturier, and through him fashion was elevated to an art form. Since that time, we can also say that couture is haute when, ideally, it is glorified and endowed with “artisticness” by a designer who is touted as an artistic genius. Worth and his heirs were also responsible for founding the *Chambre Syndicale de la Haute Couture pour Mesdames et Mademoiselles*, which was originally intended to pursue espionage and copies.

d. “Haute” means “Parisian.” Until 2001 the *Chambre* standards also demanded that associated fashion houses be located in Paris as a reminder of the geographic origin of the phenomenon. Not even a house in Marseille or Biarritz could be granted the *Haute Couture* distinction.

“Moribundia” of Haute Couture

In the year 1968, Yves Saint-Laurent dramatically announced the death of Haute Couture. Balenciaga, spiritual mentor of the brilliant artisans, closed his house in 1969. Since then, the signs of misfortune hovering over the Grande Dame of fashion have multiplied.

a. *Obituaries*. The sociologist Gilles Lipovetsky believes that Haute Couture is finished and calls it “centenarian fash-

³ See endnote 1.

Ministerio de Economía, Finanzas e Industria a través de la Cámara Sindical de la Alta Costura. La Cámara es la institución encargada de estudiar y evaluar tu empresa y certificar al Ministerio que cumple con la normativa prescrita. Así, en Francia, la costura es alta cuando la Cámara así la reconoce; de modo que el adjetivo “alta” significa también “oficial”.

Pero, ¿a quién le importa lo que diga una cámara sindical francesa? ¿Saben, por ejemplo, a quién le importaba un bledo? A Balenciaga. Fue invitado reiteradamente a integrarse en la secta de los altos costureros. ¡Cómo no! Balenciaga era el diseñador más prestigioso, el más admirado, el *bodisatva* de la elegancia y el profesor de Courrèges, Ungaro y Givenchy, todos ellos diseñadores reputados; además producía los trajes más caros y exclusivos de París. Pensaría don Cristóbal que el marchamo *Haute Couture* debía ser para quienes necesitaran reconocimiento; que a él le sobraba.

c. “Alta” significa “artística”. Para explicarlo debemos hacer un poco de historia. La de la moda conviene en señalar a Charles Frederick Worth (1825-1895) como fundador de la Alta Costura, aquel que sublimó la artesanía en arte e ideó las pasarelas como sistema de exhibición. Vayamos por partes:

c1. En el siglo XIX la forma de los vestidos surgía a partes iguales del diálogo con la modista, los figurines de la prensa femenina y las ideas y aspiraciones de las clientas. Por el contrario, Worth consiguió labrarse un nombre como artista precisamente porque actuaba siguiendo su propia imaginación, su propio criterio, e ideaba sus colecciones de vestidos antes de que fueran encargados. Es decir, Worth fue el primer modista que logró trabajar como un artista contemporáneo, y esto supone la creación de prototipos antes de que se efectúe encargo alguno. Recordemos que, desde Miguel Ángel hasta Tiépolo, los artistas pintaban fundamentalmente encargos; sólo en el siglo XIX se abren salones de pintura donde exhibir propuestas nacidas de sus queencias e inquietudes creativas, o de su olfato para colegir qué se va a vender. Este papel del artista contemporáneo se lo arroga, entre los costureros y por vez primera, Worth.

c2. ¿Decíamos salones? Siguiendo el ejemplo de los pintores, Worth ingenió un salón para exhibir sus creaciones. Como la ropa luce pobremente colgada de

perchas, inventó los desfiles de maniqués, desde entonces el escaparate de la moda por antonomasia.

Extraigamos conclusiones. Si diseñas antes de vender, si te obligas a dar en la diana antes de disparar, será preciso que configures un estilo reconocible que respalde tus novedades y un prestigio que las haga deseables. Con Worth, el costurero artesano se convirtió en costurero artístico, y con él la moda fue sublimada en arte. Desde entonces también podemos decir que la costura es alta cuando, idealmente, se sublima dotándola de “artisticidad” por medio de un diseñador que es promocionado como genio artístico. También fueron Worth y sus herederos quienes en 1878 fundaron la Cámara Sindical de la Confección y la Costura para señoras y señoritas con el propósito inicial de perseguir el espionaje y las copias.

d. “Alta” significaba “parisina”. Hasta 2001 la normativa de la Cámara regulaba también que las casas se ubicaran en París a fin de recordar el origen geográfico del fenómeno. Ni siquiera se podía conceder el marchamo *Haute Couture* a una casa de Marsella o Biarritz.

“Moribundia” de la Alta Costura

Corría el año 1968 cuando Yves Saint-Laurent anunciaba dramáticamente la muerte de la Alta Costura. Balenciaga, mentor espiritual del brillante artesanado, cierra su casa en 1969. Desde entonces, se han multiplicado los indicios de fatalidad que se ciernen sobre la gran dama de la moda.

a. *Esquelas*. El sociólogo Gilles Lipovetsky considera a la Alta Costura finiquitada al denominarla “moda centenaria”, pues su imperio se circunscribe a una centuria entre los años 1870 y 1970⁴; después de esta fecha, en efecto, los diseñadores de la confección son más populares e imitados que los de la costura. Didier Grumbach está de acuerdo y señala al responsable: “A mediados de los años 60, la confección industrial (*prêt-à-porter*) se vuelve decididamente creativa y comienza a desplazar a la alta costura”⁵. Jean-Paul Gaultier declaraba en julio de 2004: “Desde el punto de vista económico la Alta Costura es un desastre. Me encanta participar en su caída, porque, ¿a qué engañarse?, es el fin”⁶.

⁴ LIPOVETSKY, G., *El imperio de lo efímero*, Barcelona: Anagrama, 1990.

⁵ JEAMMET, C., *Entrevista a Didier Grumbach*, Véase nota 1.

⁶ Véase nota 1.

ion," given that its heyday is limited to the century from 1870 to 1970.⁴ Indeed, after the latter date, prêt-à-porter designers have become more popular and more widely imitated than couturiers. Didier Grumbach agrees and identifies the guilty party: "In the mid-1960s, prêt-à-porter became decidedly creative and began to displace Haute Couture."⁵ In July 2004, Jean-Paul Gaultier declared, "From an economic standpoint, Haute Couture is a disaster. I love participating in its downfall because – why fool ourselves? – this is the end."⁶

b. Numbers. At the dawn of the 20th century, Paris had 106 Haute Couture houses, including all of those that had forged the legend: Messrs. Worth, Doucet, Patou and Poiret, and Mmes. Paquin, Lanvin, Lucile, Vionnet, Schiaparelli and Chanel. After World War II ended, the number of houses dropped to 60, but rather than a crisis, this signalled the start of the Golden Age of Haute Couture, for these sixty businesses generated profits for the French state comparable to those of the automobile industry. The leaders of the industry were Dior, Chanel (again) and Balenciaga (although he was not a union member). As indicated earlier, the anaemia dates from 1970. In 1980 the sector had been reduced to 22 houses; in 1997, there were 18; and in 2002, it was down to 12. In 2007, a mere ten remained: Adeline André, Chanel, Christian Dior, Jean-Paul Gaultier, Givenchy, Christian Lacroix (which celebrated its twentieth anniversary in 2007), Emanuel Ungaro, Dominique Sirop, Franck Sorbier and Jean-Louis Scherrer.

The diminishing number of clients is always an estimated figure because couture houses refuse to provide data. Denise Dulbois of the Chambre Syndicale de la Haute Couture indicated that the number of female clients was around 3,000 in the seventies; the economist Bernard Girard estimates that clientele is now limited to a mere 250 to 300 women.⁷

c. Lack of interest in the Haute Couture label. The most recent standard regulating this label, approved in October 2001, is so liberal that hundreds of houses could boast this status today. It hardly insists that garments be hand-crafted and custom-made within the business itself, and houses are no longer required to hold two fashion shows

each year (in the last week of January and the last week of July). Likewise, they are not required to produce a minimum of 75 garments per season, nor is Paris mentioned as the location of the house's headquarters. The web page of the French Ministry of Industry reveals the reason behind this regulatory vagueness: to allow a greater number of couturiers to be eligible for the *Haute Couture* label.⁸ However, this measure has proven utterly useless, because it has not reversed the trend of diminishing applications. In other words, although every facility is offered, no one is requesting the label! It must be that even French couturiers no longer care about it.

d. Invitations to designers. Faced with the threat that such a tiny sector – only ten couture houses associated with the label – may not excite the interest of the press and public opinion, since 1997 the Chambre has adopted the custom of inviting (should we say chasing after?) prêt-à-porter designers to show their creations on the catwalk during Haute Couture Week. The need is evident, for in July 2007 only six of the ten couture houses participated in the fashion show. (Mutiny on board?) To avoid disaster, 17 supporting artists were invited: Adam Jones, Anne-Valérie Hash, Boudicca, Carven, Cathy Pill, Christophe Josse, Eymeric François, Felipe Oliveira Baptista, Gustavo Lins, Lefranc-Ferrant, Marc Le Bihan, Maurizio Galante, Nicolas Le Cauchois, On aura tout vu, Richard René, Gérard Watelet and Udo Edling. Do any of these names sound familiar? Of course not! They are the alleged new talents of high-end prêt-à-porter fashion. In past editions, Armani and Valentino opened the shows, but they did not wish to repeat the experience. In January 2008 the Spanish designer Josep Font will participate in the show.

e. Pursuit of celebrities. At the height of desperation to consolidate its privileged media status, Haute Couture has accepted pandering to celebrities as an unavoidable humiliation. In *The Fashion Conspiracy*, a highly entertaining gossipy exposé of the fashion industry written by the journalist Nicholas Coleridge, we read that couture houses deny this practice yet accuse their competitors of engaging in it.⁹ At least Dior openly admits having a department of

⁴ LIPOVETSKY, G., *El imperio de lo efímero*, Barcelona: Anagrama, 1990.

⁵ JEAMMET, C., *Interview with Didier Grumbach*. See endnote 1.

⁶ See endnote 1.

⁷ See endnote 2.

⁸ In October 2001, Christian Pierret, the French Secretary of State and Industry, approved the modifications to the regulations governing the concession of the *Haute Couture* label at the request of the Chambre Syndicale de la Haute Couture. France, Ministry of Industry: <http://www.lsi.industrie.gouv.fr/cgi-bin/industrie/sommaire/comm/comm.cgi?COM_ID=784&Action=2004>.

⁹ COLERIDGE, N., *La conspiración de la moda* (Original title: *The Fashion Conspiracy*), Barcelona: Ediciones B, p. 214.

b. *Números*. A comienzos del siglo XX París contaba con 106 casas *Haute Couture*; entre ellas, todas las que forjaron su leyenda: los caballeros Worth, Doucet, Patou y Poiret, y las damas Paquin, Lanvin, Lucile, Vionnet, Schiaparelli y Chanel. Terminada la Segunda Guerra Mundial, el número de casas se redujo a 60, pero no podemos hablar de crisis de la Alta Costura sino de Edad de Oro, porque ese medio centenar largo de empresas reportarán al Estado francés una riqueza comparable a la de la industria automovilística. Dior, de nuevo Chanel y Balenciaga (aunque no sindicado) lideraban el sector. La anemia, como hemos indicado antes, data de 1970. En 1980 el sector se había reducido a 22 casas; en 1997, a 18; en 2002, a 12; en 2007 sobreviven 10: Adeline André, Chanel, Christian Dior, Jean-Paul Gaultier, Givenchy, Christian Lacroix (que cumple veinte años en 2007), Emanuel Ungaro, Dominique Sirop, Franck Sorbier y Jean-Louis Scherrer.

La reducción de clientes siempre es una cifra estimada porque las casas de costura se niegan a proporcionar datos. Denise Dulbois, de la Cámara Sindical de la Alta Costura, cifraba en 3.000 las clientas en los años setenta; el economista Bernard Girard las reduce en nuestros días a 250 o 300 mujeres⁷.

c. *Desinterés por el marchamo Haute Couture*. La última normativa que lo regula, aprobada en octubre de 2001, es tan liberal que hoy podría haber cientos de casas presumiendo de poseerlo. Apenas insiste en que los productos deben confeccionarse a mano y a medida dentro de la propia empresa, pero ya no hay obligación de montar un par de desfiles al año (en la última semana de enero y en la última de julio), ni se exige un mínimo de 75 prendas por temporada, ni se menciona a París como ubicación de la casa matriz. La página digital del Ministerio de Industria francés revela el propósito de tanta vaguedad normativa: que un mayor número de costureros pueda acceder al marchamo *Haute Couture*⁸. Medida absolutamente infructuosa, porque no ha detenido la reducción de solicitudes. Es decir, aunque se ofrecen todas las facilidades ¡nadie solicita el marchamo! Será que incluso a los costureros franceses les trae sin cuidado.

d. *Invitaciones a diseñadores*. Ante la amenaza de que un sector tan diminuto –sólo diez casas de costura unidas con el marchamo– no excite el concurso de

la prensa y la opinión pública, desde 1997 la Cámara ha adoptado la costumbre de invitar (¿deberíamos decir perseguir?) a diseñadores procedentes de la confección industrial a desfilan en la Semana de la Alta Costura. Falta les hace, pues en julio de 2007 sólo desfilan 6 de esas 10 casas. (¿Motín a bordo?) Para evitar el sofoco se invitó a 17 teloneros: Adam Jones, Anne-Valérie Hash, Boudicca, Carven, Cathy Pill, Christophe Josse, Eymeric François, Felipe Oliveira Baptista, Gustavo Lins, Lefranc-Ferrant, Marc Le Bihan, Maurizio Galante, Nicolas Le Cauchois, On aura tout vu, Richard René, Gérard Watelet y Udo Edling. ¿Les suena el nombre de alguno de ellos? ¡Claro que no! son los presuntos nuevos talentos de la confección industrial de alta gama. En otras ediciones también actuaron como teloneros Armani y Valentino, pero no han querido repetir. En enero de 2008 ha desfilado el diseñador español Josep Font.

e. *Persecuciones a celebrities*. En el colmo de la desesperación por consolidar su liderazgo mediático, la Alta Costura ha aceptado como una humillación inevitable la lisonja a las *celebrities*. En *La conspiración de la moda*, divertidísimo mentidero del traje escrito por el periodista Nicholas Coleridge, leemos que las casas niegan esta práctica, pero acusan a sus competidoras de hacerlo⁹. Bueno, Dior reconoce abiertamente que posee un departamento de famosas a las que acosa y regala vestidos.

f. *Carencia manifiesta de integridad estilística*. La creación a medida no debe implicar necesariamente el servilismo que los aficionados a la moda hemos detectado en algunos desfiles de Alta Costura. La confirmación de esta manera de actuar, tan pragmática como innoble, que llega a sancionar lo hortera como adaptación a la clientela, la explica jocosamente el mismo Coleridge:

“Hay un juego que se puede practicar durante los desfiles de Ungaro. La prensa británica, menos reverente ante Ungaro que la de otros países, suele hacerlo. El objetivo consiste en adivinar, cada vez que aparece un modelo en la pasarela, a qué sección de su público va destinado. Los indicios son el botoneado y la fuerza de los colores. Una telaraña de perlas en el cuerpo incita murmullos de ‘Bahrein’, ‘Riyadh’; mientras que un estampado en verde lima y rosa indica ‘Fort Worth’ o ‘Des Moines’¹⁰.

⁷ Véase nota 2.

⁸ En octubre de 2001 Christian Pierret, secretario de Estado y de Industria, aprobó las modificaciones al reglamento que regula la concesión del marchamo *Haute Couture* a petición de la Cámara Sindical de la Costura. Francia, Ministerio de Industria: <http://www.lsi.industrie.gouv.fr/cgi-bin/industrie/sommaire/comm/comm.cgi?COM_ID=784&Action=2004>.

⁹ COLERIDGE, N., *La conspiración de la moda*, Barcelona: Ediciones B, p. 214.

¹⁰ COLERIDGE, N., ob. cit., p. 242.

female celebrities whom it pursues relentlessly and showers with free dresses.

f. Evident lack of stylistic integrity. Custom design should not necessarily involve the obsequiousness that we fashion lovers have detected in certain Haute Couture shows. The confirmation of this form of behaviour, as pragmatic as it is ignoble, which actually justifies tackiness as a need to cater to the clientele, is humorously explained by Coleridge:

“There is a game that can be played during Ungaro’s fashion shows. The British press, less reverent towards Ungaro than that of other countries, often does it. The goal is to guess, each time a model appears on the catwalk, which sector of his public the design is aimed at. The giveaways are the buttons and the vibrancy of the colours. Pearl netting on the body elicits murmurs of ‘Bahrain’ or ‘Riyadh’, while a print in lime green and pink indicates ‘Forth Worth’ or ‘Des Moines’¹⁰.

This is inevitable when the majority of Haute Couture clients are from the United States or are the wives of Arab sheiks. Each season, Jean Louis Scherrer produces around 300 pieces: 50 % of them are sold to the Middle East and 40 % go to American women.¹¹

Haute Couture is prejudicial to art

Haute Couture is dying, although its demise is far from languid. It is dying like aristocratic society died before the French Revolution, by turning each of its exhibitions into a carnival. And I ask myself, what feelings should this twilight inspire in me, as a fashion troubadour? Should we miss it? Who does it benefit? And above all, does it benefit art and the clothing profession? Here is my assessment. Couture does no harm to anyone, but Haute Couture (in upper case) – the official Paris-based industry, the popular standard of *true* Haute Couture, is prejudicial to the art of outward appearance and its profession. Let us review a list of its crimes.

a. Frauds. Poiret launched the perfume *Rosine* and linked fashion and perfumes. Designers falsely and tacitly take credit for the creation of perfumes, cosmetics and other products they know nothing about – a lie that must

catch up with them eventually. The art of dressing is being sullied because brand names are being prostituted. As a man at the service of clothing design, my reaction is indignant: what do colognes have to do with us?

b. Chauvinism. For France, Haute Couture represents the most glamorous facet of its identity. Sydney Toledano, president of Christian Dior Couture, gives this reason:

“If Haute Couture were to cease, we would lose the advantage over our American and Italian competitors.”¹² In effect, couture exists in other countries, but they lack the prestige conceded by this kind of historical legitimacy. The Fédération Française de la Couture was created in 1973, and I quote, “for the purpose of supporting Paris in its role as the international capital of creation.”¹³

However, this obstinate insistence on making us believe that Paris is the “international capital of creation,” which is understandable in terms of national politics, implicitly undervalues creators of other nationalities. The young designers invited to participate in Haute Couture Week are undoubtedly flattered, a bit like an actor arriving in Hollywood, but they seem to be treated as second-class citizens rather than true colleagues, which is why I previously referred to them as supporting artists. The arrangement benefits both parties – the union members because they can organise a show with numerous designers, which is attractive to the media, and the young designers because of the publicity they receive – but the hierarchy is maintained. Why do you suppose Valentino and Armani have never repeated the experience? They were already consolidated as designers, and the Paris catwalk could not offer them any benefits. Or is Milan somehow inferior to Paris? Did they feel used? Why should an Italian support the *Paris* label? And naturally, this is much more important to France than the *Haute Couture* label.

c. Obsolescence. The designers Béatrice Ferrant and Mario Lefranc, who were invited to the 2007 shows, believe that Haute Couture is an obsolete institution because it makes no sense to hand-sew stitches that are not even seen.¹⁴ Although I am not an expert on prêt-à-porter, I understand that machines cannot completely replace manual creations. What these designers are

¹⁰ COLERIDGE, N., op cit., p. 242.

¹¹ As quoted by Corinne Jeammet.
See endnote 1.

¹² See endnote 1.

¹³ The federation’s functions are described in detail on the website of *Mode à Paris*:
<<http://www.modeaparis.com/vf/toutsavoir/index.html>>.

¹⁴ See endnote 1.

No puede ser de otro modo cuando la mayoría de las clientas de la Alta Costura proceden de los Estados Unidos o son esposas de jeques árabes. Jean Louis Scherrer produce cada temporada alrededor de 300 piezas: el 50 % las vende a Oriente Próximo y el 40 % a mujeres estadounidenses¹¹.

La Alta Costura es perjudicial para el arte

La *Haute Couture* agoniza, aunque no lánguidamente. Agoniza como lo hacía la sociedad aristocrática antes de la Revolución Francesa: convirtiendo cada una de sus exhibiciones en un carnaval... Y este ocaso, me pregunto, ¿qué sentimientos debe suscitar en mí, trovador de la moda? ¿Hemos de echarla de menos? ¿A quién beneficia? Y sobre todo, ¿beneficia al arte y al oficio de la ropa? He aquí mi valoración. La costura no perjudica a nadie, pero la Alta Costura, con mayúsculas, la sindicada en París, la oficial, la referencia popular de la verdadera Alta Costura, sí perjudica al arte de la apariencia y su profesión. Veamos la enumeración de sus delitos.

a. Estafas. Poiret lanzó el perfume *Rosine* y relacionó moda y perfumes. Los diseñadores se atribuyen falsa y tácitamente la creación de perfumes, cosméticos y otros productos que desconocen; una mentira que tiene que acabar pasando factura. Se está ensuciando el arte del vestido al prostituir los nombres comerciales. Yo, como hombre al servicio del traje, lo expreso indignado: ¿qué tendrán que ver las colonias con nosotros?

b. Chovinismo. Para Francia la Alta Costura recoge el componente más glamuroso de su identidad. Sydney Toledano, presidente de Christian Dior Couture, aporta esta razón:

“Si se detiene la Alta Costura, perdemos nuestro valor añadido frente a nuestros competidores americanos e italianos”¹². Efectivamente, hay costura en otros países, pero ellos carecen del prestigio que proporciona esa suerte de legitimidad histórica. La Federación Francesa de la Costura se creó en 1973, cito literalmente, “con el objeto de apoyar a París en su rol de capital internacional de la creación”¹³.

Sin embargo, esta obstinación por hacernos creer que París es la “capital internacional de la creación”, comprensible en

términos de política nacional, implícitamente minusvalora a los creadores de otras nacionalidades. Sin duda, los jóvenes diseñadores invitados a desfilar en la Semana de la Alta Costura se sienten halagados, un poco como el actor que llega a Hollywood, pero no parece que sean tratados como auténticos colegas sino como comprimarios; de ahí que antes los haya calificado de teloneros. El beneficio se reparte –los sindicatos porque pueden montar un espectáculo con numerosos diseñadores, atractivo para los media, y los jóvenes por la publicidad que ganan–, pero la jerarquía se mantiene. ¿Por qué, si no, Valentino y Armani nunca han repetido la experiencia? Ya estaban consagrados como diseñadores y la pasarela de París no podía aportarles nada. ¿O es que Milán es menos que París? ¿Se sintieron utilizados? ¿Por qué habría de apoyar un italiano el marchamo *París*? Y, desde luego, éste es mucho más importante para Francia que el marchamo *Haute Couture*.

c. Obsolescencia. Los estilistas Béatrice Ferrant y Mario Lefranc, invitados a los desfiles de 2007, consideran que la Alta Costura es una institución obsoleta porque no tiene sentido coser a mano unas puntadas que no se ven¹⁴. Aunque yo no soy un especialista de la confección industrial, comprendo que las máquinas no pueden reemplazar completamente a la fabricación manual. Lo que realmente critican estos diseñadores es la norma que exige a las empresas de Alta Costura coser a mano incluso aquello que las máquinas ya pueden hacer a las mil maravillas. Ciertamente, no tiene sentido.

¿Por qué se hace entonces? ¿Para que los humanos no olvidemos el oficio de coser? No puede ser la razón: ya hemos dicho que todo no pueden hacerlo las máquinas y por consiguiente no hay que temer el olvido de estos oficios ¿No será que a las millonarias les gusta saber que su traje lo han cosido a mano?; quiero decir como narcisismo, como vanidad o lujo íntimo. Pero esto convierte a la plantilla de la Alta Costura en una extensión del servicio doméstico de las clientas. ¿Qué papel le corresponde entonces a la Alta Costura? ¿El de agasajar los sentimientos mezquinos del público?

Cuidado porque ésta es la razón más esgrimida por la Alta Costura para legitimarse: la pervivencia del *savoir-faire* francés, en palabras de Sydney Toledano, “Sin Ella se perdería un artesanado muy especializado que comprende peluqueros,

¹¹ Según Corinne Jeammet. Véase nota 1.

¹² Véase nota 1.

¹³ Las funciones de la Federación son desgranadas en la página web de *Mode à Paris*: <<http://www.modeaparis.com/vf/toutsavoir/index.html>>.

¹⁴ Véase nota 1.

really criticising is the rule that requires Haute Couture companies to hand-sew even the stitches that machines can now execute with wonderful precision. It certainly doesn't make any sense.

Then why is it done? So that human beings will not forget the occupation of sewing? This can't be the reason: we have already stated that machines cannot do everything, and consequently there is no reason to fear that these skills will be forgotten. Isn't it really because millionaire women like to know that their dresses were sewn by hand – like a form of narcissism, vanity or personal luxury? But this would mean that Haute Couture workers are merely an extension of their clients' domestic staff. Then what is the mission of Haute Couture – to fête the small-minded sentiments of the public?

We must be cautious, because this is the reason that Haute Couture uses most frequently to justify its existence – the survival of French *savoir-faire*. In the words of Sydney Toledano, "Without it, we would lose a highly specialised class of craftsmen that includes hairdressers, feather arrangers, embroiderers, lace-makers, gold and silversmiths, milliners, etc."¹⁵ What chauvinism, this identification of Haute Couture as the only possible couture! Could the demise of the Parisian *Chambre* truly affect an embroiderer in Madrid or a milliner in London?

d. Stylistic insignificance. At present, Haute Couture does not create avant-garde designs (it doesn't generate styles that are imitated or set fashion trends) or prototypes of elegance, but rather clothing entertainment. I do not know anyone who loves design and can utter words of sincere praise for the Haute Couture creations of the past twenty-five years. Today Kawakubo, Miyake, Prada or Demeleumester are more admired, and none of them create Haute Couture. Saving a few logical exceptions, recent Parisian couture has limited itself to repeating what has already been done in previous decades or joined the trend of post-modern historicism (Gaultier, Galliano, Lacroix) that converts fashion to costume, underscoring its triviality and crassness. Every once in a while, I am also amused by the shows of these designers who openly mock fashion, for it is not healthy to take it too seriously. But are you not tired of watching the arch-awarded ge-

niuses of Haute Couture make fun of fashion around the clock?

Galliano's Haute Couture, perhaps in an attempt to look young (an attribute that, translated to popular language, means colourful and eclectic, like the clothing used by teenagers), reveals itself as flamboyantly eclectic and baroque, but it is not virtuous like an architectural design by Borromini nor hermetic and ingenious like a poem by Góngora. Are historicist architects admired today? No. Then why are historicist fashion designers revered? How can one admire Galliano and Balenciaga at the same time? To put it another way, Haute Couture and high culture no longer go hand in hand as they did in the fifties and sixties. And to top it all, Haute Couture doesn't even create fashion anymore. Bernard Girard confirms my opinion in the following quote:

"The designers of prêt-à-porter, the people who design the clothing sold by Nike, Gap or Zara, are the ones who create fashion, not Christian Lacroix or Lagerfeld. The best proof of this can be found in the fact that these designers admit to seeking inspiration on the streets. But that is not where Chanel found her *tailleur* nor where Saint-Laurent found his Le Smoking tuxedo for women."¹⁶

Beneficiaries of Haute Couture

The French economy is the primary beneficiary of the publicity generated by Haute Couture, the fuel that drives an immense luxury industry that ranges from cosmetics to champagne. However, we will first identify the benefits that Haute Couture offers its clients.

a. The female clients: exclusivity, quality and investment. If exclusivity is an advantage or desirable asset, we will include it in this group. A luxury dress dignifies the wearer. A king is also a king because he dresses like one. "When men marry young girls, they buy them Haute Couture to make them look like ladies," said Hebe Dorsey of Christian Dior.¹⁷ The designer Christian Lacroix explains that, in a globalised world, there are women who seek out Haute Couture dresses as a symbol of individuality.¹⁸ In addition, Haute Couture creations are custom-made in every sense of the word. The outfit is crafted according to

¹⁵ See endnote 1.

¹⁶ See endnote 2.

¹⁷ COLERIDGE, *op. cit.*, p. 220.

¹⁸ See endnote 1.

plumeros, bordadores, encajeros, orfebres, sombrereros, etc.”¹⁵ ¿Qué chovinismo en esta identificación de la *Haute Couture* con la única costura posible! ¿Puede afectar el cierre de la Cámara parisina a una bordadora madrileña o a una sombrerera londinense?

d. Intrascendencia estilística. En la actualidad la Alta Costura no hace diseño de vanguardia (no genera imitación indumentaria, no hace moda) ni prototipos de elegancia, sino espectáculo vestimentario. No conozco a nadie que ame el diseño y encuentre palabras de sincero elogio para las creaciones de la Alta Costura de los últimos veinticinco años. Hoy obtienen más admiración Kawakubo, Miyake, Prada o Demeleumester, y ninguno de ellos hace Alta Costura. Salvando excepciones lógicas, la última costura parisina se ha limitado a repetir lo que ya se había hecho en décadas anteriores, o se ha apuntado al historicismo postmoderno (Gaultier, Galliano, Lacroix), que convierte a la moda en disfraz, subrayando su trivialidad y su necedad. De vez en cuando también a mí me divierten los desfiles de estos diseñadores que se mofan abiertamente del vestir, que tampoco es bueno tomárselo demasiado en serio. Pero ¿no les agota a ustedes que los archipremiados genios de la Alta Costura se cachondeen de la moda las veinticuatro horas del día?

La Alta Costura de Galliano, quizás tratando de resultar joven (atributo que traducido a lenguaje popular significa colorida y ecléctica, como la ropa de los adolescentes), se muestra aparatosamente ecléctica y barroca; pero no virtuosa como una arquitectura de Borromini, ni hermética e ingeniosa como un poema de Góngora. ¿Son admirados hoy en día los arquitectos historicistas? No. ¿Por qué se admira entonces a un diseñador de moda que lo sea? ¿Cómo se puede admirar al mismo tiempo a Galliano y a Balenciaga? Dicho de otro modo, la Alta Costura y la Alta Cultura no van ya de la mano como lo hacían en los años 50 y 60. Y, para colmo, la Alta Costura ya ni siquiera crea moda. Bernard Girard me da la razón en esta cita:

“Los diseñadores de la confección, la gente que diseña la ropa que vende Nike, Gap o Zara, son los que hacen la moda, no Christian Lacroix o Lagerfeld. La mejor prueba la tenemos en que esos diseñadores explican que buscan su inspiración en la calle. Pero no es allí donde

Chanel encontró su *tailleur* ni Saint-Laurent su esmoquin femenino”¹⁶.

Beneficiarios de la Alta Costura

La economía francesa es la gran beneficiaria del aporte publicitario de la Alta Costura, sustento de toda una industria del lujo que abarca desde los cosméticos hasta el champán. Sin embargo, distinguiremos primero los beneficios que la Alta Costura ofrece a sus clientes.

a. Las clientas: exclusividad, calidad e inversión. Si la exclusividad es una ventaja o un bien deseable, la colocaremos en este grupo. Los vestidos lujosos dignifican a su portador. Un rey es un rey también porque viste como un rey. “Los hombres cuando se casan con jovencitas les compran Alta Costura para que parezcan damas”, dice Hebe Dorsey de Christian Dior¹⁷. El diseñador Christian Lacroix explica que en un mundo globalizado hay mujeres que buscan los vestidos de Alta Costura como un signo de individualidad¹⁸. Además, los trajes de la Alta Costura son trajes a medida y lo son en todos los sentidos. El traje se elabora con criterios anatómicos ajustados al cuerpo de la clienta, pero también ajustados a sus criterios estéticos. Prácticamente todos los modelos son rediseñados por y para la clienta. Súmese a esto su valor de cambio. Cualquier millonaria puede justificarse la compra de Alta Costura como coleccionismo artístico y, además, ya son numerosos los países que admiten los trueques de impuestos por vestidos.

b. Las casas: ¿consagración? El marchamo *Haute Couture* deifica a la marca y la consagra gracias a su portentoso aparato publicitario... No debe de ser para tanto cuando, como antes explicábamos, nadie solicita el marchamo aunque con la nueva normativa lo den regalado. El estilista Gustavo Lins subraya la visibilidad que le ha remunerado su participación en los desfiles de enero de 2007: “En los seis meses siguientes, nuestras ventas han aumentado un 70 %”¹⁹. No nos dejemos engañar; un 70 % cuando se parte de cero no es mucho; es, simplemente, empezar. El presidente de la Federación, el ya citado Didier Grumbach, afirmaba en 2004: “Ralph Rucci no era nadie ni siquiera en su país hasta que fue invitado por la Cámara a desfilarse en París con una colección de costura [...] La Alta Costura posee el poder de institucionalizar una marca y

¹⁵ Véase nota 1.

¹⁶ Véase nota 2.

¹⁷ COLERIDGE, ob. cit., p. 220.

¹⁸ Véase nota 1.

¹⁹ Véase nota 1.

anatomical criteria to perfectly suit the client's body, but it is also designed to suit their aesthetic criteria. Practically every model is redesigned by and for the client. Add to this its trading value. Any millionairess can justify the purchase of Haute Couture as an artistic collector's item; moreover, numerous countries now accept designer dresses in lieu of certain taxes.

b. The houses: consecration? The *Haute Couture* label deifies the brand name and consecrates it thanks to its powerful publicity mechanisms. It must not be all that important when, as explained earlier, no one requests the label even after the new regulations have made it easier to obtain. The designer Gustavo Lins underscores the visibility that his participation in the January 2007 shows afforded him: "In the six following months, our sales increased by 70 %."¹⁹ Let's not be fooled: a 70 % increase starting from zero isn't that big a deal, it is merely getting a start. The president of the federation, the aforementioned Didier Grumbach, stated in 2004: "Ralph Rucci was a nobody, even in his own country, until the Chambre invited him to bring a couture collection to the Paris catwalk [...] Haute Couture has the ability to turn a brand name into an institution and make it immortal"²⁰. Does he really believe that? And who is this Rucci guy he calls immortal? Does anyone know him?

The transfiguration of haute couture: the super-beneficiaries

Today the *Haute Couture* houses have no other commercial basis than that of serving as sustenance for the publicity of their trademark licenses. To put it more clearly: Haute Couture houses continue to hold fashion shows so that their legendary names will not lose the trading value that history has provided them. To sell perfumes at Christmas and on airplanes, and to keep people believing that the cologne is good, glamorous and distinguished because the box says "Yves Saint-Laurent", the sewing must go on; the mystique of the name comes from the mystique of the original creator of the couture house. Pierre Cardin has been the paradigmatic house in this sense: it has managed to sell 800 licenses with the PC logo, and items

from yachts to lighters are now marketed under this brand name.²¹

The protagonists of Haute Couture do not hide this fact. Pierre Bergé, the business brains of Yves Saint-Laurent, says that Haute Couture "is part of our advertising budget."²² Françoise Montenay of Chanel avers that Haute Couture is an image for the trademark.²³ (And Chanel is one of the rare houses that reports profits from its couture production.) Donald Potard of Gaultier insists, "We must not be hypocrites; Haute Couture is useful to us for selling colognes and all the rest."²⁴ But the supreme and insurmountable reason why this is so is once again provided by the federation's president, Didier Grumbach: "A Haute Couture collection costs infinitely less than an international advertising campaign, and the media coverage it affords is incomparable."²⁵ Therefore, it should not surprise anyone that Dior and Chanel hold fashion shows that cost between one and four million euros to organise²⁶ – they know they will be seen around the world, saving them from having to pay for television advertisements. Jean-Pierre Debu, the general director of Christian Lacroix, considers Haute Couture "a formidable marketing tool"²⁷.

In short, Haute Couture is the figurehead for the publicity machine of the industry that answers to the name of the "luxury market." According to Merrill Lynch, this market is shared by the United States (25 %), Japan (20 %) and France (10 %). Germany, Italy, the United Kingdom, Hong Kong and the Middle East account for 4 %. The most important luxury goods groups are the following:

LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy), directed by Bernard Arnault and headquartered in France. In addition to the champagne brands Moët and Veuve Clicquot, the watch brands TAG Heuer and Chaumet and the Paris department stores Le Bon Marché and La Samaritaine, this group includes the following fashion labels: Givenchy, Louis Vuitton, Céline, Kenzo, Fendi, Emilio Pucci, Donna Karan, Marc Jacobs, Loewe, Thomas Pink and Berluti. Christian Dior is an affiliate of this financial giant.

Richemont, a Swiss group specialised in jewellery and watches. It also owns Chloe, Old England and Shanghai Tang.

PFR, a French group directed by François-Henri Pinault. It owns Gucci,

¹⁹ See endnote 1.

²⁰ See endnote 1.

²¹ Didier Grumbach asserts that, since the 1990s, Haute Couture companies tend to buy back their licenses for their own exploitation (see endnote 1).

²² COLERIDGE, op. cit., p. 213.

²³ Karl Lagerfeld, a designer for Chanel, defends the house's couture because they have a real client base. They even had to open a new workshop in 2003. The Haute Couture division of Chanel employs 120 people at its workshops, and another 50 for its fashion shows.

²⁴ See endnote 1.

²⁵ See endnote 1.

²⁶ GRANDHAM, Sabine y MARCELIN, Caroline, *La Haute Couture en fin de défilé*. Courrier International, 2005. Available online: <<http://courrierinternational.com/article/.asp?obj>>.

²⁷ See endnote 1.

de volverla inmortal²⁰. ¿Lo cree realmente? ¿Pero quién es ese Rucci al que llama inmortal? ¿Alguien lo conoce?

Transfiguración de la Alta Costura: los super-beneficiarios

Hoy en día las casas *Haute Couture* carecen de otro fundamento empresarial que el de sustentar la publicidad de sus licencias de marca. Más claro: las casas de Alta Costura siguen montando desfiles para que sus legendarios nombres no pierdan el valor de cambio que la historia les ha proporcionado. Para vender perfumes en Navidad y en los aviones, y que la gente siga creyendo que la colonia es buena, glamurosa y distinguida porque el cartón reza “Yves Saint-Laurent”, hay que seguir co-siendo; la mística del nombre procede de la mística del creador original de la casa de costura. Pierre Cardin ha sido la casa paradigmática en este sentido: llegó a vender 800 licencias con el logo PC; se fabricaban desde yates hasta mecheros²¹.

Los protagonistas de la Alta Costura no ocultan este hecho. Pierre Bergé, cerebro comercial de Yves Saint-Laurent, dice de la Alta Costura que “forma parte de nuestro presupuesto publicitario”²². Françoise Montenay, de Chanel, asevera que la Alta Costura es una imagen para la marca²³. (Y eso que Chanel es una de las raras casas que reporta beneficios por su producción de costura.) Donald Potard, de Gaultier, insiste: “No hay que ser hipócritas, la Alta Costura nos sirve para vender colonias y lo demás”²⁴. Pero la razón absoluta e insuperable de que esto es así la da de nuevo el presidente de la Federación, Didier Grumbach: “Una colección de Alta Costura cuesta infinitamente menos que una campaña de publicidad internacional, y su repercusión mediática es incomparable”²⁵. Nadie se extraña entonces de que Dior y Chanel monten desfiles cuya organización cuesta entre uno y cuatro millones de euros²⁶: saben que se verán en todo el mundo y así se ahorran pagar anuncios televisivos. Jean-Pierre Debu, director general de Christian Lacroix considera a la Alta Costura “un formidable instrumento de marketing”²⁷.

En suma, la Alta Costura es la cabeza del aparato publicitario de esa industria que atiende al nombre de “mercado del lujo”. Según Meryll Lynch, éste se reparte entre Estados Unidos (25 %), Japón (20 %) y Francia (10 %). Alemania, Italia,

Reino Unido, Hong Kong y Medio Oriente suman un 4 %. Los grupos del lujo más importantes son los siguientes:

LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy), dirigido por Bernard Arnault y domiciliado en Francia. Además de las marcas de champán Moët y Veuve Clicquot, los relojes TAG Heuer y Chaumet y los grandes almacenes de París Le Bon Marché y La Samaritaine, reúnen las siguientes firmas de moda: Givenchy, Louis Vuitton, Céline, Kenzo, Fendi, Emilio Pucci, Donna Karan, Marc Jacobs, Loewe, Thomas Pink, Berluti. Christian Dior es filial de este coloso financiero.

Richemont, grupo suizo especializado en joyas y relojes. Posee también Chloe, Old England y Shangai Tang.

PFR, grupo francés dirigido por François-Henri Pinault. Le pertenecen Gucci, Yves Saint-Laurent, Balenciaga, Bottega Veneta, Alexander McQueen y Stella McCartney; asimismo la joyería Boucheron, los almacenes Printemps y la Fnac.

Chanel constituye la excepción que confirma la regla. No cotiza en bolsa y desde 1924 pertenece a la familia Wertheimer. Christian Lacroix y Emmanuel Ungaro fueron compradas por los grupos norteamericanos Falic y AIMZ, respectivamente.

Por qué se ha transfigurado la Alta Costura

Visto que muerta no está, sino transfigurada, habrá que preguntarse cómo ha llegado la Alta Costura a desempeñar un rol tan bajo.

a. Diversidad del gasto lúdico. Cada vez gastamos menos en ropa, porque hay más en qué gastar. Bernard Girard explica que cada vez gastamos una proporción menor de nuestro sueldo en ropa porque la oferta de lujo y ocio se ha multiplicado hasta el infinito: “Por el precio de un vestido de Alta Costura, una mujer puede costearse un fin de semana en Nueva York yendo en Concorde y vestida elegantemente de Armani”²⁸.

b. El engorro de las pruebas. Sí, las pruebas: tiempo, paciencia y más dinero. Un vestido de noche precisa hasta dieciséis pruebas y tendrás que ir a París a que te las hagan, salvo que seas una clienta verdaderamente descomunal y les salga rentable enviarte una *vendeuse* a tu propia ciudad. Añade gastos de desplaza-

²⁰ Véase nota 1.

²¹ Didier Grumbach afirma que desde los años 90 las empresas de Alta Costura tienden a recomprar sus licencias para explotárlas por sí mismas (véase nota 1).

²² COLERIDGE, ob. cit., p. 213.

²³ Karl Lagerfeld, diseñador de Chanel, defiende su costura porque posee una verdadera clientela. Incluso tuvieron que abrir un nuevo taller en 2003. La sección Alta Costura de Chanel emplea a 120 personas en sus talleres, a las que se añaden 50 en los desfiles.

²⁴ Véase nota 1.

²⁵ Véase nota 1.

²⁶ GRANDAHAM, Sabine y MARCELIN, Caroline, *La Haute Couture en fin de défilé*. Courrier International, 2005. Disponible en Internet: <<http://courrierinternational.com/article/asp?obj>>.

²⁷ Véase nota 1.

²⁸ Véase nota 2.

Yves Saint-Laurent, Balenciaga, Bottega Veneta, Alexander McQueen and Stella McCartney, as well as the jewellers Boucheron, the Printemps stores and the Fnac chain.

Chanel is the exception that proves the rule. It is not listed on the stock exchange and has been owned by the Wertheimer family since 1924. Christian Lacroix and Emmanuel Ungaro were taken over by the North American groups Falic and AIMZ, respectively.

Why Haute Couture has been transfigured

Having ascertained that it is not dead, but rather transfigured, we must ask ourselves how Haute Couture has come to play such a minor role.

a. Diversity of recreational spending. We spend increasingly less money on clothing, because there are more things to spend it on. Bernard Girar explains that we spend an increasingly smaller fraction of our income on clothes because the supply of luxury and entertainment options has multiplied exponentially: "For the price of a Haute Couture dress, a woman can pay for a weekend in New York, flying on Concord and elegantly dressed in Armani"²⁸.

b. The hassle of fittings. Yes, the fittings: time, patience and more money. An evening gown requires as many as sixteen fittings, and you must go to Paris to do them, unless you are a truly extraordinary client and sending a *vendeuse* to your native city is worth their while. To this you must add travel and accommodation expenses. And you deny yourself the pleasure of an instant purchase!

c. Democratic culture. Though some may think me naïve, I firmly believe this is true: women have stopped wearing Haute Couture because democracy has become established, and a well-established democracy tends to generate a kind of repugnance towards all things aristocratic. In addition to being considered vulgar, aristocratic signs, the trappings of ostentation, are perceived as the presumption of an injustice. You know what I mean: we will always come across homeless people in the street whose mere presence unsettles ostentation. The unveiled luxury of large cars, furs or feathers seems suspicious in a society that encourages meritocracy. Mario Puzo began *The Godfather* with a famous quote: "Behind every great fortune there is a crime." And fashion history knows that in the olden days even the wealthiest bourgeoisie could not wear anything other than plain black garments combined with limpid, spotless white shirts, in order to protect their moral rectitude with symbols of austerity. The Queen of Spain dresses like a businesswoman to show us that she works; even queens are expected to value moderation over ostentation.

d. Youth culture. First the hippies, and later the punks and other urban tribes, developed their material culture by specifically targeting and denouncing aristocratic trappings and replacing ostentation with humble icons such as tousled hairstyles and T-shirts. Youth culture has buried Haute Couture, because it is hard for a young girl used to wearing second-hand knits and thread-bare jeans to suddenly develop a taste for Haute Couture when she reaches adulthood – much less high-end furs and leathers, which were the first to fall.

²⁸ See endnote 2.

miento y hoteles. ¡Y te privas del placer de la compra inmediata!

c. *La cultura democrática.* Creo firmemente lo siguiente, aunque me tachen de ingenuo: la mujer ha dejado de vestir Alta Costura porque se ha consolidado la democracia, y una democracia bien asumida tiende a generar una cierta repugnancia hacia lo aristocrático. Los signos aristocráticos, los signos de ostentación, además de considerarse vulgares, se perciben como la presunción de una injusticia. Ya saben: siempre vamos a encontrar indigentes por la calle que con su mera presencia incomoden a la ostentación. El lujo descarnado de los grandes coches, las pieles o las plumas resulta sospechoso en una sociedad que fomenta la meritocracia. Mario Puzo encabezaba *El Padrino* con una cita célebre: "Detrás de cada gran fortuna, siempre hay un crimen". Y la Historia de la Moda sabe que antiguamente incluso los burgueses más pudientes no vestían otra cosa que austeras ropas negras combinadas con limpias e inmaculadas camisas blancas, a fin de proteger su solidez moral con símbolos de austeridad. La Reina de España viste como una ejecutiva para comunicarnos que trabaja; incluso a las reinas se les exige comedimiento antes que ostentación.

d. *La cultura juvenil.* Los *hippies*, después los *punkies* y el resto de tribus urbanas, desarrollaron su cultura material denunciando con precisión los signos aristocráticos y sustituyendo la ostentación por iconos humildes como las greñas y las camisetas. La moda juvenil ha sepultado la Alta Costura porque es difícil que una

joven acostumbrada a vestir punto reciclado y vaqueros raídos llegue a asumir, cuando se vuelva adulta, la Alta Costura. No digamos ya la alta peletería, que ha sido la primera en caer.

Bibliografía

Además de las referencias consignadas en las notas al final, merecen atención los siguientes artículos:

Brief History of the Haute Couture. [en línea]. *Fashion Era*. Disponible en Internet: <fashion-era.com/chambresindycalle.html>.

GEORGE, A., *Haute Couture is Dead, Get Beauty Tips*, [en línea] 2006. Disponible en Internet: <<http://www.getbeautytips.com/Articles/DeadCouture.php>>.

GRANDIO, S., *La alta costura cada vez se vende menos*, [en línea]. Telecinco, 2005. Disponible en Internet: <http://www.informativos.telecinco.es/alta/costura/crisis/dn_8278.html>.

MERCIER, A., *Défilés: la Haute Couture compte ses pertes*, [en línea]. Linternaute, 2005. Disponible en Internet: <<http://www.linternaute.com/femmes/actu/04/0707defiles.shtml>>.

MUNÓZ-LEDO, E., *El prêt-à-porter, salvavidas de la alta costura*, [en línea]. Milenio Diario, 2005. Disponible en Internet: <<http://francia.org.mx/moda/pretaporter.htm>>.

OLIVEAU, D., *La alta costura salvada por el prêt-à-porter*, [en línea]. L'Expansion, 2004. Disponible en Internet: <lexpansion.com>.

Mercedes Pasalodos
Salgado

Doctor in Art History, Expert
on Historical Dress and Fashion
Museum Assistant. Museo
del Ejército, Madrid
mpasalodos@telefonica.net

Haute Couture, high fashion in the 50s

ABSTRACT: The golden age of Haute Couture in Spain began in the 50s and lasted until its definitive decline with the closing of the main workshops in the mid-70s.

A series of salons opened in the 50s and subsequent years, although two great figures, Cristóbal Balenciaga and Pedro Rodríguez, had already been active in the field for twenty years and returned to the forefront after the hiatus imposed by the Spanish Civil War.

Quality and creativity as well as culture and tradition were the distinguishing traits that brought Spanish fashion fame and prestige worldwide.

This article discusses the most important workshops, how the salons operated, the different collections, the models – a firm's true distinguishing features – and the presence and recognition of Spanish fashion in other countries.

KEYWORDS: Spanish fashion, Cristóbal Balenciaga, Pedro Rodríguez, Asunción Bastida, Lino, Natalio, Vargas-Ochagavía, Rosina, Herrera and Ollero.

Haute Couture, high fashion in the 1950s

The Civil War forced a temporary hiatus in the development of fashion in Spain. The solid careers of two important figures – Cristóbal Balenciaga¹ and Pedro Rodríguez – paved the way for other workshops of unquestionable quality.

The war naturally left its mark on many aspects of society, and fashion

was not immune to the changes it brought. Pedro Mansilla said, "Nothing seemed to happen in Spain until that unbearable provincial stench of the extremely long post-war period was finally dissipated by the famous Stabilisation Plan of 1959. [...] Thanks to that enforced autarchy, even Spanish fashion was obliged to contemplate its navel and come up with ideas."² In fashion, as in other fields, some changes were perceived in the late 1940s, while in art, the need to connect with international initiatives became evident. Painting, sculpture, architecture, design, photography, cinema and music all slowly began to emerge from their state of lethargy, while, in the wake of the opening-up process of the fifties and attempts at rapprochement with the U.S. through various agreements, foreigners became increasingly more interested in what was going on inside Spain (figure 1).

Although fashion got off to a slow start, the creation in 1940 of the *Cooperativa de la Alta Costura* ("Haute Couture Cooperative"), founded by Pedro Rodríguez and chaired by the designer at the request of his colleagues until his death, was one of the great initiatives that helped launch a refined, high-quality couture. In Barcelona the Cooperative brought together Pedro Rodríguez, El Dique Flotante, Santa Eulalia, Asunción Bastida and Pertegaz, the "big five of fashion" as they were called in the magazines of the time. But to these we must also add others, called by some "the forerunners of Spanish

¹ Balenciaga opened his first couture house in San Sebastián in 1915.

² Catalogue *Tras el espejo*, 2003, pp. 55-56.

Alta Costura, costura de altura en los años 50

RESUMEN: La Alta Costura en España vivió su momento dorado a partir de los años 50, hasta el declive definitivo, con el cierre de los principales talleres a mediados de los años 70.

Sin solución de continuidad se inauguraron salones en esa década y años más tarde, sin olvidar que dos de los grandes nombres, Cristóbal Balenciaga y Pedro Rodríguez, habían iniciado su actividad unos veinte años antes y la retomaron tras el paréntesis provocado por la Guerra Civil.

La calidad y la creatividad, así como el aporte cultural y la tradición, fueron las señas de identidad de la moda española que le valieron el reconocimiento y prestigio internacional.

En el presente artículo se pasa revista a los talleres más importantes, cómo funcionaban los salones, las diferentes colecciones, las maniqués, verdaderas señas de identidad de la firma, y la presencia y aceptación de la moda española en otros países.

PALABRAS CLAVE: moda española, Cristóbal Balenciaga, Pedro Rodríguez, Asunción Bastida, Lino, Natalio, Vargas-Ochavía, Rosina, Herrera y Ollero.

Alta Costura, costura de altura en los años 50

La Guerra Civil impuso un paréntesis en el desarrollo de la moda en España. Dos importantes nombres, Cristóbal Balenciaga¹ y Pedro Rodríguez, tenían una trayectoria sólida que abrió el ca-

mino a otros talleres de indiscutible calidad.

El conflicto, naturalmente, marcó muchos aspectos de la sociedad, y la moda no fue ajena a los cambios provocados por aquella. Pedro Mansilla señala que “en España pareció no pasar nada hasta que una larguísima posguerra deshizo su insufrible tufo pueblerino con el proverbial Plan de Estabilización de 1959. [...] Gracias a ese autarquismo a la fuerza, hasta la moda española tuvo que mirarse el ombligo para que se le ocurrieren cosas”². En la moda, igual que en otras disciplinas, se perciben ciertos cambios a finales de los años 40. Asimismo, a nivel artístico, se pone de manifiesto la necesidad de conectar con algunas de las iniciativas internacionales. La pintura, la escultura, la arquitectura, el diseño, la fotografía, el cine, la música salen lentamente de su aletargamiento. Además, fuera de nuestro país comienza a interesar lo que se está haciendo aquí, todo ello conectado con el aperturismo de la década de 1950, en un proceso de acercamiento a los EEUU con acuerdos de diversa índole (figura 1).

Por otro lado, aunque, el despegue de la moda fue lento, es importante reseñar que, en 1940 la Cooperativa de la Alta Costura, fundada por Pedro Rodríguez y presidida por el modista a petición de sus compañeros hasta su muerte, fue una de las grandes iniciativas que sirvieron de apoyo a una incipiente costura refinada y de alta calidad. En Barcelona esta cooperativa de la costura agrupó a Pedro Rodríguez, El Dique Flotante, Santa

Mercedes Pasalodos Salgado

Doctora en Historia del Arte.
Especialista en Indumentaria
Histórica y Moda.

Ayudante de museos. Museo
del Ejército, Madrid
mpasalodos@telefonica.net



Figura 1. La moda en España, 1940.
Figure 1. La moda en España, 1940.

¹ Balenciaga abrió su primera casa de costura en 1915, en San Sebastián.

² Catálogo *Tras el espejo*, 2003, pp. 55-56.

fashion": Natalio, Lino, Marbel, Rosina, Vargas-Ochagavía, Herrera and Ollero, Carmen Mir, Pedro Rovira and Rosser as well as Elia Bea, Emanuel, Flora Villarreal and Isaura and Rosario Aranduy.

It is also significant that Barcelona and Madrid were the cities where all fashion-related activity took place. The beginnings were difficult, and we should not forget the restrictions prevalent during the harsh post-war period. For these and other reasons, some designers moved to Paris; one was Balenciaga, who became one of the best ambassadors of all things Spanish. Raphael (Rafael López Cebrián, 1900-?), Julio Laffite and Antonio Cánovas (1913?-1984) followed his lead.

Decisive to the development of this artistic and commercial activity, the Festival de la Moda (Fashion Festival) was created at the same time as the Cooperativa de la Moda (Fashion Cooperative) with projects presented every six months. The Cooperativa became a major player on the fashion scene and the organisation of the successive salons brought stability to "exclusive" fashion in need of official support. A constant feature in the fashion magazines of the time was the presentation of the various salons' collections. One account, which appeared in *Boletín de moda* of 1958, covered the latest novelties presented at the thirty-sixth edition held in Barcelona:

"It was at this salon where, among some of the collections presented by the Big Five, the 'bombshell' of printed wools and the predominance of colour in winter fashion was launched.

"The items exhibited at the 36th Salon were noteworthy, due to the diversity and quality of the models presented. It is now perhaps somewhat tardy to go into detail, to talk of lines, forms, trends, sleeves, necks or skirts now that 1958-59 winter fashion is the 'Sphinx without secrets'. But in line with our 'new fabrics for new forms' theme, we do think it is important to focus on some of the unexpected features that did not, by the way, go unnoticed."³

In comparison with the previous decade, the 50s was a very active, flourishing period in Haute Couture. However, it was also a period of sharp contradictions and contrasts. Excessive luxury was quickly criticised, but it was tolerated if suitably camouflaged.⁴

Fear of excess was inherent in the kind of education then given to women within the norms established by the "Woman's Section." In "home economics" handbooks, the female ideal was that of a woman subject and submissive to her husband's authority. Looking after one's appearance was important, but without forgetting that grooming and adornment, both personal and around the home, were primarily designed to please the husband.

Within this duality, the lengths to which some fashion houses were prepared to go to attract the attention of new customers was scandalous:

"I would not say that anyone who organises a loud advertising campaign is a better or worse designer, but I would say that the art of knowing how to handle a campaign is as important as art and good taste in one's creations... the hugely expensive dresses, only within reach of Brazilian millionairesses, American artistes or Egyptian princesses, are not designed by couturiers just for these ladies but to attract future customers capable of choosing a dress because they once admired some fantastic, fairy-tale creation by the same designer."⁵

Some names in Haute Couture

If we are looking historically for the forerunners of these workshops, we must go back to the late 19th and early 20th century. Names such as Dionisia Ruiz, Julia Virac, Julia de Herce and Julia Cervera form a very thought-provoking panorama for the subsequent development of the luxury industry. Theirs were very busy workshops with an aristocratic clientele, a select group which would also accompany the workshops that came to light after recovering from the traumas caused by the war. Each list of customers was very long. In her memoirs, the Marquise of Santa Cruz de Ynguanzo wrote of her relationship with Pedro Rodríguez and her admiration for him:

"In any case, I knew that with the designer Pedro Rodríguez I always got things right. I always liked his motto, 'When in doubt, go for simplicity'; it perfectly suited my way of thinking. I never liked frills and he made elegance of sobriety. He was lively and colourful like Chagall. He was a successful man

³ *Boletín de moda*, issue 51, 1958.

⁴ See MARTÍN GAITE, 1987. It should not be forgotten, for instance, that bread rationing did not end until 1952.

⁵ Quoted by MARTÍN GAITE, 1987, p. 127.

Eulalia, Asunción Bastida y Pertegaz, los “cinco grandes de la moda”, como se los reconoce en las revistas de la época. Pero a estos nombres hay que añadir los que a continuación citamos, denominados por algunos autores como “los precursores de la moda española”: Natalio, Lino, Marbel, Rosina, Vargas-Ochagavía, Herrera y Ollero, Carmen Mir, Pedro Rovira, Rosser, además de Elfa Bea, Emanuel, Flora Villarreal e Isaura y Rosario Aranduy.

Conviene destacar que Barcelona y Madrid fueron las ciudades donde se gestó toda la actividad de la costura. Los comienzos fueron difíciles, sin olvidar, por otro lado, las restricciones provocadas por una dura posguerra. Estas razones, y otras, determinaron que algunas figuras se trasladasen a París. Balenciaga lo hizo, y fue uno de los mejores embajadores de todo lo español. Pero también Raphael (Rafael López Cebrián, 1900-¿?), Julio Laffite y Antonio Cánovas (1913?-1984) siguieron su ejemplo.

Paralelamente a la Cooperativa de la Moda se creó el Festival de la Moda, tan decisivo para el devenir de esta actividad artística y comercial, en el que se presentaban los trabajos cada seis meses. La Cooperativa tuvo un importante protagonismo y la organización de los sucesivos salones dio estabilidad a una costura exquisita que necesitaba de un apoyo estatal. Las revistas de moda de la época recogen, sin solución de continuidad, la presentación de las colecciones de los consecutivos salones. De ello da cuenta el *Boletín de moda* de 1958, donde se muestran las últimas novedades presentadas en el Trigésimo Sexto encuentro celebrado en Barcelona:

“Pues fue en ese Salón, donde, en algunas de las Colecciones presentadas por los Cinco Grandes, vino a lanzarse la ‘bomba’ de las lanas estampadas y el predominio del color en la Moda invernal.

“Exhibición notable la de ese Trigésimo Sexto Salón, así por la diversidad como por la calidad de los modelos presentados. Sin duda resultaría ya un poco trasnochada la pretensión de hacer ‘al detalle’ su reseña, hablar de líneas, formas, tendencias, mangas, cuellos o faldas... ahora que la Moda invernal 1958-59 es ya la ‘Esfinge sin secretos’. Pero sí importa, de acuerdo con el tema de esta Crónica –‘nuevos tejidos para formas nuevas’– destacar algunos insospechados rasgos que no pasaron, por cierto, inadvertidos”³.

Los años 50 supusieron una etapa de gran actividad y florecimiento para la alta costura, tras las experiencias de la década anterior. Sin embargo, fue un momento de contradicciones y de contrastes muy acusados. Las críticas contra un lujo excesivo no se hicieron esperar, aunque se permitían si se sabían disimular⁴.

El temor por lo excesivo caminaba muy de cerca con el tipo de educación de la mujer, que se ajustaba a los cánones establecidos por la Sección Femenina. En los manuales de economía doméstica se define el ideal femenino sometido y supeditado a la autoridad del marido. Hay que cuidar el aspecto, sin olvidar que el arreglo y el adorno, tanto el personal como el doméstico, son para agradar al esposo.

Dentro de esta dualidad resultaba escandaloso el reclamo orquestado por algunas casas de moda para despertar la atención de nuevas clientas:

“No quiero decir que sea mejor o peor modisto el que organiza una propaganda más ruidosa, pero sí que el arte de saber manejarla es tan importante como el arte y el gusto en las creaciones... los trajes enormemente caros, solamente al alcance de millonarias brasileñas, artistas americanas o princesas egipcias, los diseñan los modistos no solamente para estas damas, sino porque atraen a futuras clientas, que elegirán un traje cualquiera sólo porque han admirado una fantástica creación de ensueño del mismo autor”⁵.

Algunos nombres de Alta Costura

En un recorrido histórico, buscando antecedentes que supusieron el substrato para estos talleres, nos retrotraemos a los últimos años del siglo XIX y principios del siglo XX. Nombres como los de Dionisia Ruiz, Julia Virac, Julia de Herce o Julia Cervera dibujan un panorama muy sugerente para el posterior desarrollo de la industria del lujo. Fueron talleres muy activos, que contaron con una clientela aristocrática. Una selecta clientela que también acompañó a los talleres que verían la luz tras superarse los traumas ocasionados por el enfrentamiento bélico. La lista de clientas es muy amplia para cada una de las casas. La Marquesa de Santa Cruz de Ynguanzo recoge en sus memo-

³ *Boletín de la moda*, N. 51, 1958.

⁴ Véase MARTÍN GAITE, 1987. No hay que olvidar, por ejemplo, que hubo que esperar hasta 1952 a que se terminara con el racionamiento de pan.

⁵ Cita recogida por MARTÍN GAITE, 1987, p. 127.



Figura 2. Asunción Bastida. *La moda en España*, 1952.
 Figure 2. Asunción Bastida. *La moda en España*, 1952.

who experienced decline during his lifetime, when, after Barcelona and Madrid, he had to close his last salon in San Sebastián, because the functional fashion of prêt-à-porter came along and at one fell swoop replaced Haute Couture. He dressed all the members of the Spanish aristocracy and bourgeoisie who were the social frontrunners in the 1950s and 60s. They said that between draughtsmen, models and sales assistants he had an 'army' seven hundred strong. But he knew glory in his lifetime too.⁶

The different Haute Couture houses emerged in this context. Without any doubt, the example to which all turned their gaze was the Master of Guetaria. Cristóbal Balenciaga was born in 1895 and took his first steps in fashion aided by his mother. In time he was to become a father and teacher to young couturiers embarking on their careers in the 1940s and 50s.

Valencia's Pedro Rodríguez was also born in 1895. He moved to Barcelona early to pursue his career. He entered fashion via tailoring and in 1917⁷ set up his own business without deeming it necessary to settle first in Paris⁸, the fashion capital of the previous two centuries. He established houses in Barcelona, San Sebastián and in Madrid, where, in addition to a salon, he opened a *boutique* in the Hotel Castellana Hilton.

Asunción Bastida's interest in fashion began in her childhood. Largely self-taught, she rounded out her training with periods in Paris. In 1929 she won the gold medal at the Pabellón de Alta Costura ("Haute Couture Pavilion") at the International Exhibition in Barcelona. She opened her first house on Barcelona's Gran Vía in 1926, and subsequently transferred to stately premises at 96 Paseo de Gracia, using one floor as a workshop and another as a salon. After the Civil War she expanded her business, taking it to the palace of the Marquis of Villamizar. In Madrid, she chose the area around the capital's Gran Vía and subsequently opened her *boutique* Sport at number 18 Calle Hermosilla, specialising in a "youthful" clothing line (figure 2).

Marbel (Eusebio Oller Roca, 1902-1969) was born in Tarragona. He studied to become a draughtsman and travelled to Paris, where he worked for

Maison Poiret. He decided to settle in the French capital but the outbreak of World War II forced him to return to Spain, where he opened fashion houses in Barcelona in 1939 and Madrid in 1945. In a major career decision in 1955, he opened a new fashion house in Havana, which closed four years later.

Lino was born in Madrid in 1915.⁹ He worked as an assistant at a dressmaking academy, where he learned the trade and showed a great talent for tailoring. At the beginning he made garments and sold them to retail outlets until he was able to set up his own business in Calle Fernández de la Hoz. From there he transferred to number 4 Plaza de Santa Bárbara and later to number 3.

Natalio (1908-1973) opened his salon in Madrid's Plaza de la Independencia. He studied tailoring and later travelled to Paris to perfect his skills.

The next generation was made up of couturiers born approximately twenty years later. Some of the most renowned are:

Vargas-Ochagavía, a duo consisting of Jesús Vargas Corral (1915) and Emilio Ochagavía (1919). They opened a modern salon on the former Paseo de Calvo Sotelo and presented their first collection in 1947. Despite a difficult beginning (offset to some extent by Jesús's mother working as their assistant) they were finally to employ a staff of fifty at their workshop.

Rosina came to couture after working as a model at the Madrid branch of the French house Paquin. She left the catwalk and opened the Monforte y Cia fashion house on Gran Vía. She later occupied premises in the Plaza de Santa Bárbara.

Manuel Pertegaz, a master couturier who is now ninety years old, discovered the fascination of the world of fashion after joining the Angulo tailoring firm in Barcelona at the tender age of fifteen. In 1942 this fascination led to his first collection, followed by the opening of houses first in Barcelona and five years later in Madrid's Calle Hermosilla. Due to his great talent, his career was brilliant from the very start, and he has managed to weather the various storms that have put the sector to the test over the years. When Christian Dior died in 1957, Pertegaz was mentioned as a possible successor, but he continued with his career in Spain. It was also in 1957

⁶ *Memorias de la Marquesa de Santa Cruz de Ynganzo...*, 2000, p. 28.

⁷ Although he did not achieve fame until 1929, coinciding with the International Exhibition held that year in Barcelona.

⁸ The two designers' decision to share the Spanish fashion market is now legendary.

⁹ According to biographical notes published in *La moda en España*, 1955, he was born in 1909.

rias su relación y admiración por Pedro Rodríguez:

“En todo caso yo sabía que con el modisto Pedro Rodríguez siempre acertaba. Su lema: *En caso de duda, la sencillez*, me gustaba; se adaptaba perfectamente a mi criterio. No me han gustado jamás los perifollos y él hacía de la sobriedad su elegancia. Era alegre y colorista como Chagall. Fue un hombre de éxito al que le llegó la decadencia en vida, cuando tuvo que cerrar su último salón en San Sebastián, después de Barcelona y Madrid, porque la moda funcional del *prêt-à-porter* sustituyó de inmediato a la alta costura. Vistió a toda la nobleza y burguesía española que tuvo su protagonismo social en los años 50 y 60. Se decía que tenía un ‘ejército’ de setecientas personas entre dibujantes, maniqués y vendedores. Él también vio pasar la gloria por su vida”⁶.

En este ambiente surgieron las diferentes casas de Alta Costura. Sin lugar a dudas, el espejo al que todos dirigirán su mirada será al maestro de Guetaria. Cristóbal Balenciaga vio la luz en 1895 y sus primeros pasos en costura los dio de la mano de su madre. Con el tiempo se convertiría en el padre y maestro de los más jóvenes modistas que empezaron su andadura en los años 40 y 50.

El valenciano Pedro Rodríguez nació en el mismo año de 1895. Pronto pasó a Barcelona, donde desarrolló su carrera. Llegó a la costura desde la sastrería y en 1919⁷ se instala por su cuenta, sin considerar la necesidad de afincarse en París⁸, capital de la moda desde hacía dos siglos. Abrió casas en Barcelona, San Sebastián y Madrid, donde, además del salón, inauguró una *boutique* en el Hotel Castellana Hilton.

Asunción Bastida llegó a la costura desde su afición infantil, de forma autodidacta. Su aprendizaje lo completó con viajes a París. En 1929 ganó la primera medalla en el Pabellón de Alta Costura en la Exposición Nacional de Barcelona. Su primera casa la abrió en la Gran Vía barcelonesa en 1926, para trasladarse más adelante al señorial Paseo de Gracia, número 96, donde destinó un piso a taller y otro a salón. Después de la Guerra Civil amplió el negocio y ocupó el palacio del Marqués de Villamizar. En Madrid, también eligió las inmediaciones de la Gran Vía y, con posterioridad, inauguró en la calle de Hermosilla, número 18, un espacio dedicado a una línea joven con su *boutique* Sport (figura 2).

Marbel (Eusebio Oller Roca) nació en Tarragona (1902-1969). Se formó como dibujante y viajó a París, donde trabajó en la Maison Poiret. Determinó instalarse en París, pero el inicio de la Segunda Guerra Mundial le hizo regresar a España, y en 1939 inauguró su casa de modas en Barcelona y en 1945, otra en Madrid. En 1955 dio un salto importante e inauguró una nueva casa en La Habana, que cerró cuatro años después.

Lino, madrileño de nacimiento, vio la luz en 1915⁹. A partir de una academia de corte y confección donde entró como ayudante, se formó en el oficio y demostró una gran habilidad para el corte y la costura. En sus inicios realizaba prendas que vendía a tiendas, hasta que se independizó y se instaló en la calle de Fernández de la Hoz. Posteriormente se trasladó a la plaza de Santa Bárbara, primero en el número 4 y con posterioridad en el 3.

Natalio (1908-1973) instaló su salón en la plaza de la Independencia. Se formó como sastre y viajó a París donde culminó su maestría.

La siguiente generación está formada por costureros que han nacido unos veinte años después aproximadamente. Entre los más reconocidos mencionamos a:

Vargas-Ochagavía, dúo formado por Jesús Vargas Corral (1915) y Emilio Ochagavía (1919). Su moderno salón lo abrieron en el antiguo paseo de Calvo Sotelo y presentaron su primera colección en 1947. Aunque los inicios fueron difíciles –contaron en un principio con la ayuda de la madre de Jesús, que ejerció de oficiala–, llegaron a tener cincuenta personas trabajando en el taller.

Rosina llegó a la costura desde su vocación como maniquí. Empezó a trabajar como modelo en la casa francesa Paquin con sede en Madrid. Transcurrido un tiempo dejó la pasarela y abrió una casa de moda, Monforte y Cia, en la Gran Vía. Más tarde se trasladó a la plaza de Santa Bárbara.

Manuel Pertegaz, maestro que cuenta con noventa años, descubrió la fascinación del mundo de la moda tras su paso por la sastrería Angulo de Barcelona con apenas quince años. Esta seducción se materializó en su primera colección, en 1942, y la apertura de su casa en la Ciudad Condal y, cinco años más tarde, en la comercial calle Hermosilla de Madrid. Desde sus inicios se auguró una brillante carrera, por su talento, y ha sa-

⁶ *Memorias de la Marquesa de Santa Cruz de Ynguanzo...*, 2000, p. 28.

⁷ Pero hasta 1929 no alcanzó renombre, coincidiendo con la Exposición Internacional celebrada en Barcelona.

⁸ Forma parte de la leyenda el consenso al que llegaron ambos creadores de repartirse el mercado de la moda española.

⁹ La fecha de su nacimiento se adelanta a 1909 según las notas biográficas publicadas en *La moda en España*, 1955.

when he transferred his Madrid salon to the Paseo de la Castellana. In the late 60s he moved his premises in a mansion in Madrid's El Viso district.

Herrera and Ollero. Rafael Herrera (1925) is from Seville, although he was born in Tangiers, and Enrique García-Caballero Ollero (1926) was born in Coria. They met in Madrid in 1948 and set up business in a modest salon in Calle de San Onofre, where they presented their first collection in 1952. Six years later they opened a new salon in Calle del Almirante. In an article he wrote on the two young designers entitled "Herrera and Ollero, Haute Couture artists," the journalist Julián Cortés-Cavanillas said of them:

"Here we have two men that have reached the orbit of fame due to intelligence, fantasy, good taste and tenacity. Conquering space in the mythical constellation of fashion *par excellence* (that dedicated to the capricious empire of women) was a very difficult feat in times when the gods had names like Dior and Fath and – to Spain's credit in France and the rest of the world – are now called Balenciaga and Castillo. However, this 'tandem' of young designers – Rafael Herrera, from Seville in Andalusia, and Enrique García-Caballero Ollero from Coria in Extremadura – have set a veritable record in time and space by starting from a distressing 'zero' and achieving national and international fame in Europe and the United States of America, all in less than fifteen years"¹⁰ (figure 3).

The takeoff of Spanish Haute Couture

1947 was a decisive year for international fashion, with Christian Dior presenting his *Corolla Line* – renamed by Carmen Snow, editor-in-chief of *Harper's Bazaar* fashion magazine, as the "New Look" – in his first collection. In complete contrast with the austerity of the forties, with the scarcities and needs brought on by a World War, a new era in women's lines with volumes and narrow waists began.

1957 was a decisive year in the country's history and a definitive moment for its art, with El Paso, Equipo 57 and Grupo Parpalló representing new experiences. Nationally, the Spanish textile in-

dustry was growing rapidly: Catalanian mills were producing high-quality cotton for export to Morocco, England, Finland, Greece, Lebanon, Australia, Egypt and South Africa. As we shall see, this was to prove decisive for Haute Couture.

The 50s ushered in a brilliant period. Fashion creation was to polarise at two points: Madrid and Barcelona. Through the opening of their salons, the fashion houses presented their collections in a display of richness and colour that was well covered in the press. Furthermore, the numerous parties and other events like society weddings, debutante balls and cocktail parties, served as showcases for the fashion salons.

Setting out to conquer other markets also led the fashion houses to cross the Atlantic. The American markets were a very desirable commercial option, and American soil was a springboard for the international dissemination of Spanish fashion. It was during those years that the United States first discovered and then took an interest in all things Spanish, encouraged in all likelihood by the rapprochement between the two countries. Spanish fashion's coming of age freed it from the dictates of Paris, enabling it to adapt trends without renouncing Spanish tastes and preferences. Spanish inspiration stimulated the senses of the foreign buyers who regularly attended the fashion salons. Additionally, the events attended by those (mainly American) buyers, foreign journalists who were well-known in Spain and members of the diplomatic corps – all of whom represented an elite public – were frequently organised in order to promote Spanish fashion. With this idea in mind, a major celebration was organised for the Festival Internacional de la Moda Española (International Spanish Fashion Festival) in 1952. In his opening speech, the chairman of the organising committee stressed the importance of the event, stating that it "united the great Spanish and American fashion industries"; he also proposed a toast to "the Fashion Festival becoming a bond confirming the friendship between the two great nations" and extolled "the importance that the fashion industry in Spain has recently attained..."¹¹

The press at the time underscored the role played by Asunción Bastida in the

¹⁰ CORTÉS-CAVANILLAS, 1952.

¹¹ *La moda en España*, issue 157, 1952.

bido esquivar las dificultades que este sector ha atravesado en diferentes momentos. En 1957, año de la muerte de Christian Dior, se habló de Pertegaz como su sucesor, pero continuó su carrera en España. Fue además en este mismo año cuando cambió la dirección de su salón en Madrid, y se trasladó al paseo de la Castellana. A finales de los años 60 se instaló en un palacete en El Viso.

Herrera y Ollero. Rafael Herrera (1925) procede de Sevilla, aunque nació en Tánger, y Enrique García-Caballero Ollero (1926), en Coria. Se conocieron en Madrid en 1948 e iniciaron su actividad en un modesto salón en la calle de San Onofre, donde presentaron su primera colección en 1952. Seis años después inauguraron un nuevo salón en la calle del Almirante. Julián Cortés Cavanillas, periodista de la época, firmó uno de sus artículos dedicado a los dos jóvenes costureros como "Herrera y Ollero, artistas de la Alta Costura", y de ellos resaltaba lo siguiente:

"He aquí dos hombres colocados en la órbita de la fama por el propio impulso, cargado de inteligencia, de fantasía, de buen gusto y de tenacidad. Conquistar un espacio en la constelación mítica de la moda por antonomasia —que es la consagrada al imperio caprichoso de la mujer—, es engaño muy difícil en los tiempos en que los dioses se llamaron Dior y Fath, y todavía se llaman, para honor de España en Francia y en el mundo, Balenciaga y Castillo. Sin embargo, este 'tándem' de modistos jóvenes, un andaluz de Sevilla como Rafael Herrera y un extremeño de Coria como Enrique García-Caballero Ollero, han batido un auténtico 'record', en el tiempo y en el espacio, arrancando de una 'nada' angustiosa, y alcanzando en menos de quince años, una proyección nacional e internacional en Europa y los Estados Unidos de América"¹⁰ (figura 3).

El despegue de la Alta Costura española

Para la moda internacional, 1947 fue un año decisivo al presentar Christian Dior en su primera colección la *Línea Corola*, rebautizada como *New Look* por Carmen Snow, redactora jefe de la revista de moda *Harper's Bazaar*. Frente a la austeridad de los años 40 provocada por la carestía



Figura 3. Herrera y Ollero.
Figure 3. Herrera y Ollero.

y las necesidades de una guerra mundial, se abría una nueva etapa de líneas femeninas, de volumen y cinturas estrechas, que contrastaba frontalmente con la década anterior.

El año 1957 fue decisivo para el devenir histórico en nuestro país y definitivo en lo artístico. El Paso, el Equipo 57 y el Grupo Parpalló representaban las nuevas experiencias del arte español. A nivel nacional, la industria textil española estaba en plena expansión. Las fábricas catalanas ofrecían algodones de gran calidad que eran exportados a Marruecos, Inglaterra, Finlandia, Grecia, Líbano, Australia, Egipto y África del Sur. Esta circunstancia también sería decisiva para la Alta Costura, como veremos más adelante.

La década de los 1950 preludió una etapa de gran brillantez. La creación de moda se iba a bipolarizar en dos áreas: Madrid y Barcelona. Las diferentes casas de moda, desde la inauguración de sus salones, presentaban sus colecciones en un alarde de riqueza y colorido y la prensa se hizo eco de ello. A esto se su-

¹⁰ CORTÉS-CAVANILLAS, 1952.



Figura 4. *Boletín de la moda*, 1952.
Figure 4. *Boletín de la moda*, 1952.

acceptance and repercussions of Spanish fashion abroad: "Spanish fashion has asserted itself in International Couture and Asunción Bastida is the main person responsible for the movement."¹²

The presentation of her bullfight-inspired "*Tendencia Española*" and its resounding success in 1952 won her an invitation to the Fashion Group Citation in Philadelphia, which brought together world-famous names in fashion.

It was through her that attention focused on Spanish fashion in Buenos Aires, Rio de Janeiro, Santiago de Chile and Montevideo; her joy at its triumph was evident in the statements she made to the press as she got off the plane:

"A great success in every way; the Chilean press brought out special editions on the event. Spanish fashion has triumphed internationally once again. I feel very proud as a Spaniard to have played my part in this mission."¹³ (figure 4)

In the great quest for new markets, Marbel opened a house in Havana. The fashion magazines covered the success of his work at the presentation of his collections, such as that at the Havana Yacht Club in 1955, and the exhibition of one hundred evening gowns presented by two of his models, Juanita and Viki, who accompanied him in a finan-

cial venture costing 1,300,000 pesetas. On this occasion, the warm reception afforded his work surpassed even Christian Dior's presentation and local magazines like *Estampa* praised him in glowing terms:

"Marbel, the undisputed leader of Spanish fashion and to our mind the best Spanish designer, has visited and delighted us with a collection of models of his own creation that has made a truly lasting impression on the minds of the women of Havana. A collection of truly exquisite evening gowns was presented to us by this great designer at the Havana Yacht Club. But this only hints at the artist's potential and mastery. In the annals of world fashion there has never been – neither in France nor Italy nor England, or any country in the Americas – a designer who has presented a collection of one hundred evening gowns without the collaboration of other colleagues. This time Marbel has surpassed even himself, adding yet more laurels to the many he has already won during his triumphant artistic career."¹⁴

Pertegaz and Herrera and Ollero also made bids to conquer the American market. Pertegaz took his first trip to the United States in 1954, presenting his collection in New York, Boston, Atlanta and Philadelphia. He took part in the 1964 New York World's Fair, also presenting his collections at Lord & Taylor in that city and at Magnin in Los Angeles, in the process receiving invitations that ultimately took him to South America.

Herrera and Ollero attended the New York World's Fair on several occasions and presented collections in Puerto Rico. Their exclusive creations were sold at the Bonwit Teller department stores in New York from 1965¹⁵. Other American cities happy and eager to welcome the work of these two young designers were Los Angeles, Philadelphia, Boston, Chicago, Cleveland and Palm Beach.

Spanish fashion triumphed wherever it was presented, as was the case at an exhibition of Spanish Haute Couture in the Spanish pavilion at the 1958 Brussels World's Fair. Among those who attended were Asunción Bastida, Marbel, Pertegaz, E.I.S.A., El Dique Flotante, Pedro Rodríguez, Vargas-Ochagavía and Santa Eulalia. The press was very enthusiastic about the success of the Spanish exhibits:

¹² *La moda en España*, issue 158, 1952.

¹³ *La moda en España*, issue 167, 1953.

¹⁴ *La moda en España*, January, 1955.

¹⁵ *Palm Beach Daily News*, 4 March, 1965.

maron las numerosas fiestas y otros eventos como bodas, puestas de largo y cócteles, que constituyeron los escaparates indiscutibles para los salones de moda.

Las casas de costura también se lanzaron a la conquista de otros mercados que les llevaron a cruzar el Atlántico. El mercado americano se presentaba como una opción comercial muy apetecible y las tierras americanas serían el soporte para difundir la moda en el exterior. Norteamérica en estos años descubrió lo español y se interesó por lo español alentada, probablemente, por el acercamiento entre ambos países. La mayoría de edad de la moda española permitía la autonomía de los dictámenes parisinos, y adaptar esas tendencias pero sin olvidar los gustos y preferencias nacionales. La inspiración española fue lo que despertó los sentidos a los compradores extranjeros, que eran habituales en los Salones de Moda. Además, fue frecuente la organización de encuentros donde aquéllos (fundamentalmente estadounidenses), periodistas de otros países destacados en el nuestro y el cuerpo diplomático representaban un público excepcional para dar a conocer la moda nacional. Con esta intención se organizó una importante fiesta en torno al Festival Internacional de la Moda Española, en 1952. El presidente de la comisión organizadora señaló en su discurso la importancia del acto “que viene a vincular las grandes industrias de confección española y norteamericana” y brindó “para que el Festival de la Moda sea un lazo que afirme la amistad entre las dos grandes naciones” y “Exaltó la importancia que la industria de la moda en España ha adquirido en estos momentos...”¹¹.

Las crónicas de la época señalan la responsabilidad de Asunción Bastida en la aceptación y repercusión de la moda española en el exterior:

“La Moda Española se impone en la Costura Internacional, y doña Asunción Bastida es la principal artífice de este movimiento”¹².

La presentación de su “*Tendencia Española*”, inspirada en la fiesta nacional, con un rotundo éxito en 1952, le valió la invitación para acudir en Filadelfia al Gran Certamen Internacional, donde se daban cita otras firmas de reconocido prestigio mundial.

De su mano, la moda española también recibió atenciones en Buenos Aires, Río,

Santiago de Chile y Montevideo. La felicidad de Asunción Bastida por el triunfo de la moda española está presente en sus declaraciones recogidas según bajaba del avión:

“Un gran éxito en todos los sentidos; la Prensa chilena dedicó ediciones especiales al acontecimiento. La moda española ha triunfado una vez más internacionalmente. Como española me siento muy orgullosa de haber colaborado a tal misión”¹³ (figura 4).

En la aventura por encontrar nuevos mercados, Marbel inauguró casa en La Habana. Las revistas se hicieron eco del triunfo obtenido por su trabajo en la presentación de sus colecciones, como la celebrada en el Habana Yacht Club, de 1955, con la exhibición de cien trajes de noche, presentados por dos de sus modelos, Juanita y Viki, que lo acompañaron en una apuesta que supuso un gran esfuerzo económico, valorado en 1.300.000 pesetas de la época. En esta ocasión, la gran acogida de su trabajo incluso superó a la propuesta de Christian Dior, y las revistas locales de la isla, como *Estampa*, lo elevaron a la máxima categoría:

“Marbel, sin discusión alguna a la cabeza de la moda española, y que consideramos como el mejor modisto español, nos ha visitado y nos ha deleitado, con una colección de modelos creados por él, que ha dejado verdadera huella en el sentir femenino de La Habana. Una colección de trajes de noche verdaderamente exquisitos, nos fueron presentados por dicho gran modisto en el Habana Yacht Club. Esto sólo es ya un alarde que dice bien de la potencialidad y maestría de dicho artista. En los anales de la moda mundial no ha existido nunca, ni en Francia, ni en Italia, ni en Inglaterra, ni en ningún país de América, un modisto que haya presentado, sin la colaboración de otros colegas, una colección de cien trajes de noche. En esta ocasión Marbel se ha superado y ha añadido un laurel más a los muchos conseguidos durante su triunfal carrera artística”¹⁴.

También Pertegaz y Herrera y Ollero se lanzaron a la conquista del mercado americano. Pertegaz realizó su primer viaje a Estados Unidos en 1954, y presentó su colección en Nueva York, Boston, Atlanta y Filadelfia. También participó en la Feria de Nueva York en 1964; presentó sus colecciones en los almacenes Lord

¹¹ *La moda en España*, N. 157, 1952.

¹² *La moda en España*, N. 158, 1952.

¹³ *La moda en España*, N. 167, 1953.

¹⁴ *La moda en España*, enero, 1955.



Figura 5. Algunos modelos presentados en la Exposición Internacional de Bruselas. *Boletín de la moda*, 1958.
Figure 5. A few outfits presented at the World's Fair in Brussels. *Boletín de la moda*, 1958.

venture to say in the whole world, that is ready at this time to make that possible, and this is due to the desire of women of all social classes, who fortunately have not lost their femininity, to dress well at all times.¹⁷

The Spanish magazines as well as foreign publications like *Life*, *Vogue* and *Harper's Bazaar* were indispensable in promoting Spanish fashion. Among the Spanish publications we might mention are *Boletín de la Moda*, *La Moda en España*, *Textil*, *Alta Costura*, *Siluetas*, *El Hogar y la Moda*, etc. By covering all the novelties, these magazines served as references for those women who did not belong to the elite social classes.

Although not unaffected by the trends set in Paris, Spanish fashion was characterised by its very "Spanishness," the weight of its tradition, its regional characteristics and its autochthonous and folkloric aspects. But above all, it was the work of masters like Zurbarán, Velázquez and Goya that inspired the creations of the Spanish workshops. Furthermore, depending on the designer, such sources of tradition and culture were viewed and expressed in very different ways (figure 6).

Balenciaga was the master of austerity, while Pedro Rodríguez and Asunción Bastida had a more Baroque notion of fashion. Even so, the individuality of Spanish fashion was unquestionable and evident at all the venues where it was featured – a fact pointed out at the International Festival of Spanish Fashion in August 1952:

"Five fashion houses have taken part in the festival: Pertegaz, Pedro Rodríguez, Dique Flotante, Asunción Bastida and Santa Eulalia. We felt the absence of other major designers. But we have drawn an important conclusion: a 'Spanish style' does exist in Haute Couture. It is not necessary for our creators to copy French models. Our designers are capable of competing on equal terms with the best foreign firms. The *Daily Telegraph's* correspondents in Spain told its readers about our Festival, and I quote: 'Madrid must be regarded as a new fashion centre.' We should congratulate ourselves most sincerely on this."¹⁸

In line with this, Asunción Bastida's 1952 collection revealed the inspiration

"Spanish fashion has laid down its rules for the whole world and achieved a resounding international victory that has made it worthy of being inscribed in gold lettering in the annals of fashion history."¹⁶ (figure 5)

For Spanish fashion the middle decade of the 20th century was a period of fullness and maturity. This was particularly true in the case of the major salons which gradually established themselves and of others (like Miguel Dorian's, which took premises in an attic in Calle del Barquillo in Madrid, in 1955) that opened during this period. Dorian said he chose Madrid because he was convinced that:

"... once couture is noticed and it is given the right facilities, Madrid can become one of most important centres in the world as regards fashion. Having great creators like Balenciaga and Castillo in Paris and Rodríguez, Pertegaz, Bastida, Marbel and Vargas-Ochoagavía, etc., in Madrid, this should not be difficult. One contribution to that victory is the ambience in Madrid, which as far as I am concerned is the only city in Europe, and I would almost

¹⁶ *Boletín de la moda*, issue 52, 1958.

¹⁷ *La moda en España*, October, 1955. It goes without saying that at Dorian's salon, as at other couture houses, no expense was spared, as this area was to be the house's calling card:

"As we said at the beginning, the idea was meditated on and matured for six years and is now a reality. It is situated in a magnificent attic in Calle del Barquillo that is full of light and gaiety and whose spotless white walls, off-white drapes and light beige furniture, upholstery, carpets and uniforms ensure that nothing will cause undesirable contrasts or distract the attention from the models as they show the designs. A very large terrace, beautifully decorated under the thoughtful supervision of the architect López Montenegro, will make the showings even more pleasant in spring and summer, and now in winter, with its plants and flowers will add a note of gaiety through the salon's large windows."

¹⁸ *La moda en España*, issue 157, 1952.

and Taylor, en Nueva York, y Magnin, en Los Ángeles; y recibió otras invitaciones que le llevaron a América del Sur.

Herrera y Ollero acudieron en diferentes ocasiones a la Feria Universal de Nueva York, presentaron diferentes colecciones en Puerto Rico, y sus prendas exclusivas se vendieron en los grandes almacenes neoyorkinos Bonwit Teller a partir de 1965¹⁵. Otras ciudades estadounidenses que recibieron con gran satisfacción y entusiasmo el trabajo de estos dos jóvenes modistas fueron Los Ángeles, Filadelfia, Boston, Chicago, Cleveland y Palm Beach.

La moda española triunfaba en todas aquellas convocatorias a las que concurría. En el pabellón español de la Exposición Universal de Bruselas de 1958 se presentó una muestra de la Alta Costura española. A la cita no faltaron Asunción Bastida, Marbel, Pertegaz, E.I.S.A., El Dique Flotante, Pedro Rodríguez, Vargas-Ochagavía y Santa Eulalia. La prensa resaltó con gran entusiasmo el éxito de las propuestas nacionales:

“La moda española ha dictado sus normas al mundo entero, logrando un rotundo triunfo internacional digno de figurar con letras de oro en el libro de honor de la historia de la moda”¹⁶ (figura 5).

Durante esta década central del pasado siglo la moda española atravesaba por una etapa de plenitud y madurez. Ello se pone de manifiesto en los importantes salones que han ido encontrando su sitio y en otros que se inauguraron, como fue la casa de Miguel Dorian en Madrid, en 1955, en un ático de la calle del Barquillo. En sus propias palabras la decisión definitiva la adoptó al estar convencido de que Madrid:

“... puede llegar a ser, tan pronto como a la costura la tomen en cuenta y la (sic) den ciertas facilidades, un centro de los más importantes del mundo en cuanto a la moda se refiere. Contando, como cuenta ya, con los grandes creadores que son Balenciaga y Castillo en París, y Rodríguez, Pertegaz, Bastida, Marbel, Vargas-Ochagavía, etc., en Madrid, no es difícil conseguirlo. Contribuye a su triunfo el ambiente de una ciudad como Madrid, que para mí es la única ciudad de Europa, y casi diría del mundo en los momentos actuales, que se presta a ello por el deseo que muestra la mujer que, afortunadamente, no ha perdido todavía su feminidad, en vestirse bien en todo momento y dentro de todas las clases sociales”¹⁷.



Figura 6. Herrera y Ollero, 1960. El peso de la tradición.
Figure 6. Herrera y Ollero, 1960. The weight of tradition.

Las revistas de moda españolas, además de las extranjeras como *Life*, *Vogue* o *Harper's Bazaar*; fueron un canal indispensable para la difusión. Entre las revistas españolas mencionamos *Boletín de la Moda*, *La Moda en España*, *Textil*, *Alta Costura*, *Siluetas*, *El Hogar y la Moda...* Estas revistas, al hacerse eco de todas las novedades, representan un medio de referencia para aquellas mujeres que no pertenecen a la élite de la sociedad.

La moda española no es ajena al rumbo marcado por París, pero se define por su casticismo y por el peso de la tradición, por los toques regionales, por lo autóctono, por el folklore. Pero, sobre todo es la obra de maestros como Zurbarán, Velázquez y Goya la que sustenta las creaciones de los talleres nacionales. Además esa fuente de la tradición y de la cultura se entiende y expresa de manera muy distinta en las diferentes manos (figura 6).

Balenciaga, maestro de la austeridad; Pedro Rodríguez y Asunción Bastida, más barrocos en el concepto del traje. Aun así, la identidad de la moda española es algo incuestionable que se manifiesta evidente en todas aquellas

¹⁵ *Palm Beach Daily News*, 1965: 4 de Marzo.

¹⁶ *Boletín de la moda*, N. 52, 1958.

¹⁷ *La moda en España*, octubre, 1955. Como no podía ser de otro modo, al igual que los salones de las otras casas de costura, el de la casa Dorian destacó por no escatimar medios, dado que este espacio se configuró como la tarjeta de presentación de la casa: “La idea, como dijimos al principio, ha sido meditada y madurada durante seis años y hoy ya es una realidad. En un magnífico ático de la calle del Barquillo, todo claridad y alegría, paredes blanco impoluto, cortinajes hueso, muebles, tapicerías, alfombras y uniformes en *beige* claro, para que nada distraiga en el desfile de las modelos ni haga contrastes desacertados. Una amplísima terraza bellamente decorada bajo la inteligente dirección del arquitecto López Montenegro, que hará más agradables los desfiles en primavera y verano, y que ahora, en invierno, con sus plantas y flores, dan una nota de alegría a través de los grandes ventanales del salón.”



Figura 7. A la izquierda, Modelo Albarracín. Pedro Rodríguez. *La moda en España*, 1952; a la derecha, Pedro Rodríguez. Museo del Traje. CIPE.
 Figure 7. On the left, Albarracín outfit. Pedro Rodríguez. *La moda en España*, 1952; on the right, Pedro Rodríguez. Museo del Traje. CIPE.

of the richness of Spanish regional costumes. As she herself said:

“The basis for the collection I presented in Madrid was the regional costume – Spanish tradition as maintained in some regions and preserved in our grandmothers’ chests and in the imagination of the elderly and aired on the streets on special occasions in honour of festivals and grand events.

Every one of our grandparents’ costumes has a wealth of detail with ‘millions’ of amazing effects because our country has always excelled where grace of line, rhythm of colour and beading are concerned.

I truly believed that bearing modern dress in mind – simply bearing it in mind – and adapting that different, varied and marvellous line I have mentioned to the needs of our women would thrill the foreign buyers and please Spanish women.”¹⁹

That inspiration was not only captured in the cut, lines and choice of materials; it was also reflected in the names given to the dresses: *Santander, Asturias, Zamora, Extremadura, Castilla, España* and the design chosen by *Life* magazine for its cover – *Montañesa* (figure 7).

Vargas-Ochagavía’s 1951 winter collection takes us to the halls of the Prado Museum, where the fabrics they chose for their coats were inspired by the works of Velázquez and the cut by the severity of Zurbarán. Flounces were taken from Goya and colours from El Greco. It was in the choice and shrewd combinations of details where Spanish fashion made a unique contribution and distanced itself from French influence.

But the collections of other designers also displayed that wisdom which took made the most of the elements of Hispanic culture.

The seduction of Andalusia was not absent from Herrera and Ollero’s collections. They never tired of their love of flounces and lacework, and hints of Zurbarán were also at the heart of some of their work, setting up a dialogue with modernity by reinterpreting ideas of Picasso’s.

It was with cocktail and evening gowns where the mind was able to take its greatest flights of fantasy. Hand embroidery with appliqué (of precious stones), beads, multicoloured sequins and floss silk cloth recreated motifs on delicate surfaces, sometimes Baroque in taste and covering empty spaces in a *horror vacui* that connected with all of popular tradition. The use of lace, on many occasions black blonde, revived a tradition and gave a boost to an industry in which Spain had excelled in previous centuries. All this gave Spanish fashion a hallmark of its own and an unmistakable identity that has endured over time and has always seduced designers from other parts of the world. Indeed, this aspect was taken up as a theme for reflection at the “Genio y Figura” exhibition held at Expo 2005 Aichi²⁰.

One of the main contributions at this time was the cocktail dress. Low-necked but short, it was the idea of the brilliant, revolutionary Dior, who introduced it in 1948. The Spanish workshops came up with an extraordinary interpretation of the dress, which henceforth was never absent from collections. Naturally, the diversification of events determined a new use for dresses and the cocktail dress became essential for new social occasions:

“Parties and customs make the dress a must. Mornings have been the same since the world began, but nowadays a

¹⁹ *Boletín de la moda*, issue 8, September-October, 1952.

²⁰ See catalogue *Genio y Figura*, 2006.

convocatorias donde aquélla se presenta. En el Festival Internacional de la Moda Española celebrado en el mes de agosto de 1952 se destacó este particular:

“Cinco han sido las casas que han tomado parte en la fiesta: Pertegaz, Pedro Rodríguez, Dique Flotante, Asunción Bastida y Santa Eulalia. Notamos la falta de otros importantes modistos. Pero hemos sacado una importante consecuencia. Existe un estilo español en la Alta Costura. No es necesario a nuestros creadores copiar los modelos franceses. Nuestros modistos pueden competir en igualdad de condiciones con las mejores firmas extranjeras. El *Daily Telegraph*, al contar, por medio de sus corresponsales en España, el Festival a sus lectores, decía textualmente: ‘Hay que considerar Madrid como otro centro de la Moda’. Nos congratulamos sinceramente por ello”¹⁸.

Siguiendo estas pautas la colección de Asunción Bastida del año 1952 recogía la inspiración aportada por la riqueza de los trajes regionales, y manifestó:

“La base de mi colección presentada en Madrid fueron los trajes regionales, la tradición de España guardada en algunas regiones y conservada en ella, en esas viejas arcas de nuestras abuelas y en la imaginación de los más viejos y sacada al aire de la calle en ocasiones muy relevantes, como el homenaje en fiestas y actos nobles.

Cada vestido de nuestros abuelos es rico en detalles, ‘millonario’, de sorprendentes efectos, porque nuestro país siempre fue destacado en la gracia de la línea y el ritmo del color y del abalorio.

He creído firmemente que recordar, simplemente recordar, el vestido moderno y adaptar a las necesidades de nuestras mujeres esa línea a la que aludo, tan distinta, tan varia y maravillosa, emocionaría a los compradores extranjeros y gustaría a las mujeres españolas”¹⁹.

Esa inspiración no sólo se plasmó en los cortes, en las líneas y en la selección de los materiales, sino que también quedó reflejada en el nombre dado a los trajes: Santander, Asturias, Zamora, Extremadura, Castilla, España y Montañesa. Este último elegido por la revista *Life* como portada (figura 7).

La colección de invierno de 1951 de Vargas-Ochagavía nos traslada a las salas del Museo del Prado donde eligen

para sus abrigos tejidos inspirados en las obras de Velázquez y para los cortes, la severidad de Zurbarán; los volantes provienen de los pinceles de Goya y los colores, del Greco. Es en la elección de estos detalles y en la sabia combinación de los mismos donde la moda española hizo su aportación y se distanció de lo francés.

Pero en las colecciones de otros modistos también está presente esta sabiduría que sabe aprovechar los elementos de la cultura hispana.

La seducción por el influjo andaluz no está ausente en las colecciones de Herrera y Ollero. El gusto por los volantes y los encajes no se agota, y las notas zurbaranescas también presiden algunas de sus colecciones y establecen un diálogo con la modernidad reinterpretando las propuestas picassianas.

Los trajes de cóctel y de noche son los que permiten mayor fantasía. Los bordados a mano con aplicaciones de pedrería, mostacillas y lentejuelas multicolores y los hilos de seda lasa recrean motivos sobre las delicadas superficies, a veces siguiendo un gusto barroco, cubriendo espacios en un *horror vacui* que enlaza con toda la tradición popular. La utilización de encajes, en muchas ocasiones blondas negras, supone recuperar una tradición e impulsar una industria en la que España destacó en siglos anteriores. Por todo ello, la moda española tiene signo propio y una identidad inconfundible que se ha mantenido en el tiempo y que, por otro lado, ha seducido a diseñadores de otras latitudes. Precisamente este motivo ha sido objeto de reflexión en la exposición “Genio y Figura” que se inauguró con motivo de la Exposición Internacional de Aichi, en 2005²⁰.

Una de las grandes aportaciones de estos momentos es el traje de cóctel: un vestido escotado, pero corto, idea del genial y revolucionario Dior, quien lo lanzó en 1948. Los talleres nacionales hicieron una interpretación extraordinaria de este traje, que no faltaba en ninguna de sus colecciones. Naturalmente, la diversificación de eventos determina un nuevo uso para los trajes, y el traje de cóctel se incorpora a las nuevas exigencias sociales:

“Fiestas y costumbres imponen el traje. Las mañanas son todas iguales desde que el mundo amaneció, pero hoy es necesario un traje para las mañanas

¹⁸ *La moda en España*, N. 157, 1952.

¹⁹ *Boletín de la moda*, N. 8, septiembre-octubre, 1952.

²⁰ Véase Catálogo *Genio y Figura*, 2006.

dress very different from that worn at other times of the day is necessary for the morning. By the same token, having a drink with friends and sampling the delicious culinary tidbits that accompany the cocktail make it necessary for a woman to sport a garment very different from one which she would wear for daintily sipping tea, making a house call or going to the theatre.

The cocktail party demands a way of dressing that calls for a low-cut neckline and brilliantly-cut rich fabric; a garment that is not quite an evening dress, but more like suspension points leading up to it.²¹

Furthermore, a taste for a specific colour palette and its combinations allowed foreign eyes to discover something different. At a presentation in Madrid, Madame Heim, wife of the designer Jacques Heim, described feminine elegance in these terms:

"The critique I could make with regard to the various garments I see is that black is too predominant. In Paris, when we dress in dark colours we always wear a hat in a bright shade. I understand that the preference for black is deep-rooted among the Spanish as it dates from very long ago: it was King Philip II who dictated the fashion – black was a colour very well suited to the then-typical sobriety of the Spanish temperament. [...] I have noticed that the reputation of the women of Madrid for wearing good shoes is well deserved. They are very fond of heels and curved forms – features that are beautiful as they add a hint of slenderness to the figure. [...] Spanish women are endowed with a splendid beauty and their extremely ardent eyes hold the promise of great enthusiasm. [...] Spanish women are by no means more heavily built than the women of other European countries. Most of the garments we make for Spanish women have the same measurements as those for French women."²²

A unique Spanish event was the presentation of what came to be known as the "Country and beach collections" – simple summer dresses made mainly of cotton and at moderate prices to boot. Shown in June every year, these collections offered another business opportunity to spread the word about the high quality of Spanish fashion. The press gave wide coverage to this encounter with slogans like "Cotton is practical

and elegant for any hour of the day," thus enabling it to be used for daytime or cocktail wear, in printed or plain fabric, and playing with colours and ligature effects as proposed for the spring of 1959:

"Asunción Bastida, El Dique Flotante and Santa Eulalia have offered us a veritable flood of printed models.

Asunción Bastida chose large floral motifs for very low-cut 'fourreaus' accompanied by boleros, drawing attention to the collar details.

El Dique Flotante also used prints for swimsuits and trousers. The pants are very close fitting and feature a slightly short, buccaneer-style leg.

Herrera and Ollero, Emanuel and Elia Bea of Madrid delighted us with veritable marvels. Though very extreme, a design in cotton gabardine by Herrera and Ollero was at the same time simple in line. Emanuel brought us a cotton drill ensemble for eveningwear, while Elia Bea presented a lovely cocktail dress in an organza of satin-weave cotton.

Nor did Lino or Rosina dispense with cotton as they presented two simple, elegant models of cotton piqué.

Manolo Pertegaz and Pedro Rodríguez presented very full skirts and, at the same time, a classic straight shirt-waist. Pertegaz exhibited a large collection of swimsuits, many of cotton batiste, some forming charming baggy trousers with a figure-hugging bodice, others with elegant flounces.

Pedro Rodríguez created a number of very original three-piece beach dresses – bodice, buccaneer trousers and a skirt which could double as a cape.²³

A unique feature of this time was joint presentations by the various fashion houses at events whose aim was to promote Spanish fashion abroad. Besides the support given by the Cooperativa de la Moda y de los Salones ("Fashion and Salon Cooperative"), the magazine *La moda en España* played a very important part in this by supporting and organising catwalk shows for events unrelated to the fashion world. Thus, in 1954 it organised a fashion show in Villa Rosa as a tribute to the members of the X Congreso Internacional de Industrias Agrícolas y Alimenticias ("10th International Congress of Farming and Food Industries"). As the sources of the time pointed out, the desire to show the largest number of garments possible

²¹ *Boletín de la moda*, issue 1, 1952.

²² *La moda en España*, 1950.

²³ *Boletín de la moda*, issue 244, 1959.

muy distinto al de otras horas del día. Del mismo modo, tomar con los amigos una copa, con las deliciosas florecillas de cocina que acompañan al *cocktail*, precisa que la mujer luzca galas muy diferentes a las que llevaría para sorber delicadamente una taza de té o asistir a una casa o a un teatro.

El *cocktail* exige un modo de vestir que impone el escote, la tela rica brillantemente cortada, pero que no es todavía un traje de noche, sino como unos puntos suspensivos antes de él²¹.

Asimismo, el gusto también por una determinada paleta de colores y sus combinaciones permite a los ojos foráneos descubrir algo diferente. Madame Heim, esposa del modisto Jacques Heim, en una presentación en Madrid valoró en los siguientes términos la elegancia femenina:

“La crítica que yo podría hacer respecto al conjunto de vestidos que estoy viendo, es que en ellos domina demasiado el negro. En París, cuando vestimos de oscuro, siempre nos tocamos con un sombrero de tonalidad viva. Ya comprendo que esta afición española está arraigada porque data de muy antiguo: fue el Rey Felipe II quien impuso la moda del traje negro, que sentaba muy bien a la entonces característica gravedad del temperamento español. [...] He podido observar que la fama que tienen las madrileñas de ir bien calzadas es muy justa. Gustan mucho de las formas curvadas y de los tacones, detalles que son bellos porque proporcionan esbeltez a la figura. [...] La mujer española está dotada de una espléndida belleza, y sus ojos, ardentísimos, son prometedores de grandes entusiasmos. [...] No en modo alguno las españolas son más gruesas que las mujeres de otros países europeos. La mayoría de los vestidos que confeccionamos para las españolas suelen llevar las mismas medidas que los destinados a las francesas²².”

Singularidad española fue la presentación de colecciones que pasaron a denominarse “Colecciones de campo y playa”. Trajes sencillos de verano, en los que el algodón tenía su protagonismo, además de un precio más moderado. Todos los años en el mes de junio se pasaban estas colecciones; una ocasión comercial más para difundir el buen hacer de la costura del país. Desde la prensa se hacía una amplia cobertura de este encuentro con eslóganes como “El

algodón es práctico y elegante para cualquier hora del día”, lo que permitía emplearlo tanto para trajes de día como de cóctel, estampado o en tejido liso jugando con los colores y los efectos de ligamento como se propone para la primavera de 1959:

“Asunción Bastida, El Dique Flotante y Santa Eulalia, nos han ofrecido un verdadero derroche en modelos estampados.

Asunción Bastida se ha inclinado por los grandes motivos florales para ‘fourreaus’, muy escotados, acompañados de chaquetitas o boleros y recayendo la atención en la fantasía de los cuellos.

El Dique Flotante también ha utilizado los estampados para bañadores y pantalones. Estos son sumamente ceñidos a la pierna y ligeramente cortos, tipo pirata.

Herrera y Ollero, Emanuel y Elia Bea, de Madrid, nos han deleitado con verdaderas maravillas. Un modelo del primero de los citados, en gabardina de algodón, muy extremado, pero al mismo tiempo de línea sencilla. Emanuel nos ofrece un conjunto en esterilla de algodón para tarde; presentándonos Elia Bea, en organza de raso de algodón, un precioso vestido para *cocktail*.

Lino y Rosina tampoco han sabido prescindir del algodón y nos ofrecen dos elegantes y sencillos modelos, ambos en piqué de algodón.

Manolo Pertegaz y Pedro Rodríguez, han presentado al mismo tiempo que faldas con vuelo, el clásico camisero de línea recta. Pertegaz ha exhibido una extensa colección de traje de baño confeccionados muchos de ellos en batista de algodón, algunos formando un gracioso pantalón bombacho y cuerpo ceñido y otros con airosos volantes.

Pedro Rodríguez ha creado unos originales vestidos playeros compuestos de tres piezas: cuerpo, pantalón pirata y falda, ésta última pudiéndose utilizar como si fuera una capa²³.

Singularidad de este periodo fue la presentación conjunta de las diferentes casas de moda en eventos que podían ayudar a la promoción de la moda en el exterior. Además del apoyo de la Cooperativa de la Moda y de los Salones, la revista *La moda en España* tuvo un papel muy destacado colaborando y organizando desfiles para actos sin relación directa con el mundo de la tela. Así, en

²¹ *Boletín de la moda*, N. 1, 1952.

²² *La moda en España*, 1950.

²³ *Boletín de la moda*, N. 244, 1959.



Figura 8. Asunción Bastida. *La moda en España*, 1952.
 Figure 8. Asunción Bastida. *La moda en España*, 1952.

was amazing, as if the idea was that not one woman should be unable to choose a model and that countless creations had to be exhibited in a huge display of creativity:

"Ten of the top Spanish Haute Couture houses – Asunción Bastida, Emanuel, Isaura and Rosary Aranduy, Lino, Marbel, Natalio, Pedro Rodríguez, Pertegaz, Rosina and Vargas-Ochagavía, in addition to Marcos Menkes with his regional costumes – paraded their creations before the large, select audience, who constantly applauded and in general showed their approval for the original creations of the Spanish designers. During three hours of a non-stop show climaxing in a tremendous exhibition of forty evening dresses, the designers gave ample proof of their enormous creative capacity, taste and originality, leaving all those who attended such an exciting presentation with pleasant memories and filling us all with pride."²⁴

Acknowledgement of the good work also bore fruit in the form of prizes like that awarded to Vargas and Ochagavía by the State of Bavaria. They also won gold medals at the Munich exhibition and – with a natural satin evening gown with flowers embroidered in relief using

gold, precious stones and pearls – at the Brussels World's Fair.

Workshops, salons and models

The frenzied activity of the workshops ultimately leads us to the question of how they were organised (figures 8 & 9). At the beginning, they operated with a very small workforce but, as their reputations grew, they inevitably needed more staff: designers (Joaquín Esparza, Pepe Mesa, Oscar de la Renta), dressmakers, tailors, qualified assistants, models and sales representatives. In order to understand the couturier's work it is necessary to make a distinction between those who had studied and acquired an in-depth knowledge of tailoring and those who had entered the world of fashion from other fields like designing or draughtsmanship. This distinction is important as it defined the nature and development of the different firms. Tailoring is a trade skill, for it allows professionals to master the art of cutting and sewing thanks to their familiarity with pattern design and the female anatomy.

Balenciaga always said, "A couturier must be an architect for design, a sculptor for shape, a painter for colour, a musician for harmony and a philosopher for temperance," which sums up an exhaustive knowledge of the whole process, from idea to execution. Those who followed this path include the Master of Guetaria, Pedro Rodríguez, Pertegaz, Vargas-Ochagavía and Herrera and Ollero. Despite being one of the most outstanding names in Haute Couture, Asunción Bastida surrounded herself with a large team from which tailors, draughtsmen, dressmakers and qualified assistants were never absent. Together with Rosina, we could perhaps describe her as a woman with a shrewd business sense who did not lack sensitivity or refined tastes.

Exhibiting two collections a year in addition to attending other presentations and competitions made for frenzied activity. As can be seen in this extract from an interview with a number of Marbel's models, the exclusivity of the designs led to a need for secrecy and silence that was maintained by the whole team:

"When are you going to show the next collection?"

²⁴ *La moda en España*, issue 178, 1954.

1954 la revista organizó un desfile de modelos en Villa Rosa en honor de los miembros adheridos al X Congreso Internacional de Industrias Agrícolas y Alimenticias. No deja de sorprender, como así lo ponen de manifiesto las fuentes, el deseo de exhibirse con un número considerable de prendas, como si existiera la voluntad de no dejar que ninguna señora se quedara sin elegir su modelo, de mostrar creaciones innumerables en un alarde de creatividad:

“Diez de las principales Casas de Alta Costura española, integradas por: Asunción Bastida, Emanuel, Isaura y Rosario Aranduy, Lino, Marbel, Natalio, Pedro Rodríguez, Pertegaz, Rosina y Vargas-Ochagavía, además de los trajes regionales, de Marcos Menkes, desfilaron ante la numerosa y selecta concurrencia, que exteriorizó constantemente con sus aplausos y muestras de aprobación las originales creaciones de los modistos españoles, que en tres horas de ininterrumpido desfile, que culminó con una apoteósica exhibición de conjunto de cuarenta trajes de noche, dieron pruebas inequívocas de una gran capacidad creadora, gusto y originalidad, dejando a todos los asistentes a tan interesante presentación un grato recuerdo que a nosotros nos llenó de orgullo”²⁴.

El reconocimiento al buen hacer también se materializó en premios como el conseguido por Vargas y Ochagavía otorgado por el Estado de Baviera. En la Exposición de Múnich les fue concedida la medalla de oro, galardón que también repitieron en la Exposición de Bruselas con un vestido de noche en raso natural, bordado con flores en relieve en oro, piedras y perlas.

Talleres, salones y maniqués

Tanta actividad y frenesí de los talleres nos lleva a interesarnos por el funcionamiento de los mismos (figuras 8 y 9). En los inicios, los talleres trabajan con un número muy limitado de personal. Cuando las casas adquieren renombre la organización de la empresa necesita más personal: dibujantes (Joaquín Esparza, Pepe Mesa, Óscar de la Renta), costureras, sastres, oficialas, maniqués, vendedoras. Para poder entender el trabajo de un modisto conviene que distingamos entre aquellos modistos que partieron



Figura 9. Herrera y Ollero en el taller.
Figure 9. Herrera y Ollero in the workshop.

de un profundo estudio y conocimiento de la sastrería y los que llegan a la moda desde otras disciplinas como el diseño o el dibujo. Es importante esta distinción porque viene a marcar el carácter y la evolución de las diferentes firmas. La sastrería da oficio; es decir, permite dominar el corte y la confección, porque hay un conocimiento del patronaje y de la anatomía femenina.

Balenciaga mantenía que “Un modisto debe ser arquitecto para los planos, escultor para las formas, pintor para el

²⁴ *La moda en España*, N. 178, 1954.

Figura 10. Modelos de la casa Marbel:
Juanita y Viki. *La moda en España*, 1955.
Figure 10. Models for the House of Marbel:
Juanita and Viki. *La moda en España*, 1955.



"In a few days' time."

"Can you tell me something about it?"

"Ah! It's a surprise, but between us, I can say we'll be showing some wonderful things."²⁵ (figure 10)

The models were the stars of the couture house. Each house had its own team, selected and trained with the company's special needs in mind. We might say that an exclusivity agreement between house and model was entered into. Like the rest of the staff who worked for the house, the models had work hours. They not only exhibited clothes on days when collections were presented but were also required to show the season's different creations upon the client's request to make it easier for them to choose. Furthermore, they were the ideal medium for the designer's creations, as an important part of the work was the actual modelling on the female form.

The models were young and exceptional due to their grace and beauty. Some had no specific training when they entered the profession and were

taught by the houses themselves. For others modelling was a part-time job – as in the case of Pilar Bardem, whose vocation was more closely connected with the cinema, although she did model for Herrera and Ollero, Balenciaga and Loewe.²⁶

At that time the word "mannequin" was preferred over the term "model" in Spain. The origins of modelling can be traced back to the second half of the 19th century, when Charles Frederick Worth (1825-1895), an English designer who lived in Paris, had the brilliant idea of presenting his creations draped on living women. For propriety's sake the models wore a leotard beneath the clothes they exhibited. The idea proved to be revolutionary and other Paris fashion houses immediately followed suit. Beauty, grace and slenderness were requirements for a job which originally offered no guarantee of glory:

"And the day after a huge success, the poor models find themselves in a room in their black satin slips with their necks and arms bare, sitting in uncomfortable

²⁵ *La moda en España*, issue 198, 1956.

²⁶ *El País*, 1995.

color, músico en la armonía y filósofo en el sentido de la medida"; todo ello resume el conocimiento exhaustivo de todo el proceso desde su ideación hasta su ejecución. En ese camino estuvieron el Maestro de Guetaria, Pedro Rodríguez, Pertegaz, Vargas-Ochagavía, Herrera y Ollero. Asunción Bastida, aun siendo uno de los nombres más destacados de la Alta Costura, supo rodearse de un importante equipo en el que no faltaban el sastre, dibujantes, costureras y diferentes oficialas. Junto con Rosina, quizás podríamos definirla como una mujer de gran habilidad para el negocio, a la que no le faltaron sensibilidad y gusto refinado.

Dos colecciones anuales obligaban a una actividad frenética, además de otras presentaciones, certámenes y premios. La exclusividad de los diseños imponía una atmósfera de secreto y silencio respetada por todo el equipo como se desprende de una entrevista que se les realizó a algunas de las elegantes maniqués de Marbel:

—¿Cuándo van a pasar la próxima colección?

—Dentro de muy pocos días.

—¿Me puede usted dar algún avance de la futura colección?

—¡Ah!, es una sorpresa; pero, en secreto, le diré que desfilaremos cosas maravillosas²⁵ (figura 10).

Las maniqués son las estrellas de la casa de costura. Cada casa tenía su propio equipo, elegido y formado de acuerdo con la singularidad de la firma. Podríamos decir que se establecía un acuerdo de exclusividad. Tenían una jornada de trabajo como el resto de los empleados que formaban parte de la casa. No sólo pasaban los modelos los días de presentación de colecciones, también debían mostrar las diferentes creaciones de la temporada cuando las clientas lo requerían, para que la elección resultara más sencilla. Además representaban el soporte ideal para las creaciones del modista, teniendo en cuenta que una fase importante del trabajo de los modistas era el modelaje sobre el propio cuerpo femenino.

Eran jóvenes que destacaban por su elegancia y belleza. Algunas de ellas llegaron a la profesión sin una formación específica, que la adquirirían en las propias casas. Para otras modelos, la pasarela fue una dedicación complementa-

ria, como en el caso de Pilar Bardem, cuya vocación estaba más ligada al cine, aunque pasó modelos para Herrera y Ollero, Balenciaga y Loewe²⁶.

Entonces se prefería el término maniquí al de modelo. Los antecedentes de esta profesión hay que buscarlos en la segunda mitad del siglo XIX, cuando Charles Frederick Worth (1825-1895), modisto inglés afincado en París, tuvo la brillante idea de presentar sus creaciones sobre maniqués vivientes. Para no atentar contra el decoro, las maniqués llevaban una malla a modo de funda sobre la que disponían los diferentes trajes que exhibían. Esta idea resultó revolucionaria y la siguieron las demás casas parisinas de moda. Belleza, gracia y esbeltez se requerían para el oficio, que en sus inicios no les garantizaba ninguna gloria:

"Y las pobres maniqués se encuentran al día siguiente de aquel en que obtuvieron tantos triunfos, reunidas en un cuarto, con el viso de raso negro que les deja descubiertos el cuello y los brazos, sentadas en unas sillas nada cómodas, comentando las emociones de la víspera, mientras las llaman para ponerse el vestido que la cliente desea ver"²⁷.

En nuestro país el pionero en esta forma de presentar el trabajo de costura fue Pedro Rodríguez. En 1919, cuando abrió su primera casa, contaba con una modelo; con posterioridad llegaron a ser doce en los momentos de mayor esplendor de la firma. Para él trabajaron Ángeles, Celia, Bárbara, Ito, Manolita y Antoñita, entre otras²⁸; para Asunción Bastida, Vicky Ballarín, Paloma Cela, Ivana y Paola; para Pertegaz, Carmen Rodríguez, Romy, Alicia Borrás; en casa de Marbel, Carla, además de Juanita, Nieves, Elvira, Rosa y Rocío²⁹; en la de Lino, Elsa³⁰; para Herrera y Ollero, Dani Sand (figura 11, p. 43), Maruja Rollo, María de la Torre y Pilar Ruiz; y África y Emilia fueron las maniqués principales de Balenciaga, que destacaban porque:

"Vistas en la calle, ninguna de las dos parecen modelos ¡Ésa es la gran preocupación de su jefe! Que sus maniqués no lo parezcan, que den a todo el mundo la sensación de señoras elegantes, pero nada más"³¹.

Los salones fueron un espacio destacado dentro de las casas. Salvo las convocatorias conjuntas de eventos de importante calado comercial, los actos de presentación de colecciones se realiza-

²⁵ *La moda en España*, N. 198, 1956.

²⁶ *El País*, 1995.

²⁷ *La mujer y la casa*, N. 1002, 1910. Paul Poirer hace algunos comentarios de algunas de las maniqués que trabajaron para la casa.

Respecto de Andrée dice: "Era más tonta que una gallina, pero hermosa como un pavo real", 1989, p. 102.

²⁸ SOLÉ, 1991, p. 26.

²⁹ "Visita relámpago a las maniqués de Marbel", en *La moda en España*, N. 198, 1956.

³⁰ Catálogo: *España, cincuenta años de moda*, 1988, pp. 84-91.

³¹ "Cristóbal Balenciaga y su telón de acero", *Textil*, N. 158, 1958.

chairs and talking about the excitement of the day before as they wait to be called to put on a dress a customer wished to see."²⁷

In Spain, the pioneer in this form of presentation was Pedro Rodríguez. When he opened his first house in 1919, he employed one model; at the height of his success he employed twelve, including Angeles, Celia, Barbara, Ito, Manolita and Antoñita²⁸. Among Asunción Bastida's models were Vicky Ballarín, Paloma Cela, Ivana and Paola and among Pertegaz's were Carmen Rodríguez, Romy, Alicia Borrás. Marbel's were Carla, Juanita, Nieves, Elvira, Rosa and Rocío²⁹ and Lino's was Elsa³⁰. Among Herrera and Ollero's models were Dani Sand, Maruja Rollo, María de la Torre and Pilar Ruiz (figure 11). Two of Balenciaga's top models were Africa and Emilia, who were exceptional because "out on the street, neither looks like a model. That is the boss's greatest concern! His idea was that his models should not look like models, that they should give the impression of being elegant ladies but nothing more."³¹

The salons were a special area inside the fashion house. Except at major commercial events involving joint participation, collections were presented in the salon, which as a result came to be identified with each house. Decoration was an important factor and no expense was spared to create very personal spaces in keeping with the spirit of the firm. Thus, for example, when Herrera and Ollero opened their new premises in 1958 in Calle del Almirante, one magazine of the time not only covered the collection but also dedicated space to the new salon designed by Pablo Olivera.

"At Ollero and Herrera's new premises good taste and elegance harmonise the blue tones of the upholstery and drapery with the gold of the carpets. The long curtains in blue tones framing the spaces they surround in a most original way are held at the corners by large polychrome hands. The French-style furniture and the mirrors make the new house an object of pride for Spanish fashion."³² The magazines of the time also featured articles in which the luxury of the houses could be appreciated. In the case of Rosina, they focused on

the "harmony of colours and the carefully arranged lighting."³³

Haute Couture and the cinema

Haute Couture also played a decisive role in cinema productions, with some of the most reputable workshops providing costumes mainly for leading actresses. The projects themselves were widely varied, from the design of period costumes to contemporary garments. In this respect, Spanish designers followed what French and American designers were already doing in their own countries. By way of example, in Paris Paquin collaborated on costume designs for both cinema and theatre from the 30s to 1955.³⁴

In Spain's case, without being exhaustive we might mention that Balenciaga designed the actress Conchita Montenegro's costumes for the film *Lola Montes* in 1944; Marbel designed the actress Conchita Montes's costumes for the film *El marqués de Salamanca* (aka *The Marquis of Salamanca*) in 1948; in collaboration with Rafael, Pedro Rodríguez designed the costumes for the films *Pequeñeces* (aka *Trifles*, 1950) and *¿Dónde vas, Alfonso XII?* (aka *Where Are You Going, Alfonso XII?* 1958); and Herrera and Ollero collaborated on various stage productions for Celia Gámez and a number of films that included *Las Leandras*, *Ana dice sí* (aka *Anna Says Yes*) and *La Dama de Beirut* (aka *The Woman From Beirut*).

Haute Couture and uniform design

Another facet of the Haute Couture boom was that some companies commissioned fashion houses to design uniforms to reinforce their institutional and corporate images. This was the case of Iberia, for which staff uniforms had always been an important issue since its inception with the first commercial flight in December 1927. Among the crew on Iberia's first intercontinental flight in 1946 was a stewardess in a uniform with a certain military flair. In 1954, Pedro Rodríguez was commissioned to design a new, more functional and comfortable outfit. But this was only the beginning of a new policy set

²⁷ *La mujer y la casa*, issue 1002, 1910. Paul Poiret made various comments about the models who worked for his firm. Of Andrée he said: "She was as giddy as a hen but as exquisite as a peacock," 1989, p. 102.

²⁸ SOLÉ, 1991, p. 26.

²⁹ "Visita relámpago a las maniqués de Marbel," in *La moda en España*, issue 198, 1956.

³⁰ Catalogue: *España, cincuenta años de moda*, 1988, pp. 84-91.

³¹ "Cristóbal Balenciaga y su telón de acero," in *Textil*, issue 158, 1958.

³² *Textil*, issue 172, 1958.

³³ *La moda en España*, issue 155, 1952.

³⁴ See Paquin (1891-1956)..., 1990.

ban en los salones de las casas que se convertirían en seña de identidad. La decoración era uno de los factores importantes y no escatimaban medios para conseguir espacios muy personales de acuerdo con el espíritu de la firma. Así, por ejemplo, cuando Herrera y Ollero inauguraron en 1958 su nuevo espacio de costura en la calle del Almirante, una crónica resaltó el carácter de la colección al mismo tiempo que reservó unas líneas para hablar del nuevo salón diseñado por Pablo Olivera:

“En el nuevo domicilio de Ollero y Herrera el buen gusto y la elegancia armonizan los tonos azules de tapicerías y cortinajes con el dorado de las alfombras. Grandes cortinajes en tonos azules originalmente enmarcando los huecos se sujetan en los ángulos con grandes manos policromadas. El mobiliario de estilo francés, y el juego de espejos hacen de esta nueva casa motivo de orgullo para la Moda española”³². Las revistas de la época ofrecen a sus lectores reportajes donde puede apreciarse el lujo de estas casas. En el caso de Rosina es la “armonía en el color y lo estudiado de su iluminación”³³.

La Alta Costura y el cine

La Alta Costura también tuvo un papel determinante en el cine. En ciertas producciones se contó con la colaboración de algunos de los talleres más prestigiosos para la ejecución del vestuario, fundamentalmente de la actriz o actrices principales. Los proyectos fueron muy variados, desde el diseño de vestuario de corte histórico a la realización de prendas contemporáneas. En este sentido, se estaba impulsando lo que otros modistas franceses y estadounidenses estaban haciendo en sus respectivos países. Por citar un ejemplo parisino, la casa Paquin intervino en el diseño de vestuario desde los años 30 hasta 1955, sin olvidar sus colaboraciones para el teatro³⁴.

En el caso español cabe mencionar, sin ser exhaustivos, las siguientes: Balenciaga realizó el vestuario de la actriz Conchita Montenegro en la película *Lola Montes*, en 1944; en el año 1948, la casa Marbel intervino en la película *El marqués de Salamanca*, y realizó el vestuario para la



Figura 11. La modelo Dani Sand de la casa Herrera y Ollero. *Boletín de la moda*, 1960.
Figure 11. The model Dani Sand from the House of Herrera y Ollero. *Boletín de la moda*, 1960.

actriz Conchita Montes; Pedro Rodríguez, en colaboración con Rafael, también intervino en las películas *Pequeñeces* (1950) y *¿Dónde vas, Alfonso XII?* (1958); Herrera y Ollero colaboraron en diferentes espectáculos para Celia Gámez o en películas como *Las Leandras*, *Ana dice sí*, *La Dama de Beirut*, etc.

La Alta Costura diseña uniformes

Otro signo del buen momento por el que estaba atravesando la Alta Costura fue que algunas empresas, para reforzar su imagen institucional y corporativa, encargaran a ciertas casas los uniformes. Este fue el caso de Iberia, para la que, desde sus comienzos, con el primer vuelo comercial en diciembre de 1927, la uniformidad fue un elemento importante. En 1946 tuvo lugar el primer vuelo intercontinental en el que formaba parte de la tripulación una azafata, cuyo uniforme respondía a cierto aire militar.

³² *Textil*, N.172, 1958.

³³ *La moda en España*, N.155, 1952.

³⁴ Véase Paquin (1891-1956)..., 1990.



Figuras 12, 13, 14. Modelos de Pedro Rodríguez. Museo Nacional de Artes Decorativas. Madrid, 1952.
Figures 12, 13, 14. Pedro Rodríguez models. Museo Nacional de Artes Decorativas. Madrid, 1952.

by the airline, for Iberia has commissioned a number of couturiers to design uniforms for its staff since then. Thus, from the first commission with Pedro Rodríguez to the uniform designed by Adolfo Domínguez and worn by Iberia staff today, there have been various design projects. In 1962, Pedro Rodríguez once again revamped Iberia's image with a more feminine uniform for airhostesses which broke away from the old military feel. Other commissions for new uniforms were received by Pertegaz in 1968, Elio Berhanyer in 1972, 1977 and 1983, and Alfredo Caral in 1989.

The diversification of the fashion houses

Any self-respecting couture house must have its own exclusive perfume. In France this idea was perfectly developed as Haute Couture dated back to Worth's time and, albeit more slowly, the concept was beginning to gain momentum in Spain. 1975 saw the appearance of the perfume "Muy Pertegaz" and "Pertegaz Sport" appeared in 1982. Herrera and Ollero also considered creating a perfume of their own, and they developed a fragrance and design for a prototype in the late 60s. Finally, how-

ever, they were unable to reach an agreement with the company that was to manufacture and launch the perfume.

In order to market a second fashion line for a younger clientele at more affordable prices, some of the houses opened boutiques, a trend coinciding with the rise of prêt à porter and the decline of Spanish Haute Couture. Pedro Rodríguez, Asunción Bastida, Herrera and Ollero and Pertegaz opened their own boutiques but were gradually forced to close them, as was also the case of some of the Haute Couture salons in the 70s. A new reality adverse to top-quality fashion design finally brought an end to a sector acknowledged for its high degree of prestige. As Pertegaz said, "The oil crisis and the death of Franco and the resulting political change had a very negative effect on Haute Couture."³⁵ However, one primary base remained for a "next generation" in the early 80s.

We owe a great deal to those emblematic names. Unfortunately there are details, curiosities and interests we still know little or nothing about. Though not so much time has passed, the traces that allow us to reconstruct the past are quickly fading. To reconstruct history we need evidence. With so much original information lacking, there is no doubt that the garments themselves are

³⁵ Interview in *elmundo.es*, 18/02/2007.

See: "La alta costura: Al borde del 'crack'!" *El Indiscreto Semanal*, pp. 26-28, 4 February, 1975. Social changes, off-the-peg fashion, a lack of state protection and the worldwide crisis were the main causes of the crisis in Haute Couture.

Para conseguir un conjunto más funcional y cómodo, en 1954 se encargó a la casa Pedro Rodríguez el diseño de los nuevos uniformes. Éste es sólo el inicio de una política que se plantea la compañía aérea, puesto que a lo largo de su historia diferentes profesionales de la moda se han encargado de vestir a sus empleados. Así, desde este primer encargo recibido por Pedro Rodríguez hasta los nuevos uniformes que el personal viste en la actualidad, diseñados por Adolfo Domínguez, han sido diferentes las colaboraciones: en 1962, de nuevo, Pedro Rodríguez renueva la imagen presentando un uniforme más femenino, que se aleja definitivamente del corte miliciano; en 1968, Pertegaz; en 1972, 1977 y 1983, Elio Berhanyer; y en 1989, Alfredo Caral.



Figura 15. Marbel. Museo del Traje. CIPE.
Figure 15. Marbel. Museo del Traje. CIPE.

Diversificación de las casas de moda

Toda casa de costura que se precie debía contar con su perfume. Esto que en Francia estaba perfectamente desarrollado, puesto que la trayectoria de la Alta Costura se remonta a los tiempos de Worth, en nuestro país también fue calando, aunque a un ritmo lento. En 1975 nace el perfume "Muy Pertegaz" y en 1982 "Pertegaz Sport". Herrera y Ollero también consideraron la posibilidad de contar con un perfume propio, y a finales de los años 60 consiguen la fragancia y el diseño del prototipo; pero finalmente no se llegó a un acuerdo con la empresa que debía ocuparse de la fabricación y el lanzamiento.

Para comercializar una segunda línea de moda, para un público más joven y con precios más económicos, algunas de las casas arriba mencionadas abrieron *boutiques*. Esta tendencia enlaza con el triunfo del *prêt-à-porter* a partir de la decadencia de la Alta Costura española. Pedro Rodríguez, Asunción Bastida, Herrera y Ollero y Pertegaz contaron con tiendas o *boutiques* que paulatinamente cerraron, como también lo hicieron algunos de los salones de Alta Costura a lo largo de la década de 1970. Una nueva realidad y situación, adversa para la costura de calidad, fue la responsable del fin de una actividad que mantuvo unos niveles de prestigio sobradamente reconocidos. En pala-

bras de Pertegaz: "La crisis del petróleo y la muerte de Franco, con el consecuente cambio político, repercutieron muy negativamente en la Alta Costura"³⁵. Sin embargo, quedó una base primordial para una siguiente generación a comienzos de la década de 1980.

Debemos mucho a aquellos nombres emblemáticos. Lamentablemente todavía desconocemos detalles, curiosidades, intereses... Aunque no es demasiado el tiempo transcurrido, las huellas que nos permiten reconstruir el pasado se van borrando. Para reconstruir la historia necesitamos evidencias. A falta de muchos materiales, no cabe duda de que los trajes son los mejores embajadores de la actividad. Por ello es importante su conservación, y un museo es un centro que permite la investigación, el estudio y la conservación. El Museo del Traje de Madrid, el Museo Textil y de Indumentaria de Barcelona, El Centro de Documentación y Museo Textil de Tarrasa y el Museo de Balenciaga en Guetaria cuentan entre sus fondos con importantes piezas de los pioneros talleres de la costura que, con cierta regularidad, se pueden contemplar y admirar. Quizás, casi de manera premonitory, Pedro Rodríguez escogió las salas del Museo Nacional de Artes Decorativas de Madrid para fotografiar algunos de sus modelos en 1952 (figuras 12, 13, 14, 15 y 16).



Figura 16. Asunción Bastida. Museo del Traje. CIPE.
Figure 16. Asunción Bastida. Museo del Traje. CIPE.

³⁵ Entrevista en *elmundo.es* 18/02/2007.

Véase: "La alta costura: Al borde del 'crack'". *El Indiscreto Semanal*, 4 febrero, 1975, pp. 26-28. Los cambios sociales, la generalización de las confecciones, la falta de protección por parte del gobierno y la crisis mundial son las causas que inciden en la crisis de la Alta Costura.

Haute Couture's best spokesmen. For this, conservation is important and museums are centres that make research, study and conservation possible. The collections of the Museo del Traje in Madrid, the Museo Textil de Indumentaria in Barcelona, the Centro de Documentación y Museo Textil in Terrasa and the Museo de Balenciaga

in Guetaria house important items from the pioneering workshops in fashion that can be periodically viewed and admired. Perhaps it was a premonition that prompted Pedro Rodríguez to choose the rooms of the Museo Nacional de Artes Decorativas (Museum of Decorative Arts) in Madrid to photograph some of his models in 1952 (figures 12, 13, 14, 15 and 16).

Bibliografía

Catálogo: *España 50 años de moda*, Palau de la Virreina, 27 de octubre-10 de enero 1988, Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

Catálogo: *Genio y figura. La influencia de la cultura española en la moda*: Madrid, Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales, Subdirección General para la Promoción de las Bellas Artes, Disparo Editorial, 2006.

Catálogo: *Paquin (1891-1956). Une rétrospective de 60 ans de Haute Couture*, Musée Historique des Tissus, Décembre 1989- Mais 1990, Lyon.

Catálogo: *Tras el espejo*, Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, M.N.C.A.R.S, 2003.

MARTÍN GAITE, C., *Usos amorosos de la posguerra española*, Barcelona: Anagrama, 1987.

Memorias de la Marquesa de Santa Cruz de Ynguanzo. 30 años de diplomática y 27 de galerista, Madrid, Paracuellos del Jarama: Fur Printing, 2000.

POIRET, P., *Vistiendo la época*, Barcelona: Parsifal, 1989.

SOLÉ, M., *Pedro Rodríguez*, Barcelona: Labor, 1991.

Revistas

Boletín de la moda, 1952, 1958, 1959.

El País, domingo 8 de octubre, 1995.

La alta costura: Al borde del 'crack'. *El Indiscreto Semanal*, [4 febrero, 1975] p. 26. Disponible en Internet: <www.elmundo.es>, [18 de febrero de 2007].

La moda en España, 1950, 1952, 1953, 1954, 1955, 1956.

La mujer y la casa, 1910.

PalmBeach Daily, 1965.

Textil, 1958.

Luis Casablanca Migueles

Doctor of Fine Arts.

University of Granada (lecturer
in the Drawing Department)

lapisada14@hotmail.com

luiscasa@ugr.es

The work of Jesús del Pozo

ABSTRACT: The work of Jesús del Pozo contains an artistic element that has been acknowledged by the country's most coveted prizes in the field of "art and design." This designer has not only managed to create a prestigious label but also, through the Fundación Jesús

del Pozo, a reliable and competent company. The fact that he was invited to run the *Professional Specialist in Design and Fashion* course is proof of the excellence and quality manifested in his design process from start to finish.

Meanwhile, the constant references in his work to earlier artists such as Cristóbal Balenciaga and Mariano Fortuny y Madrazo reveal a profound respect and admiration for them. The work of both of these figures, nowadays revered as universal artists, transcends the boundaries of design. The same is true of Jesús del Pozo's work, which is perfectly attuned to the roots of Spanish art and respectful of its traditions. His work can be described as "avant-garde and sophisticated", deceptively simple and refined, all of which places him firmly within the school of Structuralist designers who see a garment as something akin to sculpture.

KEYWORDS: Jesús del Pozo, Spanish fashion, today's fashion.

Introduction

From a very early age, Jesús del Pozo showed a particular interest in remodeling everything he laid his hands on. A tireless experimenter with the possibilities of form, colour, texture and volume, he would fold and re-fold fabrics a thousand times over in search of the poetics contained in a garment. Dreams are usually living matter, and the collections of this Madrid designer combine both spon-



Figura 1. Cuerpo verde musgo, en lana fría, sobre un vestido verde suave en gasa reforzada con tul. Desfile Jesús del Pozo en Pasarela Cibeles. Otoño-invierno 2005-2006.

Fotografía: L'Estrop.

Figure 1. Moss green top in cool wool, over a soft green dress in tulle-lined gauze. Jesús del Pozo catwalk at Pasarela Cibeles. Fall-winter 2005-2006. Photograph: L'Estrop.

La obra de Jesús del Pozo

Luis Casablanca Migueles

Doctor en Bellas Artes.

Universidad de Granada (profesor del Departamento de Dibujo)

lapisada14@hotmail.com

luiscasa@ugr.es

RESUMEN: La obra de Jesús del Pozo contiene un componente artístico valorado por los más prestigiosos premios del país, en cuanto a "diseño y arte". Ha sabido crear una firma de prestigio y, al mismo tiempo, una empresa seria y competente, desde la Fundación Jesús del Pozo. Debido a su excelencia y calidad en el tratamiento del desarrollo completo del proceso del diseño, impartió el curso *Experto profesional de Diseño y Moda*.

Las constantes referencias en su obra a otros artistas que le antecedieron, como Cristóbal Balenciaga y Mariano Fortuny y Madrazo, hablan de un profundo respeto y admiración hacia ellos. La obra de ambos, hoy considerados como artistas universales, trasciende los umbrales del diseño, al igual que ocurre con el trabajo de Jesús del Pozo, que se entronca perfectamente en las raíces del arte español y es respetuoso con su tradición. Su obra es "vanguardista y refinada", engañosamente sencilla y depurada; eso le inscribe dentro de los modistos estructuralistas que conciben el traje cercano a la escultura.

PALABRAS CLAVE: Jesús del Pozo, moda española, moda actual.

Introducción

Desde muy joven, Jesús del Pozo manifestó su inquietud por reformar todo aquello que caía en sus manos. Incansable experimentador con las posibilidades de la forma, el color, las texturas y el volumen, plegaba una y mil veces los tejidos para



Figura 2. Torera y cuerpo verdes de punto y una falda globo de raso azul tinta. Desfile Jesús del Pozo en Pasarela Cibeles. Otoño-invierno 2005-2006. Fotografía: L'Estrop.

Figure 2. Green knit bolero jacket and top, and balloon skirt in ink-blue satin. Jesus del Pozo catwalk at Pasarela Cibeles. Fall-winter 2005-2006. Photograph: L'Estrop.



Figura 3. Vestido de punto conos invertidos. Colección primavera-verano 1988. Fotografía: Javier Vallhonrat. © Javier Vallhonrat. VEGAP. Madrid, 2008.
Figure 3. Wool dress with inverted cones from the 1988 spring-summer collection. Photograph: Javier Vallhonrat. © Javier Vallhonrat. VEGAP. Madrid, 2008.

taneity and elegance, understood as an expression of the sublime. His work embraces the parameters of pure creation, which is difficult to reconcile with the conventional trends of the fashion world.

Each creation by Jesús del Pozo is the result of a process of synthesis, derived from the harmonious combination of forms and materials. For Jesús del Pozo, design is clearly a creative process.

With their clean lines, meticulous attention to detail and a passionate devotion to the finishes, the final image of his pieces, which combine a highly re-

efined structure with handcrafted finishes, is simple, pure and essential. It is the quest for this essential quality that lends his fashion its avant-garde, sophisticated nature, and endows it with a coherence that invites a closer scrutiny of his collections. The fashion of Jesús del Pozo is also serious and refined, deceptively easy and subtly seductive. He imbues all his designs with an aesthetic criterion that is at once a personal philosophy.

Jesús del Pozo has shaped his particular modus operandi around colour, structure and subtlety. His is a world populated by rigorous volumes and restrained forms.

If we advocate fashion as a contemporary artistic discipline, then the work of Jesús del Pozo can be interpreted as a reality that is closely connected to the Spanish tradition in fashion and art. And it is precisely for this reason that his work sits on an imaginary line linking him to two other great Spanish artists who preceded him: Mariano Fortuny Madrazo and Cristóbal Balenciaga.

Fashion, like art, has to be created. Nothing is as useless and lifeless as a forgotten roll of fabric in a studio, a blank page in a sketchbook, or a raw piece of cloth. The artistic phenomenon starts from scratch in order to achieve the formal development of the creations, and it can only be seen from a distance by those removed from the creative process rather than the persons who are actually involved in it.

Jesús del Pozo's creative capacity encompasses a whole host of categories: jewellery, perfumes, glasses, home furnishing fabrics, rugs, uniforms, children's clothes, wedding dresses, theatrical costumes and stage and film sets. As such, it is important to view his work as a single compendium that includes different branches but is underpinned by the same aesthetic criterion.

Artists are often called upon to create those things in the collective memory that we are unable to put into words. That is its task: to transport fragments of life to our memory, where they will subsequently take on the form of culture and then art. A true artist has the gift and the privilege of creation, which enables us to assert that artists are reliable interpreters of our time.

In the work of Jesús del Pozo fashion, like art, seems to impose its presence in

encontrar la poética del traje. Los sueños suelen ser materia viva, y en las colecciones del creador madrileño cohabita la fusión entre espontaneidad y elegancia, entendida ésta como una manifestación más de lo sublime. Su trabajo se mueve en los parámetros de la creación más pura, que difícilmente se ajustan a las tendencias convencionales de la moda.

Cada creación de Jesús del Pozo es el resultado de un proceso de síntesis, como consecuencia de la combinación armónica entre formas y materiales. Sin duda, Jesús del Pozo concibe el diseño como un proceso creativo.

Con la depuración de las líneas, el culto al detalle y la pasión por los acabados, la imagen final de sus piezas, que combinan la más refinada estructura con acabados artesanales, es sencilla, pura, esencial. La búsqueda de este principio de esencialidad hace que su moda sea vanguardista y sofisticada, con un hilo de coherencia que invita a seguir de cerca los pasos de sus colecciones. La moda de Jesús del Pozo es, además, seria y elaborada, engañosamente fácil y sutilmente seductora, y transmite su criterio estético a todos sus diseños, convirtiendo este mismo criterio en filosofía de vida.

Jesús del Pozo ha forjado su manera de hacer en torno al color, la estructura y la sutileza. Su universo está construido con volúmenes rigurosos y formas contenidas.

Defendemos la moda como una disciplina artística contemporánea, y entendemos la obra de Jesús del Pozo como realidad que entronca con la tradición española en moda y en arte. Precisamente, por tal motivo, su obra se inscribe en un trazado imaginario que le une a otros dos grandes artistas españoles, como lo fueron Mariano Fortuny Madrazo y Cristóbal Balenciaga.

La moda, al igual que el arte, necesita que la creen. Nada es tan inservible y sin vida como un rollo de tejido olvidado en la esquina de un taller, una hoja sin dibujar o una tela sin imprimir. Partiendo de cero, con el fin de alcanzar el desarrollo formal de las colecciones, surge el fenómeno artístico, solo apreciable a cierta distancia por los que están fuera del proceso creativo, más que por los propios implicados.

La capacidad creativa de Jesús del Pozo se trasmite a todo un universo creativo: trátase de joyas, perfumes, gafas, ropa de casa, alfombras, uniformes, ropa de niños,

trajes de novia, vestuario teatral, escenografías o cine. Eso nos obliga a ver su obra como un compendio unitario que se diversifica y forma parte de un mismo criterio estético.

Los artistas son los encargados en muchas ocasiones de recoger lo que en la memoria colectiva no podemos traducir en palabras. Ésa es su labor: transportar a nuestra memoria fragmentos de vida que serán más tarde cultura, y luego arte. El verdadero artista tiene el don y el privilegio de la creación, y por esta razón podemos afirmar que los artistas son los intérpretes fiables de nuestro tiempo.

En la obra de Jesús del Pozo, la moda, al igual que el arte, aparece como imponiéndose de forma casual. Su obra surge de manera espontánea, como nos ha dicho el diseñador en numerosas entrevistas; como una forma de hacer cosas nuevas para que éstas a su vez suplanten a las ya existentes.

Su primera tienda, en la calle del Almirante, era un espacio donde el diseñador mismo hacía lo que él entendía por moda y, de esa manera, trasladaba su propuesta más allá de su propio guardarropa.

Fue, pues, el impulsor de la emblemática calle del Almirante, que con el tiempo se convertiría en una zona donde la modernidad madrileña se daba cita. Este mismo espíritu impulsor e iniciático pasó a formar parte del andamiaje profesional del genial diseñador. Esto ya es historia, y está ampliamente recogido en mi tesis, pero, desde aquella primera tienda color rojo inglés y *beige*, Jesús del Pozo comenzó a inventar cometas de viento, que algunos llaman trajes, para poder volar sobre un cielo de Madrid que comenzaba a despejarse.

La ropa se entiende como vehículo imprescindible que va acompañando los nuevos cambios y épocas sociales que se avencinan. Dentro de esa desdibujada España, está la "nueva España" que irrumpe con fuerza y se va perfilando con nombre propio. Alguien habla de los "nuevos creadores", del impulso de "la movida", del alcance de las colecciones gallegas, de los primeros pasos de una Barcelona rupturista; el mismo fenómeno se repite en Valencia con aquellos jóvenes vestidos de Francis Montesinos –en Madrid con Jesús del Pozo o en Barcelona con Toni Miró–.

La moda cobra nombre y apellido; ahora es tiempo para soñarla, intuir la, dibujarla, proyectarla, materializarla. En una pala-

a casual way. As the designer himself has said in numerous interviews, his work emerges spontaneously, as a way of making new items to replace those already in existence.

His first shop on Calle Almirante was a space where he worked according to his own idea of fashion and, in so doing, transported his proposals beyond his own wardrobe.

He was, therefore, the driving force behind the famous Calle Almirante, which in time would become a favourite haunt for Madrid's fashionable people. That same pioneering, enterprising spirit came to form part of his professional baggage. All of that is history and was amply covered in my thesis, but it was at that first shop with its tones of English red and beige that this brilliant designer began to invent kites (some call them clothes) with which to soar over a Madrid sky in which the clouds were beginning to clear.

Clothing was a crucial vehicle that accompanied the changes and new social eras on the horizon. Within that nebulous Spain, the "new Spain" was bursting forth and beginning to forge a new identity. People started talking about the "new creators", the momentum of the "movida" or nightlife, the impact of the Galician collections, the first signs of a groundbreaking Barcelona; the same phenomenon was repeated in Valencia with young people dressed by Francis Montesinos, in Madrid with Jesús del Pozo, and in Barcelona with Toni Miró.

Fashion had acquired a name, an identity, and now it was time to dream about it, sense it, draw it, plan it, materialise it. In short, fashion was able to emerge because Jesús del Pozo had already chosen it.

Being a designer in those early days was not easy. In fact, it was often associated with certain failure. Nowadays, it is quite the opposite; fashion and Spanish design have taken centre stage in modern societies, forming two logical conjunctions: the durability of a quality design, and aesthetic fantasy.

Jesús del Pozo creates a unique identity through the alliance of colour, volume and form

It is in the textile surface where the designer has left his mark: the traces of his

work can be found by trawling through his fabrics, which form the skin; colour, which is the light that the designer sees and understands; and volume, which is the greatest risk for a designer because it means creating in space, controlling and handling it.

However, no one wants to become the fragments of museum fabrics, for obvious reasons. Designers always look for something more, because the world of forms, volume and colour is the particular world of a designer.

Let us view the work of Jesús del Pozo from the purely artistic perspective. Throughout his long career, he has demonstrated his skill in creating "habitable sculptures", and in this sense his garments are genuine artworks.

This is clear from his use of volume, which he sometimes understands as forms from nature; for example, the "bowl women" of the late 80s recalled Balenciaga's "balloon" collections. In this instance, the never-contrived handling of volume enabled him to construct textile sculptures that were distinctly ahead of their time. And it was in pursuit of those structures that he created his "piece" garments, which on re-examination today evoke the perception of the sculptural form and contrasting textures.

Following his own intuition, we see him tirelessly dismantling certain pieces to build new ones. On many occasions, without even thinking, habit led to the creation some of the most outstanding pieces from his collections of the 90s, forming new and complicated standards for future collections.

Del Pozo has made use of all kinds of materials in his treatment of volume: from the stiffest fabrics to the most ethereal and subtle silks or cotton voiles, chosen for the construction of spiral skirts with a paper-like texture.

Fabrics with a metal warp, satins, hesians, silks, poplins, cotton linens, raw silks; he has always shown a preference for natural fabrics, although his latest collections have included fabrics with synthetic components.

The same is true of his handling of textile surface: fabrics would no longer be smooth or flat but would come with grooves or deliberate accidents; the boning in the pieces from the nineties is proof of this. In this respect Del Pozo has clear links with another Spanish

bra, la moda acontece porque previamente Jesús del Pozo la ha elegido.

Ser diseñador en tiempos pretéritos no era fácil, más de uno asociaría el término a catástrofes aseguradas. Hoy es todo lo contrario: la moda y el diseño español se han impuesto en las sociedades modernas articulando dos conjunciones lógicas, la perdurabilidad de un diseño con calidad y la fantasía estética.

Jesús del Pozo construye su universo con el aliado del color, el volumen y la forma

Es en la superficie textil donde el diseñador deja su impronta: la huella de su trabajo la encontramos rastreando por sus tejidos, que son la piel; el color, que es la luz que el diseñador ve y entiende; el volumen, que es el mayor riesgo que asume un diseñador, porque se trata de crear en el espacio, de controlarlo y manejarlo.

Ahora bien, nadie quiere convertirse en fragmentos de tejidos museísticos; sobran las explicaciones. Los diseñadores siempre buscan algo más, porque el universo de las formas, del volumen y del color son el mundo particular de un diseñador.

Abordamos la obra de Jesús del Pozo desde el concepto puramente artístico. A lo largo de toda su extensa carrera ha demostrado su capacidad para crear "esculturas habitables", y, en este sentido, sus trajes son piezas que emparentan perfectamente con el arte.

Esto queda patente en la utilización del volumen entendido algunas veces como formas de la naturaleza; así lo demuestran las "mujeres cuencos" de los finales de los años 80, que le relacionan con las colecciones "globo" de Balenciaga. El manejo nunca forzado del volumen le permite construir esculturas textiles muy avanzadas para la época. En pos de esas estructuras ha construido "trajes pieza", que, al ser vistos hoy, nos hablan de la percepción de la forma escultórica junto con los contrastes de texturas.

Siguiendo la línea de la propia intuición, lo vemos incansable desmontando piezas para construir otras. Muchas veces, arquitectura del hábito, sin proponérselo, algunas de las piezas más notorias de su colección de los años 90 formarán nuevos y complicados patrones para nuevas y futuras colecciones.

En el tratamiento del volumen, Del Pozo se ha servido de todo tipo de soportes: desde los tejidos más rígidos a los más etéreos y sutiles como las sedas o los *voiles* de algodón, elegidos para construir faldas caracolas cuya textura se asemeja al papel.

Tejidos con urdimbre de metal, rasos, arpilleras, sedas, popelines, algodones, linos, sedas rústicas; siempre ha preferido los tejidos naturales, aunque en las últimas colecciones vemos la utilización de tejidos con componentes sintéticos.

En la superficie textil que Jesús del Pozo trata ocurre lo mismo: los tejidos ya no serán tan lisos ni tan planos, sino que ahora devendrán en materia provista de surcos o accidentes provocados; las nervaduras en los trabajos de la década de 1990, son una muestra de ello. Emparentamos en este sentido a Del Pozo con otro artista español, Mariano Fortuny y Madrazo, que también crea nuevas formas sobre la superficie textil, estampando, tiñendo, estarciendo y plegando.

Este campo de experimentación textil, desde los comienzos de su trabajo, es de capital importancia en su afán por la recuperación de los llamados tejidos nobles; todo lo contrario a lo que en aquel momento se demandaba, los tejidos sintéticos. Desde los años 70 del pasado siglo, Del Pozo trabaja con linos para la confección de ropa masculina, imposible de conseguir en el mercado en esa época. Por este motivo, el diseñador contacta con una fábrica de linos en Zaragoza que se dedica a comercializarlos para mantelería. Este gusto también lo comparte por el piqué, el algodón básico y las sedas rústicas, con las que confeccionará unas chaquetas de hombre.

Las empresas encargadas de los muestrarios de tejidos, muchas de ellas provenientes de Sabadell, llegaban a la calle del Almirante y mostraban su producto. Recuerdo participar personalmente en la elección de los mismos junto a Jesús del Pozo. Los tejidos se veían y se tocaban uno a uno; lo táctil, como primera experiencia es fundamental, ya que proporciona una visión completa de la vida del tejido, y en este caso conforma la primera relación con el material que en un futuro se trabajará; "las telas se palpan con la mano". Queda patente una vez más la vocación de constructor artesanal a partir de la materia prima.

Nada parece lo que es, o al menos eso, en algunos casos, es lo que se pretende;

Figura 4. Cuerpo en tafeta verde tornasolada. Desfile Jesús del Pozo en Pasarela Cibeles. Otoño-invierno 2005-2006. Fotografía: L'Estrop.
Figure 4. Iridescent green taffeta top. Jesus del Pozo catwalk at Pasarela Cibeles. Fall-winter 2005-2006. Photograph: L'Estrop.





Figura 5. Cuerpo de seda arrugado color amarillo paja. Desfile Jesús del Pozo en Pasarela Cibeles. Primavera-verano 2004. Fotografía: L'Estrop.

Figure 5. Straw yellow creased top. Jesús del Pozo catwalk at Pasarela Cibeles. Spring-summer 2004. Photograph: L'Estrop.

artist, Mariano Fortuny y Madrazo, who also created new forms on the textile surface through the use of prints, dyes, stencils and folds.

This experimentation with textiles, visible from the outset of his career, took on even greater importance in his enthusiasm for reviving the so-called finer fabrics – quite the opposite of the synthetic fabrics in vogue at the time. Del Pozo has been working with linens in his men's apparel since the 1970s, a time when they were impossible to find on the market and he was therefore obliged to contact a factory in Zaragoza that made table linen. His other favourite fabrics were piqué, basic cotton and raw silks, all of which he used for a variety of men's jackets.

The companies responsible for producing fabric samples, many of them based in Sabadell (Barcelona province), would turn up at Calle Almirante and exhibit their goods. I personally remember helping Jesús del Pozo to choose them. The fabrics were viewed and handled one by one. The tactile experience is particularly important as it provides a complete overview of the life of the fabric and constitutes the first contact with the material to be worked with; "cloth should be felt with the hand." Once again, the dedication of the artisan builder is immediately obvious in the raw material.

Nothing seems what it is, or at least, in certain cases, what it aspires to be. Or to use the words of the designer, "Sometimes you have to listen to a fabric and yield to it, and at other times you must contradict it."

He occasionally resorts to the use of hessian or sacking as the main material for a dress, skillfully manipulating it by dyeing and fading it, turning it into a new material; in short, he employs an incredibly complicated process to turn a very modest item into a luxury good. This can be seen in his bridal gowns made of manipulated hessian, (silk) taffeta and (cotton) tulle.

Just as in their day Tàpies, Miralles *et al* turned their canvases into textured surfaces, in the mid-80's boning and braids began to emerge in Jesús del Pozo's skirts, coats and dresses. I shall try to explain what these consisted of and how they impacted on his work from the late 80s to the early 90s.

The structures pursued by Jesús del Pozo at this time incorporated cotton braids to emphasise the forms which, as always, hung off the body; he has never been interested in figure-hugging fabrics, opting for a fairly loose cut rather than the corseted look. The braids were mainly made of cotton of varying thicknesses and were used either along the hems of voile skirts or to outline the different segments of the balloon forms. Sometimes the braids were concealed and sometimes visible, as in his velvet evening dresses.

The same principles were applied to achieve cracking effects: segmenting and subdividing the irregular hems of silk skirts as if they were dry leaves cracked by the wind; or alternatively, using braids around a stretchy velvet collar on a long wool coat.

The boning collections transport us immediately to the newly ploughed fields of Castile. Fabrics are constantly manipulated by Jesús del Pozo. The idea of the mark left behind is a cornerstone of his work, the "trace", the cadence of the content that he appropriates for himself.

The designer's experimentation with textiles also includes colour, the palette he chooses for his collections. However, since the outset of his career he has deliberately and unceasingly manipulated colours. The colours he uses are always blended or dusty hues. His perception of colour tends towards middle palettes. He never uses loud colours; his understanding of colour is to seek out those imperceptible nuances.

Without a doubt, colour is one of his most personal traits. His colours are chosen, sought and created. They emerge from the formal result of blending different colours to obtain the desired or imagined shade via a totally traditional process consisting of dyeing the colours in large bowls until the exact nuance has been achieved.

This deliberate quest for a particular colour provides the finishing touch to his collections, in which none of the colours used for the garments ever compete. Like any artist, Jesús del Pozo develops his praxis through colour, refusing to conform to a prescribed language and exploring every element of his own plastic idiom.

Hence, it is possible to talk about the poetics of a garment if new meaning is

por decirlo en palabras del propio diseñador: “en algunos casos al tejido hay que escucharlo y seguirle, y en otras contradecirle”.

En ocasiones recurre a la arpillera, tela de saco, como soporte principal del traje, e incluso la manipula acertadamente, la destiñe y la decolora convirtiéndola en un tejido nuevo; es decir, tras un complicadísimo proceso convierte un artículo pobre en artículo de lujo. Así lo demostraron las novias que vistió con ese tejido manipulado –la arpillera– junto con tafetán de seda y tul de algodón.

Al igual que hicieron en su momento Tàpies o Miralles en sus lienzos a mediados de los años 80, convirtiéndolos en superficies texturadas, en las faldas, abrigos y vestidos de Jesús del Pozo surgen las nervaduras o cordones. Explicaré en qué consisten y cómo inciden en su trabajo, en las colecciones desde finales de los 80 hasta los primeros años 90.

Las estructuras que persigue Jesús del Pozo en este momento se pueblan de cordones de algodón que marcan las formas, que, como siempre en su caso, se alejan del cuerpo; nunca trabaja pegando los tejidos al cuerpo; suele apartarse ligeramente de él para no encorsetarlo. Se trata de cordones, en la mayoría de los casos de algodón, de diferentes grosores, que bordean bajos de faldas de *voile* o por el contrario, perfilan los gajos de las formas globo. A veces estos cordones quedan ocultos y, en algunos casos, visibles, en los trajes de noche de terciopelo.

Las mismas premisas se siguieron para conseguir efectos de resquebrajamiento: como si se tratara de hojas secas que se quiebran por el efecto del viento, él segmentaba y parcelaba los bajos irregulares de las faldas de seda, o, por el contrario, los cordones poblaban un cuello de terciopelo *stretch* de un abrigo largo de lana.

Las colecciones de las nervaduras pueden perfectamente trasladarnos a campos recién arados de Castilla. Los tejidos son y serán manipulados por Jesús del Pozo, la idea de la impronta es la clave en su trabajo, el “poso”, la cadencia del contenido hecho suyo.

En el campo de la experimentación textil está incluido el color; es decir, la paleta de sus colecciones, pero, sin embargo, existe desde los comienzos de su trabajo una constante alteración de los

mismos de manera deliberada. Los colores que utiliza el diseñador siempre son matizados o empolvados. Su percepción del color se inclina por paletas medias; nunca recurre a colores estridentes y la manera de entender el color está en buscar esos matices imperceptibles.

El color es sin duda una de las fuentes más personales del diseñador. Sus propios colores son elegidos, buscados y creados. Nacen a partir del resultado formal de mezclarlos hasta obtener ese color deseado o imaginado, empresa que se resuelve primeramente tiñendo en barreño los colores hasta dar con el matiz exacto. Un proceso puramente artesanal.

La búsqueda intencionada del color le proporciona el resultado final a las colecciones, donde ningún color de las prendas compite entre sí. Como cualquier artista, Jesús del Pozo desarro-



Figura 6. Abrigo color piedra con cuello de lazo. Desfile Jesús del Pozo en Pasarela Cibeles. Otoño-invierno 2004-2005. Fotografía: L'Estrop.

Figure 6. Stone-coloured coat with bow collar. Jesús del Pozo catwalk at Pasarela Cibeles. Fall-winter 2004-2005. Photograph: L'Estrop.

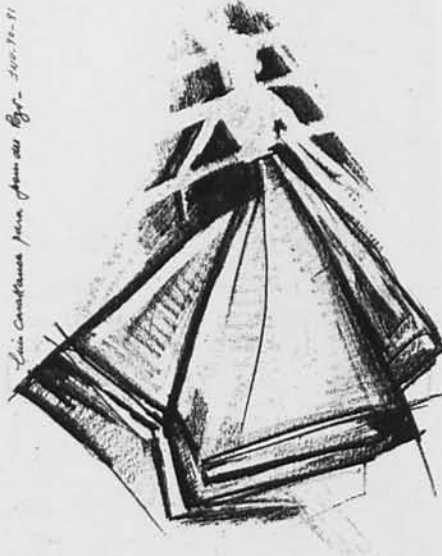


Figura 7. Dibujo de Luis Casablanca Migueles para Jesús del Pozo, falda de lana con picos irregulares en el bajo.
Figure 7. Drawing by Luis Casablanca Migueles for Jesús del Pozo, wool skirt with pointed irregular hem.

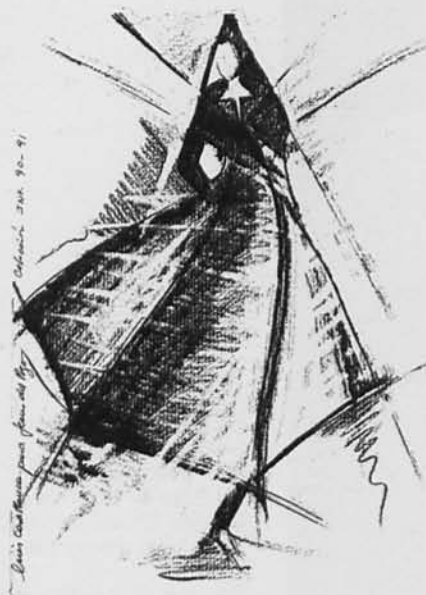


Figura 8. Dibujo de Luis Casablanca Migueles para Jesús del Pozo, abrigo.
Figure 8. Drawing by Luis Casablanca Migueles for Jesús del Pozo, coat.

ascribed to the poetics of an intimate, unassuming luxury, like a gift to the senses, if the boundaries of the commonplace are transcended in order to explore the intricacies of form and volume.

Other facets of his work

Jesús del Pozo's designs have gained definition with each passing decade, from the 80s to the present day, thanks to a variety of underlying aspects. One result of the formal clarity of his proposals are the changes introduced, born of a genuinely rigorous quest in his treatment of forms. His use of volume has often been preceded by subtle changes which, introduced over the course of three decades, are plain to see today: for example, the straight women of the seventies, the flower and bowl women of the eighties and nineties, and his more recent interest in thread-like figures. Colour has been a constant, subject to very slight changes. We have seen collections with bright and less bright colours, but always from the same range and based on his trademark palette.

Although he works within the *prêt à porter* sector, he creates many one-of-a-kind pieces, especially as tributes to artists (such as the design created in honour of Antoni Tàpies in the US), never abandoning either his independence or his idiosyncratic traits.

He is capable of combining the most diverse projects, whether it be designing uniforms for RENFE or Spanish Red Cross personnel, or producing stage sets for Emilio Sagi.

In 1979 the designer refused an offer from a US-based group because he did not want to leave Spain. Indeed, he is still very clear about where he belongs and what his own formal needs are. Nowadays, these give meaning to his entire oeuvre as a collection of diverse objects spreading around the world, such as his colours, his fragrances or his dresses.

In 1999 he was one of the creators and founders of the Asociación de Creadores de Moda de España [Spanish Association of Fashion Designers], assuming the role of chairman until December 2000.

In 2003 he created the Fundación Jesús del Pozo, and since November

2004 he has been running the "Professional Specialist in Fashion and Design" work-experience course.

In addition to these projects, he established the Fundación JDP, which is a vibrant hub for major institutions and universities who have signed collaboration agreements with the same, and also acts as a laboratory of ideas for future designers.

For example, would-be designers are invited to take a closer look at the inner workings of a company, to hold themselves to the highest standards of rigour and excellence, to achieve the goals defined for each project, to create their own or others' fashion and general design proposals, and to learn to value the merits of a team whose skills are constantly updated and which continues to operate throughout the course of these young people's projects.

Today the Fundación Jesús del Pozo has a broad informative and publicity mission with regard to both the work of its founder and the numerous facets of design in Spain today.

Conclusions

Throughout his career as a designer, Jesús del Pozo has managed to reflect the structure of his dresses and objects in their external forms. He has never been interested in the gratuitous incorporation of decorative elements. His garments boast the rare quality of genuine weightlessness, genuine lightness or genuine robustness and weight.

Jesús del Pozo is capable of creating serene compositions with harmonious chromatic ranges that echo Rothko's delicate "sensitive transparencies" with their aura of mystery. His trademark palette of tertiary colours has an abstract resonance that transports us to the subtle, almost imperceptible, hazy fields of Castile; an economy of elements that allows his colours to express the landscapes of the soul.

The link with art is clearly manifested in every design. Although he always obeys his own expressive intentions, he nevertheless regards a dress as a construction, as surface, material and volume to be worked with, and often views them as elements in a painting or sculpture.

lla la propia experiencia con sus colores, rechazando adaptarse a un lenguaje convenido y explorando en cada elemento de su propio vocabulario plástico.

Por lo tanto, sí podemos hablar de una poética del traje si cobra sentido una poética del lujo intimista, un lujo con cierto pudor, entendido como un regalo al mundo de los sentidos, si se traspasa los umbrales del común, para adentrarse en los entresijos de la forma y el volumen.

Otras facetas de su trabajo

Los diseños de Jesús del Pozo se han ido definiendo con claridad década tras década, desde los años 80 hasta la actualidad, sobre la base de varios aspectos. Resultado de esta claridad formal de su propuesta son los cambios, producto de una búsqueda con verdadero rigor sobre el tratamiento de las formas. El volumen viene muchas veces precedido por sutiles cambios que, a través de tres décadas, hoy quedan patentes. Mujeres rectas de los años 70, mujeres flor o cuenco en los 80 y los 90, para centrarse últimamente en las figuras filiformes. El color ha sido una constante que no ha sufrido demasiados cambios. Hemos visto colecciones más o menos coloristas, pero siempre desde una misma gama y utilizando su inconfundible paleta.

Trabaja en el marco del *prêt-à-porter*, pero realiza muchas piezas únicas, especialmente en homenajes a artistas, como el realizado a Antoni Tàpies en EE. UU., defendiendo siempre su independencia y su peculiaridad.

Ha sabido aunar diferentes proyectos desde las más variadas formas: tanto diseñando uniformes para un colectivo determinado, llámese RENFE o la Cruz Roja, como realizando escenografías para Emilio Sagi.

El diseñador rechazó una oferta de un grupo estadounidense en 1979 porque no quería abandonar España. Porque mantiene una clara conciencia de pertenencia y de sus propias necesidades formales, que hoy dan sentido a toda su obra como un conjunto de objetos diversos que se expanden por el mundo, como son sus colores, sus fragancias o sus vestidos.

En 1999 fue uno de los creadores e impulsores de la Asociación de Creadores de Moda de España, que presidió hasta diciembre de 2000.

En 2003 creó la Fundación Jesús del Pozo, y desde noviembre de 2004 organiza el "Curso de Experto Profesional en Diseño de Moda: Prácticas Empresariales".

La Fundación Jesús del Pozo es el núcleo vivo de importantísimas instituciones y universidades que han firmado convenios con la misma, y además es el laboratorio de ideas para futuros diseñadores.

En ella encuentran estos futuros diseñadores una puerta abierta para ver de cerca una empresa a pie de obra, para trabajar con rigor y excelencia, para alcanzar los objetivos que cada proyecto plantea, para realizar propuestas de moda o de diseño en general, tanto propias como ajenas, y para valorar la aportación de un equipo que está en permanente renovación y que continúa trabajando durante el desarrollo del proyecto de estos jóvenes.

Actualmente la Fundación Jesús del Pozo cumple una amplia tarea informativa y divulgativa no sólo de la obra de su fundador, sino de las múltiples funciones del diseño hoy en día en España.

Conclusiones

Jesús del Pozo, en toda su labor como diseñador, ha conseguido que la estructura de sus trajes y objetos se vea reflejada en sus formas externas. No ha realizado incorporación gratuita de elementos decorativos. Sus trajes poseen la rara virtud de la ingravidez real, la ligereza real o la robustez y peso reales.

Jesús del Pozo es capaz de lograr composiciones serenas, de armoniosas cromías, que nos traen ecos de Rothko, de sus "transparencias sensibles" y delicadas, rodeadas de misterio. Su paleta inconfundible de terciarios tienen una resonancia abstracta que nos traslada a los paisajes casi imperceptibles, borrosos y sutiles de los campos de Castilla; economía de elementos para que sus colores expresen los paisajes del alma.

La vinculación con el arte se manifiesta claramente en toda su propuesta. Aunque siempre se atiene a sus propios designios expresivos, entiende el vestido como un objeto construido como superficie, material y volumen con los que trabajar, muchas de las veces entendidos como si se tratara de un cuadro o una escultura.



Figura 9. Dibujo de Luis Casablanca Migueles para Jesús del Pozo. Chaquetón de seda guateado.
Figure 9. Drawing by Luis Casablanca Migueles for Jesús del Pozo. Quilted three-quarter length silk coat.

Concha Herranz

Curator of the Museo del Traje. CIPE

concha.herranz@mcu.es

Irene Seco

Curator of the Museo del Traje. CIPE

Doctor of Archaeology

irene.seco@mcu.es

Flora Villarreal and her contribution to Spanish fashion¹

To Carmen Alejandra

ABSTRACT: María Flora Villarreal Medina worked as seamstress and designer for more than fifty years, becoming one of the most prestigious names of the Spanish fashion world of her time. Her customers included famous aristocrats as well as international actresses. However, and due to the closing of the business after her retirement, her once famous clothes have been sadly forgotten. This essay offers a brief review of her life and work, and reclaims for her a place among prominent contemporary figures such as Pedro Rodríguez or Balenciaga, while showing some of Flora's designs from the Costume Museum collections.

KEYWORDS: Flora Villarreal, biography, career path, Spanish fashion industry, collections at the Costume Museum.

The seamstress and fashion designer María Flora Villarreal Medina was born on 24 November 1894, in Miranda de Ebro, Burgos², and died in Madrid on 11 November 1977.

Flora was a discreet woman who devoted more than fifty years of her life to making Haute Couture for an important, elite and loyal clientele. A contemporary of Cristóbal Balenciaga and Pedro Rodríguez, unlike the great Spanish couturiers she not only took her ideas from French fashion but also made her own models. Her prices were as high as and in some cases even higher than those of the great masters and her

“VILLARREAL” trademark won her deserved fame. Her company, however, disappeared after she retired from the profession.

This disappearance may explain why her name has been all but forgotten. The large encyclopaedias devote little more than a few lines to her³ and to date no in-depth study of her life and work has been undertaken.

Beginnings

Flora was born in Miranda de Ebro, her father having been stationed there by RENFE, the Spanish national railway company. Her mother's maiden name had been Madina, although, due to a family agreement, she took that of Medina, the customary form of the surname in the Vitoria area.

From a very early age Flora made clothes for her dolls, often taking apart an item of clothing – a shirt for example – to create another completely different one. In the same way, she made garments first for her siblings and later for local ladies. Flora loved sewing and saved up to buy thread. She delivered her orders to her first customers personally and would go on foot.

As a result, soon after her fourteenth birthday in 1908, her parents decided to take her to Vitoria to learn dressmaking under Rosario Landa, a famous seamstress of the time. So began Flora's training period. She lived with Rosario, sharing a room with Rosario's sister Laura. After school, the two girls – who were

¹ We would like to thank all those we consulted for their help in rescuing the name of Flora Villarreal from oblivion. The cooperation of her family, above all her children (Ana María and Alfonso Cotelo Villarreal – husband of María Jesús Vila Busquets, also one of our sources) and her granddaughters (Ana María's daughters, Ana María, María José and María Isabel) proved particularly invaluable. Further information was obtained with the help of Pilar Amillo, a former employee of Flora's, who worked with her from 1961 to 1964. Nor should we forget other valuable information provided by our donors.

² We were able to consult her daughter Ana María Cotelo Villarreal's personal files and examine her passport.

³ An entry in the *Enciclopedia General Ilustrada del país Vasco* (Illustrated General Encyclopaedia of the Basque Country), San Sebastián, Auñamendi, 2001, V. LII, p. 286, reads, “VILLARREAL MADINA, Flora: Renowned Vitoria couturier, b. 24-11-1893, settled in Madrid in 1918. For more than five decades she was one of Spain's most prominent fashion creators, and achieved international fame. With exquisite taste, especially in evening and tailored attire, she was together with Balenciaga the couturier most sought after by Spanish high society and reigned supreme when the latter transferred to

Flora Villarreal y su contribución a la moda española¹

A Carmen Alejandra

RESUMEN: María Flora Villarreal Medina, costurera y diseñadora durante más de cincuenta años, fue uno de los nombres más prestigiosos de la moda española de su tiempo, y su clientela incluyó desde conocidísimas aristócratas hasta actrices internacionales. Al desaparecer su empresa tras su retirada de la profesión, su trabajo ha estado sumido en el olvido. Este artículo intenta ofrecer un breve panorama de su vida y su obra y reivindicar el puesto de Flora Villarreal entre las grandes figuras de su época, como Pedro Rodríguez o Balenciaga, así como dar a conocer las prendas de Flora conservadas en las colecciones del Museo del Traje. CIPE.

PALABRAS CLAVE: Flora Villarreal, biografía, trayectoria profesional, moda española, colecciones del Museo del Traje.

María Flora Villarreal Medina, costurera y también diseñadora de moda, nació el 24 de noviembre de 1894 en Miranda de Ebro, Burgos², y falleció en Madrid el día 11 de noviembre de 1977.

Fue una mujer discreta, que durante más de cincuenta años se dedicó a la confección de vestidos de Alta Costura, manteniendo una importante clientela, elitista y fiel. Contemporánea de Cristóbal Balenciaga y Pedro Rodríguez, a diferencia de los grandes modistos españoles, realizaba tanto moda francesa como modelos de creación propia. Sus precios llegaron a ser tan altos como los de los grandes maestros o más, y su firma, registrada con la etiqueta "VILLARREAL", tuvo



merecida fama. Sin embargo, la empresa desapareció tras su retirada de la profesión.

Tal vez esa desaparición explique el olvido en el que su figura ha estado sumida desde entonces; las grandes enciclopedias apenas le dedican unas líneas³, y no se ha llevado a cabo hasta la fecha ningún estudio profundo sobre su vida y su obra.

Concha Herranz

Conservadora del Museo del Traje. CIPE

concha.herranz@mcu.es

Irene Seco

Conservadora del Museo del Traje. CIPE

Doctora en Arqueología

irene.seco@mcu.es

Figura 1. Retrato de Flora Villarreal a los cincuenta y dos años. Fotografía: Amer, 28 de febrero de 1946. Imagen cortesía de María Jesús Vila Busquets.

Figure 1. Portrait of Flora Villarreal at the age of fifty-two. Photograph: Amer, 28 February 1946. Courtesy of María Jesús Vila Busquets.

¹ Queremos agradecer a todos los informantes la ayuda prestada para rescatar del olvido a Flora Villarreal. Hemos contado con la colaboración inestimable de su familia, en concreto de sus hijos (Ana María y Alfonso Cotelo Villarreal –éste casado con María Jesús Vila Busquets, también informante–) y sus nietas (Ana María, María José y María Isabel, hijas de Ana María). Desde otra perspectiva, se han ampliado los datos con la ayuda de Pilar Amillo, una de las empleadas de Flora, que trabajó con ella desde 1961 a 1964. No hay que olvidar tampoco la valiosa información vertida por nuestras donantes.

² Hemos accedido al archivo personal de su hija Ana María Cotelo Villarreal y consultado su pasaporte.

³ En la *Enciclopedia General Ilustrada del país Vasco*, San Sebastián: Auñamendi, 2001, V. LII, p. 286, puede leerse: "VILLARREAL MADINA, Flora: Célebre modista vitoriana n. el 24-11-1893 e instalada en Madrid en 1918. Fue una de las más destacadas creadoras de moda, incluso de renombre internacional, durante más de cinco décadas. Dotada de un gusto exquisito, en especial para trajes de fantasía y de fiesta como de sastrería, fue, junto con

Figura 2. Flora con veintisiete años junto a su maestra Rosario Landa en la playa de San Sebastián, el 28 de agosto de 1921. En el centro, Flora; a la derecha su marido y detrás Rosario con su marido, su hija y su hermana. Imagen cortesía de la familia Villarreal.

Figure 2. Flora aged twenty-seven with her teacher, Rosario Landa, on the beach at San Sebastián, 28 August 1921. Flora is in the middle, with her husband to the right and Rosario with her husband, daughter and sister behind. Courtesy of the Villarreal family.



of an age and became fast friends – would take their chairs and sit down to sew with Rosario⁴.

Arrival in Madrid

In 1918, when Flora was 24, she moved to Madrid to set up her own business in an apartment in Calle Villalar, which doubled as her residence. On 2 August of the following year, she married Adolfo Coteló Garay from Vitoria. The ceremony took place at St Joseph's Church in Calle de Alcalá, Madrid. Adolfo worked for the Aragonese Energy and Industries Company but, given the success of Flora's workshop, he later joined her to head the administrative department. They were to have five children – Alberto, Ana María, Adolfo and the twins, José Ignacio and Javier (figure 3).

Shortly after this, in 1923, she transferred her workshop-residence to number 6 Monte Esquinza, on the corner of Alcalá Galiano. She took the whole of the first floor and had separate entrances to the living area and the workshop. The workshop consisted of three salons with fitting rooms overlooking Calle Monte Esquinza. It was here where she gave birth to her two youngest children, the twins Javier and José Ignacio, in 1932, and where she re-

mained until the outbreak of the Spanish Civil War.

In those days, Flora had yet to achieve the fame that would come in later days. In this respect, one of our sources – Pilar Amillo, a former employee of hers – told us a story Flora herself had once told her. It seems that one day a neighbour living in the same building asked Flora to make her a blouse. Flora made it and delivered it, charging her customer three pesetas⁵. However, in time she began to acquire regular clients, some sent to her from Vitoria by Rosario. Many remained with her when she moved to the new workshop on Paseo de la Castellana.

The workshop on Paseo de la Castellana

After the Civil War, Flora entered her "mature period." It was then when she separated the workshop from her residence and opened workshops and salons at number 9 Avenida del Generalísimo in a building belonging to the Duke of Arión near the Presidential Offices. The workshop occupied the whole of the first floor.

She was to work there until she retired in 1968. She lived at number 23 Calle Fernando el Santo until 1963, when, at the age of 69, she moved to

Paris. She had a workshop at number 9 Paseo de la Castellana in the Spanish capital. In recognition of her professional activities she was awarded the Spanish Medal for Meritorious Labour. D. Madrid 11-11, 1977'

There is also a brief reference to Flora Villarreal in the book by Aline Griffith, Countess of Romanones, *La espla vestia de rojo* (translation by Esteban Rimbau of the original *The Spy Wore Red*), 3rd ed., Barcelona, Ediciones B, p. 238, 1988). Finally, as regards written references, Flora Villarreal is mentioned in the guide: *Guía del Museo del Traje*, Ministerio de Cultura, Madrid, 2005, p. 99. – and the *Guía a la Exposición Permanente* (p. 33).

⁴The two families became very close and often went on holiday together.

⁵To give idea of the price, according to the Barcelona rates for the wholesale of dresses, shirts and ties approved in an agreement signed on 4 April 1934, during the first two years of employment an assistant at a shirt maker's or dressmaker's earned 20 pesetas a week. Generally speaking, in comparison with today's minimum wage, the price of the blouse would have been about 22 euros.



Figura 3. Flora en 1933 posando junto a sus hijos gemelos cuando tenían un año. Javier está a la izquierda, sentado, mientras José Ignacio gatea a la derecha. Fotografía: Kaulak.
Figure 3. Flora in 1933 with her one-year-old twin sons. Javier is seated on the left, while José Ignacio crawls on the right. Photograph: Kaulak.

Los inicios

Flora nació en Miranda de Ebro debido a que su padre, empleado de RENFE, fue destinado por la empresa a esta población. Su apellido materno era Madina, aunque, debido a un acuerdo tomado por la familia, fue sustituido por Medina, la versión del apellido habitual en la zona vitoriana.

Desde muy temprana edad cosía para sus muñecos; y cogía cualquier prenda —por ejemplo una camisa— y la desarmaba para crear otra bien distinta. Así fue como realizó algunas prendas para vestir a sus hermanos, y después para alguna señora. A Flora le entusiasmaba la costura, ahorraba para comprar los hilos e iba a entregar sus primeros encargos andando.

Ésta fue la razón por la que en 1908 sus padres decidieron llevarla a Vitoria, recién cumplidos los 14 años, a aprender costura en el taller de Rosario Landa, afamada modista del momento. Flora comenzó allí su periodo de formación. Vivió en casa de Rosario y compartió habitación con la hermana de ésta, Laura. Ambas niñas, de la misma edad y muy amigas, cogían sus sillitas a la salida del colegio y se iban a coser juntas con Rosario⁴.

La llegada a Madrid

Cuando Flora cumplió 24 años, se trasladó a Madrid para montar su propio taller, en un piso de la calle Villalar, que a la vez era su vivienda. Al año siguiente, el 2 de agosto de 1919, se casó con un vitoriano, Adolfo Cotelo Garay. La ceremonia se celebró en la iglesia de San José, en la madrileña calle de Alcalá. Él trabajaba en Energía e Industrias Aragonesas, aunque en seguida, y dado el éxito del taller, se incorporaría al negocio de Flora para llevar la administración. Tuvieron cinco hijos, Alberto, Ana María, Adolfo, José Ignacio y Javier, éstos últimos mellizos (figura 3).

Poco después, en 1923, trasladó su casa-taller a Monte Esquinza, 6, chaflán a Alcalá Galiano. Flora ocupaba toda la primera planta y tenía accesos independientes para la vivienda y el taller. Los talleres constaban de tres salones y probadores y daban a la calle Monte Esquinza. En este lugar permaneció hasta el inicio de la Guerra Civil, y en esta casa nacerían en 1932 sus dos últimos hijos, los mellizos Javier y José Ignacio.

Por aquellos tiempos, Flora no había alcanzado aún la consideración de la que luego gozaría. Valga como ejemplo la anécdota que refirió una vez a una de

Balenciaga, la modista más cotizada por la alta sociedad española, reinando en solitario cuando éste se estableció en París. Su taller se hallaba en el Paseo de la Castellana, 9 de la capital española. En reconocimiento a su profesionalidad le fue concedida la Medalla al Mérito en el trabajo, en Madrid el 11 de 1977⁵. Igualmente contamos con una sucinta referencia escrita a Flora Villarreal en el libro de Aline Griffith, Condesa de Romanones, titulado *La espía vestía de rojo* (texto traducido por Esteban Rimbau del original *The spy wore red*, 3ª ed., Barcelona: Ediciones B, 1988, p. 238). Por último en lo que a referencias escritas se refiere, se menciona a Flora Villarreal en la guía: *Guía del Museo del Traje*, Ministerio de Cultura, Madrid (p. 99) y en la *Guía a la Exposición Permanente* (p. 33).

⁴ Las familias trabaron gran amistad, y pasaban las vacaciones juntas.



Figura 4. Flora con cuarenta años en la habitación de sus hijos en la calle Monte Esquinza, ojeando revistas, entre ellas el *Vogue* ca. 1934.
 Figure 4. Flora at age forty in her children's room at Calle Monte Esquinza, leafing through magazines, among them *Vogue*. C. 1934.

number 52 Núñez de Balboa, where she resided until her death. According to her daughter Ana María, the Núñez de Balboa building was built by Flora's son-in-law, the architect Victor López Morales.

The section of the avenue where Flora set up her workshop was originally part of the Avenida de la Castellana but after the Civil War it was renamed Avenida del Generalísimo. It was not until 1949 that it recovered its original name of Paseo de la Castellana, although the street numbers were not affected. The street's history is reflected in items connected with Flora. On the cardboard box containing a wedding dress (subsequently donated to the Museum) made in Flora's workshop in 1947 for the Duchess of Alba, the adhesive label (figure 5) reads, "Flora Villarreal / Av. del Generalísimo 9 / Madrid." However, her business card (figure 6), obviously dating post-1949, reads, "Flora

Villarreal / Costurera / Castellana 9 / Madrid."⁶

We can get an idea of what Flora's Castellana workshop looked like thanks to photographs in our possession. Although there are only eight, they contain views of parts of the salons, showing their spaciousness, furniture and decor. They were taken by the photographer Amer on the occasion of the wedding of Flora's daughter, Ana María Cotelo Villarreal, on 27 June 1944, with the bride posing in a fabulous lace dress featuring a shirtwaist with a square neckline, a full skirt and a short train. Also striking is the very original short veil (figure 7).

Fortunately, in addition to the rather scarce graphic material available, we have the testimony of members of Flora's family and Pilar Amillo, her former employee mentioned above.

According to Pilar, the Villarreal premises had two huge salons and were lit by two bay and several normal windows, all overlooking the street. The floor was of polished wood. One of the salons had a fireplace, a large grey sofa, a number of chairs and armchairs, and a large mirror. In the other salon there were folding screens and it was here where the collections were shown. Three models worked for Flora full-time, one being Conchita, who was half-German, tall and blonde. Pilar also remembers girls named Berta, Encarnita and Lolita, who was a brunette and worked for Flora for some time. The collections were shown over two- or three-day periods twice a year. The model always carried the garment's corresponding number.

In the Castellana building there was also an office in another room overlooking the street. Here Flora's husband, Adolfo Cotelo, worked with his assistant Enrique. At the end of a long corridor were the fitting rooms and the models' room, where the collections were kept.

There was also an ironing room containing sewing machines and an enormous plate covered with coal irons and the odd electric iron. Finally, there were three workshops – *Fantasia* ("Fantasy"), *Sastre* ("Tailor") and *Boutique* – each fully equipped for cutting, fitting, etc. Every client had her own tailor's dummy with adjustors for chest, hips and shoulders, etc. All fittings were done with Flora present⁷ at

⁶ It is interesting that Flora calls herself a "costurera" (seamstress/couturier) on her business card. She may well have chosen this way of describing her profession to draw closer to the term *alta costura* (Haute Couture) and away from that of dressmaking.



Figura 5. Etiqueta adhesiva original de la caja del traje de novia de la Duquesa de Alba. MT097248.

Figure 5. Original adhesive label on the box of the Duchess of Alba's wedding dress. MT097248.



Figura 6. Tarjeta de empresa de Flora Villarreal posterior al año 1949. Cortesía de la familia Villarreal.

Figure 6. Flora's post-1949 business card. Courtesy of the Villarreal family.



Figura 7. Ana María Cotelo Villarreal el día de su boda (27 de junio de 1944), posando en los salones de la casa de costura Villarreal con el vestido confeccionado por su madre. Fotografía: Amer, 30 de junio de 1944.

Figure 7. Ana María Cotelo Villarreal on her wedding day (27 June 1944), posing in the Villarreal couture house salons in the dress made by her mother. Photograph: Amer, 30 June 1944.

nuestras informantes, su empleada Pilar Amillo. Un día, una vecina del inmueble en el que vivía Flora le pidió que le hiciera una blusa. Flora se la confeccionó y se la entregó. Cobró por ella la cantidad de tres pesetas⁵. Sin embargo, con el tiempo, comenzó a hacerse una clientela fiel, parte de ella enviada desde Vitoria por su maestra, que luego la seguiría al nuevo taller de Castellana.

El taller del Paseo de la Castellana

Tras la Guerra, Flora inicia su periodo de madurez; es entonces cuando independiza el taller de la vivienda y abre sus talleres y salones en la Avenida del Generalísimo, 9, en la casa del Duque de Arión. El taller ocupaba toda la primera planta del edificio, sito junto a la Presidencia de Gobierno.

Aquí trabajaría hasta 1968, fecha en la que se retiró. Su vivienda estaba por entonces localizada en la calle Fernando el Santo, 23, hasta que en 1963 se trasladara a Núñez de Balboa 52, dirección donde residió desde que cumplió 69 años hasta el final de sus días. Este último edificio, según nos cuenta su hija Ana María, fue construido por el yerno de Flora, el arquitecto Víctor López Morales.

El tramo de la Avenida donde Flora instaló su taller fue denominado inicialmente Avenida de la Castellana, pero pasó a llamarse, tras la Guerra Civil, Avenida del Generalísimo. No será hasta 1949 cuando recupere su antiguo nombre de Paseo de

la Castellana, conservando la numeración. La historia de la calle queda reflejada en las piezas relacionadas con Flora. En el embalaje de cartón en el que Flora entregó el traje de novia a la Duquesa de Alba, realizado en su taller en 1947, y que conserva el Museo como donación, la etiqueta adhesiva (figura 5) indica: "Flora Villarreal / Av. del Generalísimo, 9 / Madrid". Sin embargo, en la tarjeta profesional (figura 6), que obviamente es posterior a 1949, puede leerse: "Flora Villarreal / Costurera / Castellana, 9 / Madrid"⁶.

Podemos hacernos una idea visual de cómo era el taller de Flora en la Castellana gracias a los documentos fotográficos que conservamos. Se trata solamente de ocho fotografías, en las que se aprecia de forma parcial el espacio de los salones, su gran amplitud, el mobiliario y la decoración. Fueron realizadas por el fotógrafo Amer con ocasión de la boda de Ana María Cotelo Villarreal, hija de Flora, acontecida el 27 de junio de 1944. En ellas, la novia posa vestida con un extraordinario vestido camisero de encaje, con escote cuadrado, con falda de vuelo y leve cola. Llama la atención además el original velo corto (figura 7).

Afortunadamente, además de con el escaso material gráfico, contamos también con los datos orales facilitados por la familia y por Pilar Amillo, empleada de Flora a la que ya se hizo referencia anteriormente.

Según nos cuenta Pilar, la casa Villarreal contaba con dos enormes salones exteriores, iluminados por dos miradores y varias ventanas. El suelo era de tarima de

⁵ Para dar una idea del precio, según las Bases de Trabajo de Confecciones, Camisería y Corbatería al por mayor de Barcelona, aprobadas por acuerdo de 4 de abril de 1934, un auxiliar de taller de confecciones y camisería cobraba durante los dos primeros años 20 pesetas a la semana. *Grosso modo*, y haciendo una equivalencia con el salario mínimo interprofesional actual, la blusa vendría a valer hoy unos 22 euros.

⁶ Resulta interesante que en la tarjeta profesional Flora se presente como costurera, vocablo que selecciona para definir su trabajo posiblemente por estar más próximo a la acepción de "Alta Costura" y más distante del concepto de modista.

Figura 8. Tarjeta de compras parisina de Flora Villarreal. La fotografía es la realizada por Amer el 28 de febrero de 1946.
Figure 8. Flora Villarreal's Paris buyer's ticket. The photograph was taken by Amer on 28 February 1946.

- ⁷ At the workshop, she did not do any cutting or fitting personally, although she was always present during the steps prior to the actual making of a dress. She organised and supervised every stage in the process.
- ⁸ Pilar recalls only one tailor and one seamstress named Felisa in this workshop.
- ⁹ The House of Villarreal did not embroider the clothes they made.
- ¹⁰ Flora Villarreal's trips to Paris were essential to her work, at least from 1949 on, and continued to be so in the early 1960s, when Pilar Amillo started working for her. It was in Paris at the presentation of the spring-summer collections in February 1961 where Pilar met Flora Villarreal. Pilar was living in Paris at the time, writing fashion articles for the magazine *Actualidad Española*, which took her to shows of the major Haute Couture collections on press days. Flora, on the other hand, would attend the day after, on trade day. They coincided at one event and were introduced by a relative of Flora's. Flora immediately offered Pilar a job in Madrid and Pilar agreed to move to Spain.
- ¹¹ The photograph is the same as that taken by Amer two years earlier, on 28 February 1946.
- ¹² It reads, "Acceptance of this ticket implies a formal commitment on the part of the bearer and the house which he/she represents:
1. Never to buy in any form whatsoever (fabrics, patterns, sketches, etc.) in order to counterfeit the models of the Couture-Creation Houses of France.
 2. Never to resell these models or reproduce them anywhere in any form (fabrics, patterns, sketches, etc.) either directly or indirectly, within French territory.
 3. Never to rent purchased models to any person, never to employ the services of any person who rents models professionally, and never to resell models purchased in the form of sketches or patterns.
- "Should the bearer of this ticket or the house which he/she represents fail to comply with any of the commitments outlined in the paragraphs above, he/she agrees that this ticket shall be withdrawn from him/her and that he/she shall return it."



the workshop, never at the home of the client, who would be given an appointment. A fitting lasted around forty-five minutes, with the client standing the whole time. The details of each and every dress were recorded exhaustively with references to the model, the materials used, the number of hours taken to make it and the person who had made the piece. Flora even had an album of brides in which she placed photographs sent to her by clients. Once completed, the dresses were folded in tissue paper, placed in wooden or cardboard boxes, and delivered to the client by the deliveryman, whose name was Francisco.

There were two managers in each workshop. In the *Sastre* workshop, where women's suits and coats were made, were two tailor brothers⁸. In the *Fantasia* workshop, where evening and cocktail party wear were made, were Ascención and Matilde, while in the *Boutique* workshop, where shirts, skirts

and other garments were made, were Isabel and two fully-qualified assistants, Carmen Velasco and Luisita.

In addition to the workshops there was a storage or goods area, managed in the 1960s by two ladies called Angelita and Teresa who were responsible for materials – rolls of cloth, thread, buttons and other items. It acted as a shop within the workshop and was fully stocked, although all orders had to be justified and signed for. It was here where finished garments ready for delivery were also packed on a large table. Some of the materials were bought from abroad, mainly from Paris, where cloths from Abraham's and bridal headdresses, for example, as well as the precious stones essential for the embroidered⁹ party dresses so in fashion at the time were purchased.

Pilar Amillo was often required to travel to Paris to bring back materials. "The things I bought were very difficult to get through customs," she recalls. "I used to do everything, travel on my own in the train... I just couldn't wait to get across the border."

Flora's purchases in France were not limited to materials; she also bought designs, i.e. patterns and fabric samples and above all authorisation to make the garments. In order to be able to purchase the things which were the cornerstone of her business, Flora had "buyer's tickets" (*cartes d'acheteur*), which were issued by the Chambre Syndicale de la Couture Parisienne (Paris Trade Union of Couture).¹⁰ We have examined one of these documents (figure 8) – number 2274, 12 August 1949 – which was a pass to the 1949 autumn-winter collection show. The ticket contains the registered name of the firm represented ("Flora Villarreal"), the nature of the bearer's activity ("modista" or "designer") and the address (Paseo de la Castellana, 9). It also bears Flora's signature and photograph.¹¹

The ticket is particularly interesting because offers us a glimpse of the 1949 fashion world, both in France and Spain. As can be seen from the clauses it lists, France, the cradle of fashion, regulated and controlled its creations through the Chambre Syndicale de la Couture Parisienne.¹² On the other hand, it also reveals how fashion was distributed and its commercial network developed. Thus, Flora Villarreal bought designs from the master couturiers in Paris, subsequently made them at her

madera. Uno de los salones estaba equipado con chimenea, un tresillo de color gris, sillas, butacas, y un espejo grande; en el otro había biombos. Era aquí donde se pasaban las colecciones. Flora tenía tres maniqués fijas. Conchita era rubia y alta, alemana por parte de padre o de madre. Nuestra informante recuerda también a Lolita, que estuvo algún tiempo en la casa y era morena, a Berta y a Encarnita. Las colecciones se pasaban dos veces al año, durante dos o tres días; las maniqués siempre llevaban el correspondiente número del modelo.

Había también en Castellana 9 un despacho para la administración, ubicado en otra de las habitaciones exteriores, en el que trabajaba Adolfo Cotelo, marido de Flora, ayudado por Enrique. Tras un largo pasillo, al fondo, estaban los probadores y el cuarto de modelos, donde se guardaban los trajes de las colecciones.

Había además un cuarto de plancha, ocupado por una inmensa placa llena de planchas de carbón y alguna eléctrica, además de las máquinas de coser. Por último, había tres talleres –Fantasía, Sastre y Boutique–, dotados los tres con equipos completos para corte, pruebas, etc. Cada clienta tenía su propio maniquí a medida, con los correctores apropiados de pecho, cadera, hombros, etc. Todas las pruebas se hacían en el taller; nunca se iba a casa de las clientas, sino que éstas iban a los salones de Flora previa cita, y estando ella presente⁷. La prueba duraba unos tres cuartos de hora, permaneciendo siempre de pie. Cada traje se documentaba exhaustivamente; se referenciaba el modelo, los materiales, las horas empleadas, y la persona que lo había hecho. Flora tenía incluso un álbum de novias, donde incorporaba las fotografías que le mandaban las clientas. Cuando los trajes estaban terminados se entregaban en cajas de madera o de cartón protegidos por papel de seda. El repartidor se llamaba Francisco.

En cada taller había dos responsables. En el Taller de Sastre, donde se confeccionaban trajes sastre y abrigos, trabajaban dos hermanos sastres⁸. En el Taller de Fantasía, destinado a la confección de vestidos de fiesta y cóctel, estaban Ascensión y Matilde. En el Taller de Boutique, donde se confeccionaban camisas, faldas, y otras prendas, trabajaban Isabel, Carmen Velasco y Luisita, estas dos últimas oficiales jefes de mesa.

Además de los talleres propiamente dichos, existía un almacén, o zona de géneros, controlado en los años 60 por las señoras Angelita y Teresa, responsables del material: telas en rollos, hilos, botones y otros elementos. El almacén funcionaba como una tienda interior; allí había de todo, pero lo que se pedía había que justificarlo y firmarlo. También allí se embalaban para su posterior entrega los trajes ya confeccionados, utilizando para ello una gran mesa. Algunos de los materiales se compraban en el extranjero, principalmente en París. Allí se adquirían, por ejemplo, los tejidos de la casa Abraham y algún tocado para las novias, además de la pedrería, elemento fundamental de los vestidos de fiesta bordados⁹, tan de moda en esos años.

Pilar Amillo fue muchas veces la encargada de viajar a París y traer de vuelta los materiales. “Las compras eran muy difíciles de pasar por la aduana”, recuerda; “lo hacía yo, y viajaba sola en tren... soñaba con cruzar la frontera”.

Pero Flora no sólo compraba materiales en Francia sino también modelos; es decir, patrones y muestras de tejido y, sobre todo, el derecho de confeccionar los vestidos. Para poder efectuar estas adquisiciones, que constituían la piedra angular de su negocio, Flora contaba con carnés de comprador (*carte d'acheteur*), emitidos por la Cámara Sindical de Costura de París¹⁰. Hemos tenido acceso a uno de estos documentos (figura 8), que lleva fecha de 12 de agosto de 1949, y da acceso al pase de la colección otoño – invierno de 1949, número 2274. En el carné consta la razón social de la firma representada, “Flora Villarreal”, y la naturaleza de la actividad, “modista”; también la dirección, en Paseo de la Castellana, 9. El documento muestra además la firma autógrafa de Flora y también su fotografía¹¹.

El interés del carné radica en que nos sumerge en la realidad en la que se mueve la moda, tanto francesa como española, en este año de 1949. Por un lado, Francia, cuna de la moda, regula y controla sus creaciones a través de la Cámara Sindical de la Costura Parisiense, tal y como evidencia el clausulado¹². Y, por otra parte, muestra cómo se difunde la moda y cómo se desarrolla su entramado comercial. Así, Flora Villarreal adquiere en París los modelos diseñados por los grandes modistos, los realiza posteriormente en sus talleres y los ofrece a sus

⁷ En el taller, Flora no cortaba ni probaba en persona, aunque sí estaba presente en los pasos previos a la confección de un vestido; organizaba y controlaba todo el trabajo.

⁸ Pilar recuerda en este taller solamente a un sastre y a una costurera, de nombre Felisa.

⁹ Los bordados no se hacían en la casa Villarreal.

¹⁰ Estos viajes de Flora Villarreal a París fueron claves centrales de su trabajo al menos desde el año 1949, y seguían siéndolo a principios de los años 60, cuando Pilar Amillo trabajó en la casa. Fue precisamente en París donde Pilar conoció a Flora Villarreal, en febrero de 1961, en la presentación de las colecciones de la moda primavera - verano. Pilar entonces vivía en París, y estaba realizando crónicas de moda para la revista *Actualidad Española*, por lo que asistía a los pases de las grandes colecciones de Alta Costura el día dedicado a la prensa. Flora en cambio, asistía al día siguiente a los pases dedicados a profesionales. Se encontraron y fueron presentadas a través de un familiar de Flora. Allí, en ese momento, Flora ofreció a Pilar trabajo en Madrid. Ella accedió y se trasladó a vivir a España.

¹¹ La fotografía es la misma que le había hecho Amer dos años antes, concretamente el 28 de febrero de 1946.

¹² El texto recoge lo siguiente: “La aceptación de la presente carta implica, para su titular y para la casa que representa, el compromiso formal de: 1. Nunca comprar bajo ninguna forma que sea (tejidos, patrones, croquis, etc...), para falsificar los modelos de las Casas de Costura-Creación de Francia. 2. Nunca revender estos modelos o su reproducción en ningún punto del territorio francés bajo la forma que sea (tejidos, patrones, croquis, etc...) directamente o indirectamente. 3. Nunca alquilar los modelos comprados a nadie, nunca recurrir a los servicios de las personas que alquilan modelos profesionalmente, y nunca revender estos modelos comprados bajo forma de croquis o patrones.

En el caso de que el titular de la carta, o la Casa que representa, faltara a cualquiera de estos compromisos suscritos en los párrafos precedentes, aceptarán que les sea retirada la presente carta y se comprometen a restituirla”.

workshops and then offered them to her clients. In this respect, it is obvious that one of the secrets of her success was that she marketed perfectly made French fashions in her Madrid salons. Although Flora's prices were high, they were low in comparison with French prices, as overheads were lower due to Spanish wage levels.

In the course of their history, Flora Villarreal's workshops employed a large number of people. In the family archives we were able to see a very interesting group photograph dated around 1965 with Flora, her husband and many of her employees at the Biarritz restaurant in Madrid. The family were able to identify several of the people in it, including the clerk, the tailors and some workshop managers. Unfortunately we are not able to reproduce it here. Flora's children Ana María and José Ignacio told us "it was fifty years of intensive activity and there were over a hundred staff members." Likewise, Pilar told us that by the early 60s one hundred people were working at the Villarreal workshop. None of Flora's children followed in their mother's footsteps; only her granddaughter Ana María was seen occasionally in the workshop. Her daughter-in-law, María Jesús Vila Busquets, sometimes helped out when English was

needed by interpreting during conversations with American clients.

The staff situation at the company was stable; few employees left, as working for Flora was a matter of prestige. Furthermore, she was a woman of deep-rooted habits (she would say the rosary every day at twelve o'clock in the three workshops) and was fiercely protective by nature. Members of the family told us that she never left the girls on their own and when they were very busy she called home to order food in. Ana María stressed, "As my mother protected and pampered all the shop floor workers, the vast majority stayed on for years. The workshop was famous for having all its employment papers in order and the company enjoyed a great deal of prestige. People were proud to be on staff there."

The day-to-day work

Flora Villarreal's capacity for work was legendary. All those who knew her say that she worked all day long and was "always on the job." Her daughter recalls that when she was a girl, "My father was reading the *ABC* newspaper and saw a photograph of a painting of a dressmaker asleep over a sewing machine and he immediately associated it with his wife at work every day. It made him very keen to buy the painting."

In the early years, Flora made lingerie and received a large number of orders for trousseaus, but she was forced to discontinue this line because the demand for gowns was even greater. As Pilar said, "She couldn't cope with so much." Here we should bear in mind that from the late-40s to the late-60s, rigid, complex female etiquette demanded wardrobes with a wide variety of outfits and accessories for every hour of the day. As a result, Flora received a large number of orders and so made a wide assortment of party dresses for debutante balls and Seville's April Fair. She also made dresses for cocktail parties and formal attire for brides and matrons of honour, as well as tailored suits (many Chanel-style), coats and some more casual wear.

By way of example, Flora made the gown worn by Mauricia Lladó y Fernández Urrutia at her debutante ball. Mauricia told us, "She made the dress



Figura 9. Ana María Coteló Villarreal, embarazada de su hija Isabel, posa junto a su tío paterno llevando un abrigo de su madre complementado con un tocado de velillo en color claro. Fotografía: Pérez y Villar, 1950.

Figure 9. Ana María Coteló Villarreal, pregnant with her daughter Isabel, with her paternal uncle. She is wearing a coat made by her mother and a light-coloured hat and embroidered veil. Photograph: Pérez y Villar, 1950.

clientas. En este sentido, queda patente cómo una de las razones del éxito de este taller es que comercializa en Madrid, en sus salones, la moda francesa, magistralmente confeccionada. Aunque los precios de Flora eran elevados, resultaban baratos en comparación con los franceses, debido al recorte en los gastos que suponían los sueldos más bajos que se pagaban en España.

Los talleres de Flora Villarreal dieron empleo a gran número de personas a lo largo de su historia. En el archivo familiar hemos podido ver una muy interesante fotografía de grupo en la que se reúnen Flora, su marido y un gran número de empleados en el restaurante Biarritz de Madrid. Está fechada en el año 1965 aproximadamente, y la familia ha podido identificar a algunas personas, como el administrativo, los sastres, y algunas jefas de taller. Sentimos no poder publicarla. Sus hijos Ana María y José Ignacio nos refieren que “fueron cincuenta años de intensa actividad, llegando a tener contratados en la empresa más de cien empleados”. Del mismo modo nos dice Pilar que, a principios de los años 60, Villarreal contaba con cien personas en el taller. Ninguno de los hijos de Flora continuó la vocación de su madre y sólo su nieta Ana María estuvo en el taller en alguna ocasión; su nuera María Jesús Vila Busquets la ayudó en alguna ocasión en lo referente al idioma inglés, participando en las conversaciones con sus clientas americanas.

El personal de su empresa era estable, había poca movilidad, y el hecho de trabajar para Flora daba mucha categoría. Ella era además una mujer de costumbres arraigadas (todos los días a las doce se rezaba el rosario en los tres talleres) y con un fuerte espíritu protector; la familia nos cuenta que nunca dejaba a las chicas solas, y que en días de mucho trabajo llamaba a casa para que les trajeran la comida. Ana María subraya: “mi madre protegía y mimaba a todos sus operarios, de tal manera que la gran mayoría estuvieron contratados muchos años. El taller tenía fama de tener todos los papeles de contratación en regla, y la empresa gozaba de mucho prestigio. Era un orgullo formar parte del personal”.

El trabajo cotidiano

La capacidad de trabajo de Flora Villarreal era legendaria. Los que la conocieron

coinciden en afirmar que trabajaba todo el día, y que siempre estaba al pie del cañón. Su hija recuerda que siendo ella niña “mi padre leyendo el ABC, vio fotografiado un cuadro que representaba a una modista dormida sobre la máquina de coser, e inmediatamente estableció un paralelo con la imagen diaria de su mujer, lo que provocó en él un gran deseo por adquirirlo”.

En los primeros años, Flora realizó lencería, y recibió una importante cantidad de encargos de ajuares de novia, pero tuvo que abandonar esa línea porque la demanda de trajes era aún mayor, y, en palabras de Pilar, “no podía con tanto”. Recordemos que desde finales de los años 40 y hasta finalizar la década de 1960 la rígida y compleja etiqueta femenina exigía un ropero con gran variedad de trajes y complementos adecuados para cada hora del día. Como consecuencia, Flora contaba con gran número de encargos, y realizaba muchos y muy variados trajes de fiesta, que a menudo le encargaban para puestas de largo, o con motivo de la Feria de Sevilla. Cosía también vestidos de cóctel y de ceremonia, como los de novia o de madrina, además de trajes sastre, muchos de tipo Chanel, abrigos y ropa más informal.

Flora cosió, por ejemplo, el traje para la puesta de largo de Dña. Mauricia Lladó y Fernández Urrutia. En palabras de la interesada: “en su taller me hice el traje de mi puesta de largo. Era un taller famoso porque Flora compraba modelos en París, que luego confeccionaba maravillosamente. Sé que vistió mucho a Grace Kelly; yo la he visto allí en algunas ocasiones. Flora tenía los mismos precios que Balenciaga, pero los trajes de noche y de cóctel de Flora resultaban más glamourosos. En cambio Balenciaga realizaba fantásticos abrigos y sastres”.

Respecto a los trajes de novia, sabemos que realizó el de su hija Ana María y el de su nuera Paloma Oñate Gil, casada con su hijo, el abogado Adolfo Coteló Villarreal. La propia Paloma nos comenta que “conservan el vestido como un tesoro”¹³. También sabemos que diseñó el traje de novia de María Jesús Vila Busquets, casada con José Ignacio Coteló Villarreal¹⁴ (figura 10).

Además de los vestidos confeccionados para los eventos nupciales de la familia, Flora diseñó, por supuesto muchos más, entre los que, además del famosísimo de la Duquesa de Alba, se encuentran por

¹³ La ceremonia se celebró en Madrid, el día 16 de noviembre de 1960 en la iglesia de San Fermín de los Navarros. La madrina fue Flora Villarreal de Coteló y el padrino, Virgilio Oñate Sánchez, padre de la novia. Después de la boda se sirvió un cóctel en el Hotel Ritz. Este mismo traje lo vistió el día de su boda, 27 años después, su hija Paloma Coteló Oñate, el 12 de octubre de 1987, en Madrid. La boda se celebró en la misma iglesia, y se sirvió luego un cóctel en el Club de Tiro de Pichón de Somontes. Este interesante dato nos sitúa ante un traje atemporal, que se mantiene actual a pesar del paso de los años. Tiene escote alto de barco, cuerpo ajustado y manga larga. La contrayente llevaba además un velo de tul con tocado de florecillas y un collar de una vuelta de perlas.

¹⁴ La boda se celebró el día 1 de junio de 1962 en la iglesia de San Bernat del Montseny, Barcelona, y actuó como madrina la madre del novio, Flora Villarreal, y como padrino, el padre de la novia. Se nos ha facilitado la nota de prensa, publicada por el *Diario de Barcelona* el miércoles, 23 de noviembre de 1960 (página 7, “Notas de sociedad”: “Boda distinguida en Madrid”). La nota recoge el nombre de los testigos de ambos contrayentes por separado. Existe además otra nota de prensa sin identificar, en la que aparece fotografiado el vestido.

¹³ The ceremony was held in Madrid on 16 November 1960, at the church of San Fermín de los Navarros. The matron of honour was Flora Villarreal de Cotelo and the bride was given away by her father, Virgilio Oñate Sánchez. The wedding was followed by a reception at the Hotel Ritz. The same dress was worn on 12 October 1987, 27 years later, by Paloma's daughter Paloma Cotelo Oñate on her wedding day in Madrid. The marriage took place in the same church and was followed by a reception at the Somontes Clay Pigeon Shooting Club. This interesting piece of information conjures up a timeless wedding dress always in fashion despite the passing years. It has a high scoop neck, close-fitting bodice and long sleeves. The bride also wore a tulle veil, a headdress with small flowers and a single-strand pearl necklace.

¹⁴ The wedding took place on 1 June 1962, at the church of San Bernat del Montseny, Barcelona. The bride's mother, Flora Villarreal, was matron of honour and the bride was given away by her father. We have a copy of the press release, printed by the *Diario de Barcelona* on Wednesday, 23 November 1960, (page 7, *Notas de sociedad: Boda distinguida en Madrid* – "Society Column: Marriage of Distinction in Madrid"). The column lists the names of the bride's and groom's witnesses separately. There's another – unidentified – press release with a photograph of the wedding dress.

¹⁵ She confessed it is the only one she still has.

¹⁶ At 13 Rue de Saint-Roch, corner of 300 Saint-Honoré Boulevard. The hotel is still there.

¹⁷ Pilar recalls that one year the entrance ticket for the Chanel show cost no less than 25,000 pesetas. Regarding this amount, see note 20.

¹⁸ Paradoxical as it may seem for a professional of Flora's standing, Pilar Amillo told us that when she met her, "Flora did not wish to create."

¹⁹ According to Flora's daughter Ana María, Flora and Balenciaga were of an age and had been born near each other. "She was a friend of Balenciaga's. He'd wanted her to go with him and advised her to make more public appearances if she wanted more fame and recognition. But she limited contact to the occasional lunch. Some summers she went to his home in Igueldo; they'd drive her there and the car would wait outside for half an hour."

²⁰ In 1961, a wedding dress made by Flora cost 25,000 pesetas. That year, the basic annual salary of a university professor was 38,320 pesetas.

for my debutante ball. The workshop was famous because Flora bought her designs in Paris and then made them marvellously. I know she made a lot of clothes for Grace Kelly; I saw her there a few times. Flora's prices were the same as Balenciaga's but her evening gowns and cocktail dresses were more glamorous. On the other hand, Balenciaga made fantastic coats and tailored suits."

As for wedding dresses, we know that Flora made the dresses for the weddings of her daughter Ana María's and her daughter-in-law Paloma Oñate Gil, who married Flora's son, the lawyer Adolfo Cotelo Villarreal. Paloma told us, "We guard that dress like a treasure."¹³ We also know that she designed the wedding dress for María Jesús Vila Busquets, who married José Ignacio Cotelo Villarreal¹⁴ (figure 10).

Besides the dresses she designed for her own family's weddings, Flora of course designed many more, including a very famous one for the Duchess of Alba. She also designed dresses for the Duke of Alba's sister, Lady Sol; Miguel Primo de Rivera's bride María Oriol; Pilar Sástago, daughter of the Marquis and Marchioness of Sástago and a close friend of Fabiola of Belgium; and Isabel Gómez Acebo, daughter of Deleitosa, the sister of Princess Pilar's husband. We should also mention the wedding dresses she made (now lost) for Sonsoles Martín and María Teresa Spínola de Barreiros. María Teresa told us, "My wedding dress is a Christian Dior design. Flora Villarreal was wonderful with her clients; she was a great professional and had exquisite taste. We'd go to Flora's to buy marvellous copies of French models. She sold models mainly by Dior but by other French couturiers too. She'd buy the patterns and make them perfectly. She'd also take her inspiration from French fashion and adapt the designs for her own models. In her time, Flora was comparable to the Molinero sisters in Madrid and what they did with Valentino's designs."

Over time Flora also crafted a variety of accessories. In this respect we might mention the neckerchief worn by her daughter Ana María¹⁵ on 7 December 2007, for the opening of the *Mujeres en blanco* ("Women in White") exhibition. It was among those her mother sold at the boutique. All her accessories bore

the "VILLARREAL" label and were marketed together with other accessories like headpieces and necklaces.

Flora combined her day-to-day work at the workshops on the Paseo de la Castellana with the visits to Paris we have mentioned above. In the early 1960s, she would make two trips a year to see the spring-summer and autumn-winter collections, accompanied by her purchaser, Lola, and Pilar Amillo, who looked after financial matters and acted as Flora's public relations assistant as she spoke French and English, both essential for the everyday running of the company.

During those years, Flora would stay at the Hôtel Londres Boulevard Saint-Honoré¹⁶ and Pilar continued to stay at the student's residence hall, as she had in her previous job in the city. The three women would attend trade shows, where Flora would choose and buy the two models to which the entrance ticket entitled her.¹⁷ Each model she bought came with a document with samples listing all the pieces and materials needed to make it; this enabled Flora to make faithful copies of the model¹⁸ and present them in her collections in Madrid. "We always went," Pilar told us, "to the Dior, Balmain, Lanvin, Castillo, Givenchy, Nina Ricci and Chanel showings, but never to Balenciaga's, as Flora never wished to copy him. On the other hand, she would make courtesy calls at the House of Balenciaga after the presentations of his collections¹⁹ to congratulate him and I would go along with her."

At the Castellana workshop, Flora sewed for the crème-de-la-crème of high society of the time. The days of the three-peseta blouse²⁰ were by now far behind; Flora now had her own chauffeur to drive her from her Núñez de Balboa home to the Castellana workshop and back every day.

According to members of her family, Flora's many clients included members of the aristocracy, some of whom we have already mentioned in relation to her wedding dresses. Others included the Marchioness of Casarriera; the daughter of Castroviejo, the famous ophthalmologist; the Countess of Motrico; the Urquijo women; Sandra Torlonia; the Countess of Sueca; the Duchess of Santoña; the Marchionesses of Romanones, of Campoo, of Floridablanca and of Medinaceli; and of course the Duchess of Alba, who

ejemplo el de Dña. Sol, hermana del Duque de Alba, el de María Oriol, casada con Miguel Primo de Rivera, y también el de Pilar Sástago, hija de los Marqueses de Sástago, íntima amiga de Fabiola de Bélgica. Otro de sus trajes de novia lo cosió para Isabel Gómez Acebo, hija de Deleitosa, hermana del marido de la Infanta Pilar. Cabe mencionar también el vestido de novia que hizo para Sonsoles Martín, hoy perdido, o el de Dña. María Teresa Spínola de Barreiros, quien relata: “mi traje de novia es un diseño de Christian Dior. Flora Villarreal era maravillosa en su trato, una gran profesional y muy exquisita. Íbamos a Flora para adquirir estupendas copias de modelos franceses. Ella vendía modelos de Dior fundamentalmente, y también de otros modistos franceses; compraba los patrones y los realizaba perfectamente. También, inspirándose en las líneas de la moda francesa, y adaptándola, creaba sus propios modelos. En su época, Flora era como han sido durante años Las Molinero en Madrid para los diseños de Valentino”.

Con el tiempo Flora llegó a realizar también variados complementos. A este respecto cabe mencionar el pañuelo de cuello que su hija Ana María llevaba puesto¹⁵ el 7 de diciembre de 2007, día de la inauguración de la exposición *Mujeres de blanco*. Se trataba de uno de los pañuelos que vendía su madre en la *boutique*; estas piezas llevaban impresa la marca “VILLARREAL”, y se comercializaban junto con otros complementos, como tocados y collares.

Flora compaginaba el trabajo diario en los talleres del Paseo de la Castellana con las estancias en París, a las que ya se hizo referencia más arriba. A principios de los años 60, Flora viajaba a París dos veces al año, para la presentación de las colecciones de primavera-verano y otoño-invierno. Iban tres personas: la propia Flora, Lola, la encargada de las compras, y Pilar Amillo, de los aspectos económicos, que hacía las veces de ayudante y relaciones públicas, ya que hablaba francés e inglés, idiomas ambos muy necesarios para el día a día de la empresa.

En esos años, Flora se alojaba en el hotel Londres del Boulevard Saint-Honoré¹⁶, y Pilar se seguía hospedando en una residencia de estudiantes, tal y como venía haciendo en su anterior trabajo en la ciudad. Las tres mujeres asistían a los pasajes dirigidos a profesionales, en los



Figura 10. La nuera de Flora posa el día de su boda con su esposo José Ignacio Cotelo Villarreal. A ambos lados de los contrayentes, las sobrinas del novio, Ana María y María José López Cotelo. Las dos llevan vestidos confeccionados por su abuela Flora. Fotografía: Vda. de M. Villaplana, 1 de junio de 1962.

Figure 10. Flora's daughter-in-law with her husband, José Ignacio Cotelo Villarreal, on their wedding day. On either side of the couple, the groom's nieces, Ana María and María José López Cotelo, both wearing dresses made by their grandmother Flora. Photograph: Widow of M. Villaplana, 1 June 1962.

¹⁵ Nos confesó que es el único que conserva.

¹⁶ En el número 13 de la calle Saint-Roch, esquina 300 con la calle Saint-Honoré; el hotel sigue existiendo en la actualidad.

visited Flora's workshop with her father on more than one occasion. Some of her clients, like the Duchess of Fernán Núñez, ordered their entire wardrobes at the House of Villarreal.

Flora also dressed Fabiola of Belgium, who lived on the corner of Fernando el Santo and Zurbano, very close to the workshop. It seems that Fabiola considered having her wedding dress made at Villarreal's but finally ordered it from Balenciaga. However, Flora did make the wedding dresses for Fabiola's sister, the Duchess of Sástago, and her sister-in-law.

Other clients who passed through Flora's workshop were General Franco's wife, as well as a number of foreign personalities²¹ including Soraya, Farah Diba, Ava Gardner and Grace Kelly. As Pilar Amillo told us, "The American ladies were very demanding. One of them was a Miss Baker, who lived in San Francisco and whose husband owned a chain of banks. I personally delivered several dresses to her at the Ritz Hotel in Paris." Pilar also recalls a memorable party at which Gina Lollobrigida and Elizabeth Taylor turned up in the same ensemble by Flora. It was a gradated peach organza dress with overlapping layers, a bodice embroidered with precious stones, a skirt below the knee, and a matching jacket with small lapels.

Flora's relationship with some of her clients developed into friendship. This was the case of the Count of Motrico, the Spanish ambassador in Paris, for whose wife she made several dresses. The Count gave Flora an engraving by Bruno de Villarreal, a relation of hers. Furthermore, Flora's clients trusted her absolutely. For example, when she was in residence in London, the Marchioness of Santa Cruz used to tell her, "Send me whatever you like, I have such-and-such an engagement." Flora's intense personality combined with her artistic temperament, honesty, warmth and perfectionism led her clients to trust her so implicitly that they simply "put themselves in her hands."

Personal life

Flora always managed to balance motherhood with her professional life, to the point that her children – and years later

some of her grandchildren – would go to the workshop to do their homework after school. She paid attention to every detail: their health, their studies, etc., and insisted that they learn foreign languages.²²

Ana María describes her mother as "an active woman with a strong character, very creative, good at drawing and with extraordinary good taste. She had an excellent memory for faces and an exceptional memory in general, to the point of remembering every dress she had ever made, who she had made it for, and even for what occasion the client had ordered it."²³ "My mother demanded perfection," she told us. "She examined every dress thoroughly before it was delivered."

Pilar Amillo also admired Flora, and remembers her as "very good, very honest, very clever and very artistic. Also very modest, very simple, affable, and a perfectionist in her work. She was never showy or a fame-seeker."

Flora was rather short and, according to Pilar Amillo, "bowlegged, perhaps because of all the time she spent on her feet during her very long working days."²⁴ According to members of her family, her manicurist went to her home and Flora's hands were always well cared for but natural. On her left hand she used to wear a very simple white gold ring with a solitaire diamond the size of a fingernail. She wore her hair swept back, almost in a bun; her daughter told us that her stylist was a Frenchman called Edouard whose salon was on the Gran Vía near Callao (there is now a perfume shop with the same name at number 58 Gran Vía) (figure 11).

Despite the success of her clothing designs,²⁵ Flora always remained detached from the social life connected with her work. For example, she never met her clients for tea and declined all invitations. "Miss Flora, for that was how we addressed her," said Pilar, "was a lady of routine. She would get up very early and go to mass at the Church of Christ of Ayala at 8.30 every day. She dressed simply and usually wore a grey skirt with a blouse. She also used to wear pink or light-blue knitted twinsets – a jacket and jumper. She had a mink coat but the fur was on the inside, so it appeared to be made of normal cloth." In family photographs it can indeed be seen that Flora Villarreal took great care

²¹ Many American women went first to see the Paris collections and then bought at the House of Villarreal, as the clothes were well made and the prices lower.

²² She sent her children to bilingual schools and they spent periods abroad, which was unusual for that time.

²³ Even at the end of her life, when she suffered from glaucoma, Flora recognised her clients and remembered their garments in detail.

²⁴ According to Pilar, the times of the year when they worked the longest hours were at Christmas and on Maundy Thursday.

²⁵ Her daughter Ana María told us, "There were a lot of photographs of her dresses – although the captions don't say so – in *Luna y Sol*, a kind of *Hello!* magazine of the time."

que Flora elegía y compraba los dos modelos a los que daba derecho el pago de la entrada¹⁷. Cada modelo adquirido iba acompañado por una referencia en la que se listaba y adjuntaba un ejemplo de todos los elementos y materiales necesarios para su confección. De este modo, Flora podía copiar fielmente el modelo¹⁸ a fin de presentarlo en su colección de Madrid. “Estábamos siempre”, nos dice Pilar, “en los pases de Dior, Balmain, Lanvin, Castillo, Givenchy, Nina Ricci y Chanel. Pero nunca en los desfiles de Balenciaga, pues jamás quiso copiarle; sin embargo, sí la acompañé a la Casa Balenciaga en sus visitas de cortesía, a fin de felicitarle después de sus pases de colección”¹⁹.

En los talleres de La Castellana, Flora cosió para lo más encumbrado de la sociedad de su época. Atrás quedaban los tiempos de las blusas de tres pesetas²⁰; ahora Flora disponía de chófer, y éste la llevaba diariamente del taller de Castellana a su casa de Núñez de Balboa, y viceversa.

Según relata su familia, entre las numerosas personas que formaban parte de la clientela de Flora se encontraban relevantes personalidades de la aristocracia, algunas de las cuales ya hemos mencionado a propósito de los trajes de novia. Entre las clientas de la casa se encontraba la Marquesa de Casarriera, la hija del famoso oftalmólogo Castroviejo, la Condesa de Motrico, las Urquijo, Sandra Torlonia, la Condesa de Sueca, la Duquesa de Santoña, la Marquesa de Romanones, la de Campoo, la de Floridablanca o la de Medinaceli, sin olvidar, por supuesto, a la Duquesa de Alba, que en más de una ocasión fue al taller acompañada de su padre. Algunas de estas clientas, como la Duquesa de Fernán Núñez, se hacían en Villarreal todo el vestuario.

Flora vistió también a Fabiola de Bélgica, que vivía muy cerca del taller, en la calle Fernando el Santo esquina a Zurbano. Parece que Fabiola consideró incluso hacerse el traje de novia en Villarreal, aunque después se lo encargaría a Balenciaga. Flora realizó sin embargo los trajes para la boda de su hermana, la Duquesa de Sástago, y de su cuñada.

Por su taller pasó además la esposa de Franco, sin olvidar a personalidades extranjeras²¹ como Soraya, Farah Diba, Ava Gardner o Grace Kelly. En palabras de Pilar Amillo, “las norteamericanas eran muy exigentes. Entre ellas estaba Miss

Baker que vivía en San Francisco, y cuyo marido tenía una cadena de bancos; a ella le entregué personalmente varios trajes en el Hotel Ritz de París”. Entre los recuerdos de Pilar figura también una fiesta antológica, a la que Gina Lollobrigida y Elisabeth Taylor acudieron vestidas con el mismo traje de Flora. Era un vestido de organza de color melocotón degradado, con capas sobrepuestas, cuerpo bordado de pedrería, falda de capa por debajo de la rodilla y chaquetita de pequeña solapa a juego.

Con algunos de sus clientes Flora llegó a trabar una verdadera amistad. Es el caso del Conde de Motrico, embajador en París, para cuya esposa realizó varios trajes. El Conde regaló a Flora un grabado de Bruno de Villarreal, pariente de la modista. Las clientas de Flora, además, confiaban plenamente en ella. La Marquesa de Santa Cruz, por ejemplo, solía decirle cuando residía en Londres: “mándeme lo que quiera, que tengo tal o cuál acto”. La fuerte personalidad de Flora, unida a su temperamento artístico, su rectitud y cordialidad, además de su espíritu perfeccionista, hacían posible que gozara de esta confianza por parte de sus clientas, de tal forma que éstas “se ponían en sus manos”.

La vida personal

Flora supo en todo momento compaginar su función de madre con su trabajo, de tal forma que sus hijos, a la salida del colegio, iban al taller, y allí hacían los deberes, de la misma manera que años más tarde harían algunos de sus nietos. Estaba pendiente de todo: médicos, estudios... e insistía especialmente en el aprendizaje de idiomas²².

Ana María define a su madre como “mujer enérgica y con carácter fuerte, gran creadora, con facilidad para el dibujo, y con un gusto extraordinario. Era también gran fisionomista, y mujer de excepcional memoria, de tal forma que recordaba cada traje que había hecho, para quién lo hizo e, incluso, para qué acto lo vistió su clienta”²³. “La exigencia de mi madre era la perfección” –nos dice–; “ella revisaba minuciosamente cada traje antes de entregarlo”.

También Pilar Amillo admiraba a Flora, a la que recuerda como una mujer “muy buena, muy recta, muy lista y muy artista; también muy modesta, muy sencilla,

¹⁷ Pilar recuerda que, uno de esos años, el precio de la entrada para el pase de Chanel fue nada menos que de 25.000 pesetas. A propósito de esta cantidad, véase la nota 20.

¹⁸ Aunque resulte paradójico para una profesional de su talla, según refiere Pilar Amillo, cuando ella la conoció, “Flora no quería crear”.

¹⁹ Según nos relata su hija Ana María, Flora y Balenciaga tenían la misma edad, y habían nacido muy cerca. Ella “fue amiga de Balenciaga; él quiso que se fuese con él, y la animó a dejarse ver algo más para conseguir mayor reconocimiento y fama. Pero ella se limitó a comer con él en alguna ocasión. Algunos veranos fue a su casa de Iguelde; la llevaban en el coche y la esperaban durante una media hora”.

²⁰ En 1961 se pagaban por un traje de novia de Flora 25.000 pesetas. El sueldo base anual de un catedrático de Universidad estaba fijado para ese mismo año en 38.320 pesetas.

²¹ Muchas estadounidenses iban primero a ver las colecciones a París, y luego compraban en Villarreal, porque confeccionaba bien y ofrecía precios más bajos.

²² Sus hijos asistieron a colegios bilingües y pasaron temporadas en el extranjero, cosa inusual para la época.

²³ Incluso al final de sus días, afectada por un glaucoma, Flora reconocía a sus clientas y recordaba sus trajes al detalle.

Figura 11. Flora Villarreal a los cincuenta y cuatro años con sus hijos Javier y José Ignacio a los dieciséis. Fotografía: Gyenes, 1948.

Figure 11. Flora Villarreal at age fifty-four with her sons Javier and José Ignacio at age sixteen. Photograph: Gyenes, 1948.



Figura 12. Flora con su marido Adolfo Coteló el 18 de noviembre de 1920. La fotografía está dedicada y firmada: "A nuestros queridos padres, / Adolfo / M^a Flora."

Figure 12. Flora with her husband Adolfo Coteló, 18 November 1920. The photograph is dedicated and signed, "To our dear parents, / Adolfo / María Flora."



over the clothes she chose for her wardrobe. She always wore the right combinations and dressed fashionably. She was interested in line, structure and fabric. Some of the fabric designs she wore were truly unique, particularly in the clothes she wore in the 20s. For example, in the photograph of her with her husband in figure 12, she is wearing a dark blouse with a V-neck and short, wide sleeves and a pencil skirt of an

original fabric woven with raised geometric patterns.

In other family photos Flora is seen in typical 20s style – a long barrel-shaped dress with a low waist, revealing the lower part of the leg. In others, she is seen in a pleated skirt with a blouse or jacket and plain or printed flower- or geometric-patterned fabrics almost certainly chosen to her taste. Unfortunately we cannot make out the colours, although garments of this kind were usually of light, contrasting tones. The world of accessories is also depicted; the images feature the bell-shaped forms of the *cloche* hat and shoes with an ankle strap and heels; there are also almost flat shoes with laces and two-tone footwear. Also seen is jewellery, particularly with pearls, in the form of earrings and double- and triple-stand necklaces very much in the Chanel style, a classic ensemble to which Flora would remain true her entire life (figure 13).

Undoubtedly, no graphic document tells us more about Flora Villarreal's personality than the portrait of her painted by the Galician artist Luis Mosquera Gómez²⁶, who in 1963 immortalised her at the age of 69.²⁷ The painting belongs to a private collector, which is why we regrettably cannot reproduce it here. It features Flora seated in a dark suit and draped with a large sepia fringed *mantón* or shawl. As personal adornment

²⁶ La Coruña 1899-Madrid 1987, a member of the *Real Academia de Bellas Artes de San Fernando* (Royal Academy of Fine Arts of San Fernando).

²⁷ Caruncho, Luis María: *Luis Mosquera: 1899-1987*, La Coruña, Fundación Pedro Barrié de la Maza, 1992, pp. 49, 196, 412. Oil on canvas, 116 x 89 cm.

cordial en el trato, y perfeccionista en su trabajo, que no le gustaba aparecer, ni buscaba la fama”.

La costurera era más bien baja de estatura, y, según Pilar Amillo, “tenía las piernas arqueadas, quizás por la gran cantidad de horas que permanecía de pie, a consecuencia de su larguísima jornada de trabajo”²⁴. Las manos las llevaba arregladas pero naturales, y, como nos dice la familia, la manicura venía a casa. Lucía en la mano izquierda un solitario de oro blanco con un diamante del tamaño de una uña, embutido, de aspecto muy sencillo. Se peinaba con un recogido, casi un moño; nos cuenta su hija que su peluquero fue Edouard, un francés que estaba en la Gran Vía, en un piso cerca de Callao (en la actualidad existe una perfumería con el mismo nombre en Gran Vía, 58) (figura 11).

A pesar del éxito de su ropa²⁵, Flora se mantuvo al margen de la vida social derivada de su actividad; jamás hizo tertulia con sus clientas —no iba a tomar el té— y se disculpaba ante cualquier invitación. “Doña Flora, que así la llamábamos”, nos cuenta Pilar, “era muy rutinaria; se levantaba muy temprano e iba diariamente a las 8.30 horas a misa al Cristo de Ayala. Vestía con sencillez, con faldas de color gris, generalmente combinadas con blusas; llevaba también conjuntos de punto, de chaqueta y jersey, en color rosa o celeste. Como abrigo utilizaba uno de visón, pero que exteriormente era de paño”. En las fotografías familiares de Flora Villarreal se aprecia que, efectivamente, cuidaba y seleccionaba las prendas de su vestuario. Aparece siempre conjuntada y a la moda. Le interesaban las líneas, la estructura y también los tejidos; algunos de los diseños textiles que porta son realmente singulares, sobre todo en las prendas que viste en los años 20. Valga como ejemplo la fotografía que reproducimos en la figura 12, y que muestra a Flora Villarreal con su marido. Lleva blusa de color oscuro, con escote en pico y manga caída y corta, y una falda recta de original tejido con motivos geométricos en relieve.

En otras fotografías de familia se identifica la silueta característica del decenio, de línea tonel, con corte a la cadera y largo que muestra la parte inferior de la pierna. También está reflejado el uso de la falda tableada con blusa o chaqueta y la presencia de tejidos tanto monocromos como estampados con motivos florales o geométricos, que con toda seguridad



Figura 13. Flora y su esposo con sus dos hijos mayores, Alberto y Ana María, el 24 de noviembre de 1927.
Figure 13. Flora and her husband with their two oldest children, Alberto and Ana María, 24th November, 1927.

fueron elegidos según su gusto. Por desgracia no tenemos constancia del color, aunque en general las prendas de este tipo son de tonos claros y contrastados. El mundo de los complementos está igualmente representado; las imágenes nos muestran las formas campaniformes del sombrero *cloche* y los zapatos de pulsera con tacón; hay también zapatos casi planos con cordón, y calzado bicolor. Está presente además la joyería, sobre todo a base de perlas, tanto en pendientes como en collares de dos o tres vueltas, muy en la línea del modelo de Chanel, conjunto clásico al que Flora será fiel durante toda su vida (figura 13).

Pero seguramente no hay otro documento gráfico que muestre de manera más completa la personalidad de Flora Villarreal que el retrato del pintor gallego Luis Mosquera Gómez²⁶, quien, en 1963, la inmortalizó a la edad de 69 años²⁷. El óleo es propiedad de un coleccionista particular, por lo que sentimos no poder reproducirlo. En él, Flora posa sentada y vestida con traje de chaqueta oscuro

²⁴ Las fechas en las que había que quedarse trabajando más horas, según cuenta Pilar, eran las Navidades y el Jueves Santo.

²⁵ Como comenta su hija Ana María, “hay muchas fotografías de sus trajes —aunque no lo diga el pie de foto— en la revista de la época *Luna y Sol*, especie de *Hola* de entonces”.

²⁶ La Coruña 1899-Madrid 1987, miembro de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando.

²⁷ Caruncho, Luis María: *Luis Mosquera: 1899-1987*, La Coruña, Fundación Pedro Barrié de la Maza, 1992, pp. 49, 196, 412. Se trata de un óleo sobre lienzo y mide 116 x 89 cm.

Figura 14. Ana María Cotelo Villarreal y su marido, el arquitecto Víctor López Morales. Ella viste un traje de fiesta largo realizado por su madre. Fotografía: Pérez y Villar, 1946.

Figure 14. Ana María Cotelo Villarreal and her husband, the architect Víctor López Morales. Ana María is wearing a long party dress made by her mother. Photograph: Pérez y Villar, 1946.



she wears a large ring on the ring finger of her left hand, earrings and a single-thread pearl necklace. Her image is bursting with energy and strength, and she gazes directly at the spectator as if she does not mind being looked at.

The photographs in the family archive not only show us what Flora Villarreal looked like and the kind of clothes she wore; they also portray other people like relatives and friends, most of whom we presume wore clothes designed or made by her (she made many for her grandchildren). Many of the photographs were taken at the studios of the most important Madrid photographers of the 20s like Kaulak, Amer and Gyenes, and the images are of high quality and quite beautiful.

Examples of the men's fashion of the time can be seen in her husband's wardrobe, children's fashion in that of her sons and daughter, and, moreover, in that of other figures, both men and women, in the photographs. In this respect a fine example is a picture of Flora's daughter Ana María in an embroidered linen outfit on her nineteenth birthday. Another very interesting example, reproduced in figure 14, is Ana María's 1946 party dress. It is full-length

with flower posy patterns, a square neck, a close-fitting bodice and loose sleeves.

Professional recognition

Flora Villarreal was always an extraordinarily discreet woman who shunned the limelight. Because of this she did not appear at many events connected with fashion²⁸ and played no part, for example, in the founding of the *Cooperativa de la Alta Costura Española* (Spanish Haute Couture Cooperative)²⁹. However, one event she was not able to elude was a tribute arranged for her in 1955 to celebrate her fiftieth anniversary in the fashion profession. Organized by the *Sindicato Provincial Textil* (Provincial Textile Union), the event took place on 13 December 1955, coinciding with the Feast of St. Lucy, patron saint of the tailoring guilds (figure 15).

The Villarreal family archive contains six documents connected with the event which help give us an idea of Spain's social reality in those years and reveal a bit more of Flora Villarreal's personality.

First of all, we must mention the circular sent by the *Delegación Provincial de Sindicatos* (Provincial Unions Office) signed by Rafael Muñoz Poncela, head of the union, and bearing the union headquarters stamp. The document is not dated – only the date of the event is mentioned – and its contents³⁰ list the names of the organisers and participants from both the church and the union. Also mentioned are the popular journalist Ángel de Echenique and, in connection with the entertainment, various traditional student music groups. The circular also describes the events to take place in detail. It was in fact a joint tribute as it was also held in honour of Miguel Vera Luque of the tailors' guild.

The family archive has also preserved the card describing the light meal served after the tribute. It took place at the restaurant "El Bosque" in Madrid at 12.30 p.m., the time being a good indicator of the social customs of the time, as the meal began half an hour later than specified in the circular. It consisted of hors d'oeuvres followed by cake and fruit. The dishes served were imperial salad, boiled ham, cured ham, roulade, Vich sausage, Castilian veal, Cantimpalo chorizo, tarta Mercedes and fruit salad.

²⁸ Unlike other couturiers, such as Asunción Bastida, Pertegaz, the Dique Flotante group, Santa Eulalia or Pedro Rodríguez, who became president of the *Cámara de la Alta Costura Española* in 1940.

²⁹ Madame Rosina, Lino and Natalio Benabéu, among others, also preferred to maintain a lower profile.

³⁰ As a feature of interest, we reproduce the following extract from the circular: "At 12 am a lunch will be given with warmth and affection at the restaurant "El Bosque" in honour of two people whose long careers have made them deserving of the recognition of all those in their profession: Flora Villarreal, the brilliant Spanish fashion creator, and Miguel Vera Luque, the exemplary member of the tailors' guild.



y cubierta por un gran mantón flecado de tono sepia; se adorna con un importante anillo en el dedo anular de la mano izquierda, pendientes y collar de perlas de una vuelta. Su imagen rebosa fuerza y energía, mira al espectador y no le importa ser observada.

Las series de fotografías que componen el archivo familiar, además de transmitirnos la imagen física, el aspecto y el vestuario de Flora Villarreal, retratan también a otros personajes, familiares y amigos, muchos de los cuales presuponemos que vestirían trajes diseñados o confeccionados por ella misma (consta que realizó muchos para sus nietos). Se trata en muchos casos de fotos de gran calidad y belleza, que fueron realizadas en los estudios de los más destacados fotógrafos madrileños de los años 20, como Kaulak, Amer o Gyenes.

La moda masculina de cada momento queda patente en el vestuario de su marido; la infantil, en el de sus hijos; y de forma extensiva, en el resto de los personajes fotografiados, tanto femeninos como masculinos. Destaca en este sentido la fotografía que muestra a su hija Ana María cuando cumplió 19 años, vestida de lino con aplicaciones bordadas. Otro ejemplo

muy interesante, y que reproducimos en la (figura 14), es el traje de fiesta de Ana María del año 1946. Es un traje de fiesta largo realizado en tejido con motivos de ramos florales, escote cuadrado, cuerpo ajustado y manga caída.

El reconocimiento profesional

Flora Villarreal fue siempre una mujer extraordinariamente discreta, que procuraba alejarse de los focos. De este modo, se mantuvo al margen de muchos acontecimientos relacionados con la moda²⁸ y no participó, por ejemplo, en la fundación de la Cooperativa de Alta Costura española²⁹. No pudo evitar, sin embargo, el homenaje que le tributaron en el año 1955 con motivo de sus cincuenta años en la profesión. Organizado por el Sindicato Provincial Textil, se celebró el día 13 de diciembre de 1955, con motivo de la festividad de Santa Lucía, patrona de los gremios de la confección (figura 15).

El archivo familiar de los Villarreal conserva seis documentos relativos al acontecimiento. Su lectura nos ayuda a entender la realidad social de la España de aque-

Figura 15. Ana María Cotelo Villarreal recoge en representación de su madre el diploma del homenaje del Sindicato Provincial Textil. Viste un traje realizado por ella. A la izquierda, sentado y aplaudiendo, Don Miguel Vera Luque, también homenajeado ese día. Foto: Mamegam, 13 de diciembre de 1955.

Figure 15. Ana María Cotelo Villarreal accepts the diploma on her mother's behalf at the tribute given by the Sindicato Provincial Textil. She is wearing a dress made by Flora. Seated on the left clapping is Miguel Vera Luque, for whom the tribute was also arranged. Photo: Mamegam, 13 December 1955.

²⁸ Al contrario que otros modistos como Asunción Bastida, Pertegaz, el grupo Dique Flotante, la casa Santa Eulalia, o Pedro Rodríguez, que llegó a ser presidente de la Cámara de la Alta Costura Española en 1940.

²⁹ Otros creadores que también se mantuvieron en segundo plano fueron Madame Rosina, Lino o Natalio Bernabéu, entre otros.

Figura 16. Medalla al Mérito en el Trabajo concedida a Flora Villarreal. Imagen cortesía de la familia Villarreal.
 Figure 16. "Meritorious Labour" medal awarded to Flora Villarreal. Picture courtesy of the Villarreal family.



Barcelona draper's shop³³ is dated the following day. The drapers congratulate Flora and refer to her as the "grand mistress of the guild" and the "doyenne of the industry."³⁴

The tribute was also recorded in an interview with Flora by Camarero for the *Pueblo* daily newspaper. It appeared in the "Special Information, Reports and Articles" section under the heading, "Today, the Feast of St Lucy... Over half a century dressing celebrities... And interviews irritate Mrs. Flora Villarreal."³⁵ This last statement is very revealing of Flora's personality and gives a clear idea of her strong character, firm convictions and dislike of being the centre of attention. It is clear from the title of the article that she did not like interviews; furthermore, some of her answers are curt and at times she does not even reply to the question.

Five years later, in May 1960, the second great event acknowledging Flora Villarreal's career took place. That year, with Fermín Sanz-Orrio y Sanz acting as minister of the sector, the couturier was awarded the prestigious *Medalla al Mérito en el Trabajo*³⁶ (Medal for Meritorious Labour, figure 16).

The medal is oval-shaped and made of silver. It is framed by a garland of oak leaves and a blue enamel orle. The obverse bears the inscription "FOR MERITORIOUS LABOUR." The composition is centred on the Spanish coat of arms, which displays the emblems of industry and manual labour – the wheel and the hammer – in red, black and white enamel. Under the shield are the words "SOCIAL JUSTICE." On the reverse is the inscription "DECREE OF 14 MARCH 1942." In the centre of the field, against a background of smoking chimneys are the symbols of intellectual labour, trade and agriculture – the book, the staff and the wheatear. A blue silk moiré ribbon with a fastener passes through a ring at the top.

The family has also kept the "rosette" – a lapel badge with references to the medal for wearing at unofficial acts. It is oval in shape and measures approximately one centimetre in diameter. The design consists of an outer ring of oak branches surrounding an inner one of diamonds; once again the Spanish coat of arms is at the centre.

Both medal and rosette are still in their original box. This bears a plaque

There is also a press release covering the event which was published the following day, Wednesday, 14 December 1955, on page 51 of the *ABC* daily newspaper with the headline, "The Patron Saint of the Tailoring Guilds"³¹. After reporting the events connected with the celebration, the newspaper comments on the large number of people present who were connected with the fashion world, from prêt-à-porter to Haute Couture. It also states that, "The diploma presented to Mrs. Villarreal, who was suffering from ill health, was accepted by one of her daughters." We know that this was Ana María, as the moment was captured in photographs, one of which we have chosen for reproduction here.

The family has also kept two stamped letters of congratulations sent to Flora by companies connected with her profession, a milliner and a textile retailer. The letter from the Hermógenes Galindo ladies' millinery³² is dated 13 December 1955. For reasons of health, its members apologise for not being able to attend what they regard as "an extremely appropriate tribute, given Flora's many years of constant work, her great professional integrity and her zest for work, art, good taste and congeniality." The letter from Blanch of

³¹ "Various events were held yesterday in honour of the patron saint, beginning at 10.30 am with a mass sung at St Mark's Church, which was filled to capacity by the faithful [...] The event ended with a lunch, followed by a dance [...] In spite of the rain, boisterous groups of seamstresses could be seen in the streets of Madrid gaily fêting their patron saint."

³² Hermógenes Galindo, Ladies' Hats – Novelties, number 6 Plaza de Santa Cruz. The logotype consists of the interlacing initials HG inside a circle.

³³ Blanch and Company, Drapers and Liners, numbers 8 and 10 Rambla de San José, Barcelona. The logotype consists of the letters B and C on top of an undulating remnant of cloth with "Est. 1891" below.

³⁴ "From Luis de Armiñán's daily Madrid Column in today's *Diario de Barcelona* newspaper we have learned of the good news of the tribute which she so well deserved [...] due to the merits of her incessant work over fifty years and to the fact that she is the grand mistress of the guild."

³⁵ *Diario Pueblo*, Year XVI, No. 5063, Madrid, Tuesday, 13 December 1955.

³⁶ The family still have the medal and have provided us with photographs. The decision to award it to Flora is recorded in the *Boletín Oficial del Estado* (Official State Bulletin) of 22 April 1960, on page 5276, further to an order of 1 April 1960, by virtue of which the silver Medal for Meritorious Labour, second class, was to be awarded to Mrs. Flora Villarreal Medina.

llos años, y también a desvelar la personalidad de Flora Villarreal.

En primer lugar, hay que mencionar la circular enviada por la Delegación Provincial de Sindicatos (Sindicato Provincial Textil), firmada por Rafael Muñoz Poncela, Jefe del Sindicato, y con el sello tamponado de la jefatura. Dicha nota carece de fecha; sólo se menciona el día del acto. En el texto³⁰ se relacionan los nombres de los organizadores y de los intervinientes, tanto religiosos como sindicales; aparece también el nombre del periodista, el popular Ángel de Echenique; y, como grupos animadores, las distintas estudiantinas. Además, la circular describe exactamente en qué consistió el acto, que fue doble, pues en él se homenajeó también a D. Miguel Vera Luque, perteneciente al gremio sartorial.

En el archivo se ha conservado también la tarjeta del *lunch* que se sirvió tras el homenaje. Tuvo lugar en el restaurante *El Bosque*, de Madrid, a las 12.30 horas. El dato horario define muy bien las costumbres sociales de la época, ya que el almuerzo se convocó con un retraso de media hora respecto a la hora que consta en la circular apenas comentada. La comida consistió en entremeses, a los que siguieron tarta y frutas; se sirvió, concretamente, ensaladilla Imperial, jamón de York, jamón serrano, roulada, salchichón de Vic, temera de Castilla, chorizo de Cantimpalo, tarta Mercedes y *cup* de frutas.

Contamos también con la nota de prensa que plasmó el acontecimiento, y que se publicó al día siguiente, miércoles 14 de diciembre de 1955, en el diario *ABC*, página 51, bajo el título "La Patrona de los gremios de la Confección"³¹. Tras relatar los actos de la celebración, el diario comenta la asistencia de gran número de personas relacionadas con el mundo de la confección, tanto de la modistería como de la sastrería. También refiere: "En nombre de la señora Villarreal, que se encontraba enferma, recogió el diploma que le fue dedicado una de sus hijas". Sabemos que se trataba de Ana María, ya que el momento quedó inmortalizado en algunas fotografías, de las que hemos seleccionado la que se reproduce en este trabajo.

La familia ha guardado también dos cartas timbradas de felicitación, enviadas a Flora por empresas ligadas a su actividad: una sombrerería y un comercio de venta de tejidos. La carta de la casa de sombreros femeninos Hermógenes Galindo³² tiene fecha de 13 de diciembre de 1955.

En ella, los miembros de la sombrerería presentan sus disculpas por no poder asistir, por motivos de salud, a lo que valoran como un homenaje "justísimo, dado sus muchos años de trabajo continuo, sus grandes méritos profesionales, su espíritu de trabajo, arte, buen gusto y simpatía". La carta de la pañería Blanch de Barcelona³³, por su parte, tiene fecha del día siguiente. Los pañeros felicitan a Flora, y se refieren a ella como "maestra mayor del gremio" y "decana del ramo"³⁴.

Además, el homenaje quedó reflejado en una entrevista realizada a Flora por Camarero para el diario *Pueblo*. Apareció en la sección "Informaciones Especiales, Crónicas y Reportajes", bajo el título "Hoy, Santa Lucía... Más de medio siglo vistiendo a personajes y a Dña. Flora Villarreal le molestan las entrevistas"³⁵. Se trata de un dato muy revelador sobre la personalidad de Flora, y da una clara idea de su carácter fuerte, de sus ideas firmes y de su negativa al protagonismo. Ya en el propio título queda patente que no le gustan las entrevistas, pero, además, sus respuestas son parcas, e incluso llega a no responder a algunas de las preguntas.

Cinco años más tarde, en mayo de 1960, tuvo lugar el segundo gran acto de reconocimiento profesional de la carrera de Flora Villarreal. Ese año, siendo Ministro del ramo Don Fermín Sanz-Orrio y Sanz, la modista recibió la prestigiosa Medalla al Mérito en el Trabajo³⁶ (figura 16).

La medalla en sí es de plata; tiene forma ovalada y sentido vertical. Está enmarcada por un cerco de guirnalda de hojas de roble y una orla de esmalte azul. En el anverso puede leerse "AL MÉRITO EN EL TRABAJO". La composición se centra en un escudo de España sobre el que aparecen, esmaltados en rojo, blanco y negro, los emblemas de la industria y del trabajo manual, la rueda y el martillo. Bajo el escudo las palabras "JUSTICIA SOCIAL". En el reverso consta la inscripción "DECRETO DE 14 DE MARZO DE 1942". En el centro del campo, sobre un fondo de chimeneas humeantes, se ven los atributos del trabajo intelectual, del comercio y de la agricultura: el libro, el bastón y la espiga. De la argolla parte una cinta de moaré de seda azul, y de ésta, el pasador.

La familia ha preservado también la correspondiente "roseta", un botón de solapa que remite a la misma distinción y puede usarse en actos no oficiales. Se tra-

³⁰ Reproducimos parte del texto, dado su interés:

"A las 12 en el Restaurante "El Bosque" se rendirá un homenaje de simpatía y cariño a las dos personas que a lo largo de su vida profesional se han hecho acreedoras al reconocimiento de todos los profesionales. D^a. Flora Villarreal, genial creadora de la moda española, y D. Miguel Vera Luque, productor ejemplar del gremio sartorial."

³¹ "Se celebraron ayer en honor de su Patrona diversos actos, que comenzaron a las diez y media de la mañana con una misa cantada en la iglesia de San Marcos, con el templo totalmente lleno de fieles [...] El acto terminó con un *lunch*, seguido de baile [...] A pesar de la lluvia, durante todo el día se advirtió la presencia en las calles madrileñas de bulliciosos grupos de modistillas que festejaban alegremente a su Patrona."

³² Hermógenes Galindo. Sombreros para señora - Novedades. Plaza de santa Cruz, 6. El logotipo representa las iniciales HG enlazadas e insertas en un círculo.

³³ Blanch y Compañía. Pañería y forrería. Barcelona, Rambla de san José, 8 y 10. El logotipo presenta las letras B y C sobrepuestas a la imagen de un retal de tela ondulado; debajo puede leerse: "Fundada en 1891".

³⁴ "Por el Diario de Barcelona de hoy y en su Crónica de Madrid, que diariamente escribe Don Luis de Armiñán, venimos en conocimiento de la fausta nueva del a todas luces merecido homenaje [...] por los méritos contraídos en sus cincuenta años de incesante laborar y ser la maestra mayor del gremio.

³⁵ Diario *Pueblo*. Año XVI, N. 5063, Madrid, martes 13 de diciembre de 1955.

³⁶ La familia conserva la medalla y nos ha facilitado sus fotografías. La concesión consta en el Boletín Oficial del Estado de fecha 22 de abril de 1960, página 5276, orden de 1 de abril de 1960 por la que se concede la Medalla al Mérito en el Trabajo en su categoría de Plata, de segunda clase, a doña Flora Villarreal Medina.

Figura 17 Placa dedicatoria original de la caja de la Medalla al Mérito en el Trabajo. Imagen cortesía de la familia Villarreal.

Figure 17 The original plaque with dedication on the case of the "Meritorious Labour" medal. Picture courtesy of the Villarreal family.



with the following inscription, "To Mrs. Flora Villarreal Medina / The staff of her company, with filial affection and admiration" (figure 17).

Appendix: the Flora Villarreal collection at the Museo del Traje

Interest in Flora Villarreal and her work began to increase at around the same time as the creation of the Museo del Traje. CIPE in 2004 and the subsequent implementation of the search campaign. The aim of the campaign, in which we were fortunate to play an active part, was to find pertinent costumes with which to round out the existing collections from the defunct *Museo Nacional de Antropología* ("National Museum of Anthropology"). It was then when, as a result of fieldwork, the name Flora Villarreal began to appear at every stage along the way and locating at least one example of her work became crucial. Fortunately, her family and clients still had garments made by her for them which they had always cherished.

In this way and thanks to the museum's efforts and of course the generous donations received, it was possible to collect and study her work.³⁷ A total of twenty-two pieces were assembled to form fifteen ensembles from Flora Villarreal's workshops.

Although the collection is small, it is extremely important because as far as we know, no other museum possesses

garments designed by Flora Villarreal.

The collection consists of four wedding dresses, one short and four long party dresses (one for a debutante ball), two jacket suits and a maternity dress. Also included is the cardboard box in which the Duchess of Alba's wedding dress was delivered.

One set of garments was donated by two members of Flora's family – her daughter Ana María Cotelo Villarreal and her daughter-in-law María Jesús Vila Busquets, the wife of Flora's twin son José Ignacio Cotelo Villarreal. It consists of a blouse and skirt ensemble and three party dresses (donated by Ana María Cotelo Villarreal) and two tailored suits and a maternity dress (donated by María Jesús Vila Busquets).

The party dresses were made by Flora for her three granddaughters, who wore them at friends' debutante balls, celebrations customarily held when girls reached the age of eighteen. All three are full-length, have shoulder straps and are made of silk. The first was made for Ana María, who was born in 1945. It is yellow with an appliqué of flowers on the straps and bust.³⁸ The second, which is pink, was made by Flora for María José, who was born in July 1946. It is decorated with white beads forming flower patterns on the neck and back.³⁹ The third dress was made for María Isabel, who was born in 1950. It is white and embroidered with small blue pearls forming leaf patterns on the bust and back.⁴⁰

As examples of Flora's later projects (coinciding with the year of the workshop's closure), Ana María also donated a two-piece outfit consisting of a blue and white tulle blouse with embroidered flowers and precious stones and a black skirt.⁴¹

As mentioned above, María Jesús Vila Busquets's donation consists of two tailored suits and a maternity dress. The suits were made around 1960: one is of brown woollen cloth⁴² while the other is of linen with vertical navy blue and white stripes and displays the "Villarreal" label;⁴³ both were made to measure. The maternity dress is of navy blue wool crepe with white piqué neck and cuffs; it dates from around 1960 and also bears the "Villarreal" label.⁴⁴ (figure 18)

A second group of garments was donated by Mrs. Casilda de Silva y Fernández de Henestrosa, Marchioness of Santa Cruz, who recently passed away. It

³⁷ We wish to stress that none of the pieces were acquired on the market. On the contrary, all items reached the museum thanks to the generosity of their owners, who with their extremely altruistic gestures wished to ensure the survival of these highly cherished objects. Thanks to their sensitivity, we can today enjoy these pieces which might otherwise – and indeed in all likelihood – have been doomed to oblivion, deterioration or even destruction.

³⁸ 1963. MT092482.

³⁹ 1964. MT092483.

⁴⁰ 1968. MT092484.

⁴¹ MT092485-86.

⁴² MT092175-76.

⁴³ MT092177-78.

⁴⁴ MT092179.

ta de una pieza ovalada que mide aproximadamente un centímetro. Lleva un cerco exterior de ramas de roble y otro interior de brillantes engastados; en el centro, de nuevo, el escudo de España.

Ambas piezas, medalla y roseta, están todavía hoy guardadas en su caja original, adornada con una placa que presenta la siguiente inscripción: "A Doña Flora Villarreal Medina / El personal de su empresa, con filial afecto y admiración" (figura 17).

Apéndice: La colección de Flora Villarreal en el Museo del Traje

El interés por Flora Villarreal y su obra surgió en paralelo a la creación del Museo del Traje. CIPE en el año 2004, y a la campaña de búsqueda iniciada a continuación. Esta campaña, en la que tuvimos la suerte de participar activamente, tenía como objetivo encontrar trajes relevantes con los que completar las colecciones ya existentes en el extinto Museo Nacional de Antropología. Fue entonces cuando, producto del trabajo de campo, el nombre de Flora Villarreal comenzó a surgir a cada paso, y se hizo imprescindible localizar alguna pieza suya. Por fortuna, su familia y sus clientas conservaban sus trajes, por tenerlos en gran estima.

Así, y gracias a la gestión realizada en el Museo, y siempre a partir de las generosas donaciones recibidas, se ha podido recopilar y estudiar su obra³⁷. Se han recogido un total de veintidós piezas-testigo, que conforman quince conjuntos confeccionados en los talleres de Flora Villarreal.

Aunque la colección es sucinta, revisite gran importancia ya que, hasta donde sabemos, ningún otro Museo cuenta con prendas diseñadas por Flora Villarreal.

La colección consta de cuatro trajes de novia, cuatro trajes de fiesta largos (uno de ellos de puesta de largo), un vestido de fiesta corto, dos trajes de chaqueta, y un vestido de embarazada; incluye también el embalaje de cartón en el que se entregó su vestido de novia a la Duquesa de Alba.

Un primer grupo de prendas ha sido donado por dos miembros de la familia de Flora, su hija Ana María Cotelo Villarreal y María Jesús Vila Busquets, esposa de uno de sus hijos gemelos, José Ignacio Cotelo Villarreal. Se trata

de un conjunto de blusa y falda y tres trajes de fiesta, donados por Ana María Cotelo Villarreal, y de dos trajes sastrería y un vestido de embarazada, donados por María Jesús Vila Busquets.

Los vestidos de fiesta fueron realizados por Flora para sus tres nietas, que los vistieron para las fiestas de puesta de largo de sus amigas, celebraciones que se llevaban a cabo cuando se cumplían los 18 años. Los tres son largos y de tirantes, y están confeccionados en seda. El primero fue para Ana María, nacida en 1945. Es amarillo y presenta decoración aplicada de flores sobre los tirantes y el pecho³⁸. El segundo, de color rosa, lo cosió para María José, nacida en julio de 1946. Se adorna con abalorios blancos sobre el escote y la espalda, que dibujan motivos florales³⁹. El tercer vestido fue para María Isabel, nacida en 1950. Es blanco, con decoración aplicada de perlas azules que dibujan motivos de hojas en el pecho y la espalda⁴⁰.

Como ejemplos de los últimos trabajos de Flora, coincidentes con el año de cierre del taller, Ana María ha donado también un conjunto de dos piezas, compuesto por una blusa de tul azul y blanco con flores bordadas y pedrería, y por una falda negra⁴¹.

La donación de María Jesús Vila Busquets consta, como ya se ha apuntado, de dos trajes sastrería y un vestido de embarazada. Los trajes fueron realizados hacia 1960: uno es de paño de lana de color marrón⁴² y el otro de lino, con rayado vertical en azul marino y blanco y etiqueta "Villarreal"⁴³; ambos están confeccionados a medida. El vestido de embarazada está realizado en crep de lana azul marino, con cuello y puños de piqué blanco, puede fecharse hacia 1960 y presenta también la etiqueta "Villarreal"⁴⁴ (figura 18).

Un segundo grupo de prendas ha sido donado por Dña. Casilda de Silva y Fernández de Henestrosa, Marquesa de Santa Cruz, recientemente fallecida. Se trata de dos trajes de fiesta. Uno es largo y de color blanco (figura 19), con decoración bordada en relieve y al aire, que dibuja motivos de rameado floral. Está fechado en 1961⁴⁵. El otro fue realizado para la puesta de largo de la hija de la donante, la Condesa de Carvajal (figura 20). La fiesta se celebró el día 21 de diciembre de 1963. Se trata de un vestido de encaje de color rosa palo sobre transparente de raso al tono, con motivos florales y decoración aplicada de pedrería en el pecho y el bajo⁴⁶.



Figura 18. Etiqueta con la marca "Villarreal" del vestido MT92824.
Figure 18. Label with the "Villarreal" trademark for dress MT92824.

³⁷ Queremos destacar que ninguna de las piezas ha sido adquirida en el mercado, sino que, por el contrario, han llegado al Museo gracias a la generosidad de sus propietarios que, con su gesto altruista, han querido asegurar la pervivencia de estos muy queridos objetos. Gracias a su sensibilidad hoy podemos disfrutar de estas piezas que, de otra forma y con bastante probabilidad, hubieran sufrido un futuro incierto, abocadas al olvido, al deterioro e incluso a la destrucción.

³⁸ Año 1963. MT092482.

³⁹ Año 1964. MT092483.

⁴⁰ Año 1968. MT092484.

⁴¹ MT092485-86.

⁴² MT092175-76.

⁴³ MT092177-78.

⁴⁴ MT092179.

⁴⁵ MT092574; etiqueta "VILLARREAL".

⁴⁶ MT092575; etiqueta "VILLARREAL".



Figura 19. Traje de fiesta donado por la Marquesa de Santa Cruz. MT092574.
Figure 19. Party dress donated by the Marchioness of Santa Cruz. MT092574.



Figura 20. Traje de puesta de largo de la hija de la Duquesa de Carvajal. MT092575.
Figure 20. Debutante gown of the Duchess of Carvajal's daughter. MT092575.

consists of two party dresses. The first is a full-length white dress (figure 19) with floral patterns of free raised embroidery, dated in 1961⁴⁵. The other was made for the debutante ball of the donor's daughter, the Duchess of Carvajal (figure 20), which took place on 21 December 1963. It is of dusty rose pink lace over matching transparent satin with flower patterns and appliqué decoration of precious stones on the bust and hem.⁴⁶

The third set of garments consists of two party dresses donated by Mauricia Lladó y Fernández Urrutia. One is short and of yellow silk and has a bodice attached to a dress underneath; it dates from 1960 and displays an unusual label reading, "LA BOUTIQUE / VILLARREAL / MADRID"⁴⁷ (figure 21). The other dress is of pink satin⁴⁸ and has shoulder straps. The skirt is very full with fan-shaped gathered panels on the sides.⁴⁹ It was worn by the donor at her debutante ball. The party was held at the home of the Marquis and Marchioness de las Claras, in Calle Serrano, Madrid. The

debutante balls of the Marchioness de Huétor de Santillán, who also wore a Flora Villarreal dress, and of Pilar Escario were also held that day.

Finally, the fourth group consists of four wedding dresses. They were all displayed in the *Mujeres de blanco* temporary exhibition, which we have mentioned above and will refer to again below.

Without any doubt, one of most important exhibits in the collection is the dress worn by the Duchess of Alba, Cayetana Fitz-James Stuart, in 1947 (figure 22), which she so kindly donated to the Museum.⁵⁰ Belonging to the Dior *New Look* line, it is made of ivory satin with magnificent appliqués of Brussels duchesse needlepoint lace, some in silk and others in linen. The skirt features multiple layers of tulle in different shades. The ensemble is complemented by a veil. As mentioned above, the museum even possesses the box it was delivered in.

The second is the wedding dress of María Valdés y Ozores, Marchioness

⁴⁵ MT092574; "VILLARREAL" label.

⁴⁶ MT092575; "VILLARREAL" label.

⁴⁷ MT094999.

⁴⁸ The same model in white was owned by one of the most elegant women in Madrid, the Duchess of Fernán Núñez, although the donor's mode was made first. The latter told us that the Duchess had the courtesy to telephone her and ask if she minded her ordering an identical one for herself.

⁴⁹ MT104053; "VILLARREAL" label. 1957.

⁵⁰ MT92663-92664-92665 and MT97248. The wedding ceremony took place in the Seville Cathedral on 12 October 1947.



Figura 21. Etiqueta del vestido MT094999, donado por Mauricia Lladó.
 Figure 21. Label for dress MT094999, donated by Mauricia Lladó.



Figura 22. Vestido de novia de la Duquesa de Alba. MT092664.
 Figure 22. The Duchess of Alba's wedding dress. MT092664.

El tercer grupo de prendas está formado por dos trajes de fiesta donados por Mauricia Lladó y Fernández Urrutia. Uno de ellos, corto y de seda amarilla, está compuesto por un cuerpo al que se une un vestido interior; puede fecharse en 1960 y presenta una etiqueta poco habitual, en la que se lee: "LA BOUTIQUE / VILLARREAL / MADRID"⁴⁷ (figura 21). El otro es de raso de seda rosa⁴⁸, con tirantes. La falda es de gran vuelo y presenta recogidos laterales de tablas en forma de abanico⁴⁹. Éste último vestido fue el utilizado por la donante en su puesta de largo. La fiesta tuvo lugar en la casa de los Marqueses de las Claras, situada en la calle Serrano de Madrid. Ese día se pusieron de largo además la Marquesa de Huétor de Santillán, que vestía también un traje de Flora Villarreal, y Pilar Escario.

Por último, el cuarto grupo de piezas está constituido por cuatro trajes de novia. Todos ellos formaron parte de la exposición temporal *Mujeres de Blanco*, ya mencionada anteriormente y sobre la que se volverá más abajo.

Entre estos vestidos destaca sin duda el que vistió la Duquesa de Alba, Cayetana Fitz-James Stuart, en el año 1947 (figura 22), y que gentilmente ha donado al Museo⁵⁰. Responde a la línea *New Look* de Dior, y está realizado en satén de

color marfil, con aplicación de magníficos encajes de aguja, unos en seda y otros en lino, a punto *duquesa de Bruselas*. La falda se compone de capas de tul superpuestas y matizadas. El traje se completa con el velo. El Museo conserva incluso el embalaje original en el que se entregó, como ya se comentó al inicio de este trabajo.

El segundo es el traje de María Valdés y Ozores, Marquesa de la Guardia, que se casó en octubre de 1952. Es de *gros de Nápoles* de seda y algodón con efecto moaré, y luce una interesante cola bifida de satén⁵¹ (figura 23, p. 82). El tercer vestido es el de María Jesús Martín-Artajo Saracho, cuya ceremonia se celebró el día 7 de junio de 1954. Está realizado en esterilla de seda *beige* con aplicación de encajes mecánicos de algodón mercerizado, y toma cuerpo con cancanes de tul de nylon⁵² (figura 24). El cuarto y último traje es el que vistió María Teresa Spínola de Barreiros el 21 de noviembre de 1963. Es de satén, con bordado de aplicación de felpillas, canutillos, hilo metálico y perlas⁵³ (figura 25).

Todas las piezas han entrado en el Museo contextualizadas; es decir, acompañadas de una valiosa información que constituye la "historia del objeto". La labor documental de recogida de datos supone todo un proceso, y va dirigida a si-

⁴⁷ MT094999.

⁴⁸ Este mismo modelo lo tuvo igual pero en blanco una de las mujeres más elegantes de Madrid, la Duquesa de Fernán Núñez, aunque el de la donante se realizó primero. Nos cuenta que la Duquesa tuvo el detalle de llamarla por teléfono para preguntarle si le parecía bien que se hiciera uno igual.

⁴⁹ MT104053; etiqueta "VILLARREAL", año 1957.

⁵⁰ MT92663-92664-92665 y MT97248.

La ceremonia de la boda se celebró en la Catedral de Sevilla el día 12 de octubre de 1947.

⁵¹ MT093304.

⁵² MT094097; etiqueta "VILLARREAL".

⁵³ MT092823-24.



Figura 23. Vestido de boda de la Marquesa de la Guardia.
MT093304.
Figure 23. The Marchioness of La Guardia's wedding dress.
MT093304.



Figura 24. Traje de novia de María Jesús Martín-Artajo Saracho.
MT094097.
Figure 24. María Jesús Martín-Artajo Sarach's wedding dress.
MT094097.

of La Guardia, who was married in October 1952. Made of silk and cotton gros des Naples with a moiré effect, it displays an interesting satin forked train⁵¹ (figure 23). The third dress is that of María Jesús Martín-Artajo Saracho, who was married on 7 June 1954. It is made of beige silk drill with a mechanical lace appliqué of mercerized cotton, made voluminous by nylon tulle petticoats⁵² (figure 24). The fourth and last dress is that worn by María Teresa Spínola de Barreiros on 21 November 1963. It is made of satin with chenille, bugle, metal thread and pearl appliqué⁵³ (figure 25).

All the pieces came to the Museum "with context", that is, accompanied by the valuable information constituting the "object's history." The task of data compilation is a complete process in itself, its aim being to situate the object in time and space. It is essential to know who wore the garment, when and for what occasion and any anecdotes (which can be very assorted) surrounding it. In some instances it has been possible to complement oral information with photographs, invitations, etc., thus making an exhibit easier to analyse and understand.

The importance of "contextualisation" recently became evident at the *Mujeres de blanco*⁵⁴ temporary exhibition, which, as we have mentioned, included the four Flora Villarreal wedding dresses. Information was transferred to the catalogue's technical specifications, the leaflet and the video shown in the room. Similar information on the costumes that now form part or have formed part of the Museo del Traje's permanent exhibition also exists in the cataloguing files of the computers at the public's disposal in the room, as well as on our web page.

In concluding this brief survey, we would like to dedicate a few words to the excellent work of the House of Villarreal. In both their cutting and assembly, each and every one of the exhibits can be said to display great mastery and perfect execution. Each is carefully finished and the fabrics are of high quality. All the models reflect the fashion of their time with lines strongly reminiscent of Dior's style. Aesthetically speaking, they are well-balanced, emphatic pieces in which contrasts, shades and combinations of materials perfectly demonstrate the good taste of that splendid couturier named Flora Villarreal.

⁵¹ MT093304.

⁵² MT094097; "VILLARREAL" label.

⁵³ MT092823-24.

⁵⁴ *Mujeres de blanco*: Museo del Traje. CIPE, 6 November 2007 to 24 February 2008, Madrid: Subdirección General de Promoción de las Bellas Artes, 2007, pp. 119. Curators: Carmen Pérez de Andrés and Concha Herranz Rodríguez, pp. 27, 28, 60-67, 88, 89. We want to notice that María Teresa Spínola de Barreiros's dress was created in 1963, although in the catalogue it appears wrongly dated from 1973.



Figura 25. Vestido de novia de María Teresa Spinola de Barreiros. MT092823.
 Figure 25. María Teresa Spínola de Barreiros's wedding dress. MT092823.

tuar al objeto dentro de unas coordenadas espacio-temporales. Es fundamental saber quién lo vistió, cuándo, para qué, e incluso las anécdotas de muy variada naturaleza. En algunos casos, la información oral se ha podido completar con fotografías, invitaciones, etc. que contribuyen a favorecer la lectura y comprensión de cada una de las piezas.

La importancia de la contextualización se ha puesto recientemente de manifiesto en la exposición temporal *Mujeres de Blanco*⁵⁴, muestra de la que, como ya se ha dicho, formaron parte los cuatro trajes de novia de Flora Villarreal. Los datos se trasladaron a las fichas técnicas del catálogo, al tríptico y al vídeo de la sala. Informaciones del mismo tipo están también presentes a propósito de los trajes que han formado o forman parte de la Exposición

Permanente del Museo del Traje, tanto en las fichas de catalogación de los ordenadores de consulta en sala como en la página web.

Para finalizar este breve estudio, sólo queremos dedicar unas palabras al buen hacer de la casa Villarreal. Las piezas-testigo, observadas una a una, están elaboradas con gran maestría y perfecta ejecución, tanto en los cortes como en la confección. Cada prenda está cuidadosamente rematada, y todos los tejidos son de gran calidad. Los modelos responden a la moda del momento, y en sus líneas se evidencia una fuerte y marcada influencia del estilo de Dior. Estéticamente resultan piezas equilibradas y rotundas, donde los contrastes, los claroscuros y las mezclas de materiales evidencian de forma inmejorable el buen gusto de esta espléndida costurera.

⁵⁴ *Mujeres de blanco*: Museo del Traje. CIPE, del 6 de noviembre de 2007 al 24 de febrero de 2008. Madrid: Subdirección General de Promoción de las Bellas Artes, 2007. pp.119. (Comisarias: Carmen Pérez de Andrés y Concha Herranz Rodríguez. pp. 27, 28, 60 a 67, 88, 89. Queremos hacer constar que el traje de Dña. María Teresa Spinola de Barreiros fue confeccionado en 1963, aunque en el catálogo aparece fechado por error en 1973.

Age-old costumes. Women's costumes in the Ansó valley and the creation of models of popular attire

Irene Seco Serra
Curator of the Museo
del Traje. CIPE
Doctor of Archaeology
irene.seco@mcu.es



Figura 1. Traje femenino de Ansó. Primera exposición permanente del Museo del Traje. CIPE. Sala "El traje regional"; vitrina "Memoria del pasado", MT005741, MT0044, MT018527, MT018529, MT018535, MT018537.
Figure 1. Ansó women's costume. First permanent exhibition of the Museo del Traje. CIPE. "The Regional Costume" Hall, "Historical Memory" display case, MT005741, MT0044, MT018527, MT018529, MT018535, MT018537.

KEYWORDS: Ansó valley, traditional costume, survival, historical process.

The world of what has become known as "popular," "regional" or "traditional" dress is both varied and repetitive – intricate at times, ambiguous at others, but always fascinating. And, since the early years of the 20th century, the costume of the town of Ansó in Huesca has been one of the most studied examples of this kind of dress. The collection of the Museo del Traje contains a not inconsiderable number of pieces from Ansó, and a complete woman's outfit is featured in its first permanent exhibition (figure 1).

The costume is solemn and heavy, and its appearance is so original that early analyses identified it with medieval dress and even sought to establish that it dated from earlier eras, upholding it as the perfect example of the survival of ancient, almost archaic, elements in secluded locations. Thus, the Ansó costume was viewed as a snapshot of the past, a fragment of history that had survived in an isolated valley of the Pyrenees where time stood still. For example, in 1924 Ricardo del Arco¹ wrote words such as these:

"How noble, indeed, and what an inspiration of survival are the customs of the frontier valleys of Hecho and Ansó! [...] Amidst those rugged peaks hides, as if in a *finis terrae Aragoniae*, the true historical Aragonese, lean yet sturdy, whose figure diminishes as the plains draw nearer until in certain places he becomes almost emaciated in external

"I offer you, reader, [...] a few age-old costumes that have been worn by one hundred generations in two abrupt corners of Aragón" (Ricardo del Arco, 1924).

ABSTRACT: The traditional costume of women from the Ansó valley in the Pyrenees is one of the most original dresses in the Iberian Peninsula. For many years, it has been presented as a perfect example of archaism, as it was thought to preserve local mediaeval traditions. However, as happens in most traditional costumes, the Ansó dress is but the ending point of a cultural and historical course. Through the analysis of the elements that give shape to this costume, some light will be cast upon the processes of fusion and adaptation which gave birth to this traditional costume as we know it today.

¹ ARCO, 1924, pp. 6-7.

Trajes seculares. El traje femenino del valle de Ansó y la formación de los modelos de indumentaria popular

Irene Seco Serra
Conservadora del Museo del Traje. CIPE
Doctora en Arqueología
irene.seco@mcu.es

“Te ofrezco, lector, [...] unos trajes seculares que vistieron cien generaciones en dos abruptos rincones aragoneses”. (Ricardo del Arco, año 1924).

RESUMEN: El traje tradicional femenino del valle pirenaico de Ansó, uno de los más originales de toda la Península Ibérica, se presenta a veces todavía hoy como ejemplo de pervivencias muy arcaicas en el mundo popular, y en él se defiende concretamente la fosilización de la indumentaria local de la Edad Media. Sin embargo, como ocurre en la mayoría de los trajes tradicionales, la vestimenta ansotana es el fruto de un desarrollo histórico y cultural. Mediante el análisis de los elementos que componen el traje, se intenta arrojar alguna luz sobre el proceso de fusión y adaptación que llevó a conformar este modelo de indumentaria popular tal y como hoy lo conocemos.

PALABRAS CLAVE: valle de Ansó, indumentaria popular, pervivencias, proceso histórico.

El mundo de lo que se ha dado en llamar vestimenta “popular”, “regional” o “tradicional” es a la vez variado y repetitivo; a veces intrincado, otras veces equívoco, siempre fascinante. Y, precisamente, el traje de la localidad oscense de Ansó ha sido, ya desde los primeros años del siglo XX, uno de los más estudiados dentro de esta clase de indumentaria. La colección del Museo del Traje de Madrid alberga un número nada despreciable de piezas procedentes de

Ansó, y un traje femenino completo forma parte de su primera exposición permanente (figura 1).

Se trata de un traje solemne y pesado, de un aspecto tan original que los primeros análisis lo identificaron con la vestimenta medieval, e incluso buscaron raíces más antiguas, convirtiéndolo en paradigma de la pervivencia de elementos arcaicos –casi arcanos– en lugares recónditos. El traje de Ansó se entendía así como una instantánea del pasado, un fragmento de historia que había sobrevivido en un apartado valle pirenaico por el que no pasaba el tiempo. Ricardo del Arco, por ejemplo, escribía en el año 1924¹ cosas como éstas:

“¡Qué nobles, en efecto, y qué alienato de supervivencia las costumbres de los valles fronterizos de Hecho y Ansó! [...] Entre aquellas breñas se esconde, como en un *finis terrae Aragoniae*, el auténtico aragonés histórico, enjuto pero fornido, cuyo tipo decae a medida que el llano se acerca, hasta hacerse en ciertos lugares casi desmedrado en lo externo, aunque conserve toda la gallardía subjetiva de la raza. [...] Y ellas, las ansotanas y las chesas, con su porte único, reposado y gentil, semejan las Vírgenes prudentes de la Biblia, apartadas del mundano ajeteo. Una invasión de chesos y ansotanos en Madrid, produciría asombro y aún espanto. Creeríanlos hombres de otras edades, que resucitaban para dar vigor a España y cuya estatura deducimos por la proporción de los huesos de los antiguos enterramientos. [...] Chesas y ansotanas:

¹ ARCO, 1924, pp. 6-7.



Figura 2. Camisa femenina del valle navarro del Roncal. Detalle. Primera mitad del siglo XX. Museo del Traje. CIPE, MT016629.

Figure 2. Women's shirt from the Navarre Valley of El Roncal. Detail. First half of the 20th century. Museo del Traje. CIPE, MT016629.

appearance, although he retains all the subjective gallantry of the race. [...] And they, the ladies of Ansó and Hecho, with their unique, calm and gentle demeanour, resemble the prudent Virgins of the Bible, isolated from the worldly hustle and bustle. If the inhabitants of Ansó and Hecho invaded Madrid, they would inspire wonder and even fright. They would be taken for men of another time, resurrected to invigorate Spain and whose stature we deduced from the proportion of the bones found in old burial sites. [...] Women of Ansó and Hecho, do not forswear the *basquiña* smock that so marvellously suits your graceful bearing of medieval ladies; do not give up the ruff or the circular head-dress that do your beauty such justice. [...] It is yours, by exclusive right; and in its solemn folds lie hidden your lineage and the insignia of your pre-eminence in Aragon."

Although the impassioned language of the texts written in the 20s seems to have fallen into disuse, it is important to remember that even today regional costumes are still used as instruments of ideological language, and the act of promoting them can be used, as is often the case, to formulate a very clear political message.

Consequently, similar opinions on the age-old model of the Ansó dress have been expressed much more recently; by way of example, in the catalogue published by the Museo Etnográfico de Ansó in the late 90s, Antonio Gorría commented that:

"Until quite recently, a significant part of the population of Ansó donned their traditional dress every day, the origins

of which can be traced back to medieval times and even to previous eras with roots in Iberian or Celtic cultures."²

Also of interest in this respect is the existence of the "Festival in celebration of the typical costume of Ansó" which has been held on the last Sunday of August every year since 1971. On this subject we refer to Antonio Beltrán (1993, 163), whose description uses more modern words than Ricardo del Arco, but they too reflect pride in the land and nostalgia for the past:

"Nearly four hundred people wear authentic costumes or imitations of the same, making an effort to avoid introducing any unauthentic element except what is required when converting a costume that has now become a museum piece and the antithesis of modern dress into a wearable outfit for a day. It is necessary to make adjustments given the weight and stiffness of the garments, some of which weigh in excess of thirty kilos, particularly the *basquiña* smocks, which scratch and irritate the skin of the modern-day ladies of Ansó unaccustomed to such attire, who perhaps have more delicate skin than their ancestors and, of course, have no thick shirts to protect them."

Before moving on, it is important to point out the striking formal similarity that exists between the costumes of the Hecho Valley or "cheso" dresses and the garments of Ansó. This style of dress was probably once used in other regions of the Pyrenees and extended as far as Navarre – by way of example, look at the shirt from the Roncal Valley in Navarre featured in figure 2, a garment that is virtually identical to the well-known Ansó shirts. As Beltrán noted, "from a historical perspective, there is no doubt that the costumes in question [from Ansó, Hecho and the Roncal Valley], particularly that of the women, shared the same origin and, owing to their isolation and repetitive circular evolution, each location added its own unique touches to the common model."³

The costume of the women of the Hecho Valley that we know differs very little from that of Ansó. The only differences in the Hecho costume are the horizontal folds of the shirtsleeves and the habit of occasionally binding the waist with a girdle; otherwise, the two cannot be told apart (figure 3). However, the wide variety of costumes (out-

² GORRÍA, 1997, p. 26.

³ BELTRÁN, 1993, p. 164.

no abandonéis la basquiña que a maravilla cuadra con vuestro donaire de señoras medievales; no dejéis la gorguera ni la aureola que tan bien sientan a vuestra belleza. [...] Vuestro es, por modo privativo; y en sus pliegues solemnes se esconde vuestra estirpe y la divisa de vuestra preeminencia en Aragón”.

Aunque el lenguaje exaltado de los trabajos de los años 20 parece haber quedado relegado al desuso, no hay que olvidar que hoy día también se utiliza el traje regional como instrumento del lenguaje ideológico, y a través de su potenciación se puede realizar, y muchas veces se realiza, un clarísimo discurso político.

Así, parecidas opiniones sobre el modelo ancestral del traje ansotano se han mantenido en tiempos mucho más recientes; Antonio Gorriá, por poner otro ejemplo, comenta en el catálogo del Museo Etnográfico de Ansó editado a fines de los años 90 que: “Hasta hace pocos años buena parte de la población ansotana vestía diariamente su indumentaria tradicional, cuyos orígenes se remontan hasta el medioevo e incluso a épocas anteriores con raíces ibéricas o célticas”².

Destaca también en este sentido la existencia de la “Fiesta de exaltación del traje típico de Ansó”, que se lleva a cabo desde 1971 el último domingo de agosto. Citaremos a este respecto a Antonio Beltrán (1993, 163), que la describe con palabras más actuales que Ricardo del Arco, pero a través de las que se trasluce también el orgullo de la tierra y la nostalgia por el pasado:

“Cerca de cuatrocientas personas se visten con trajes auténticos o copiados de ellos con el prurito de no introducir ninguna falsedad salvo la que resulta del mismo hecho de convertir por un día el traje, ya de museo y antítesis de los actuales, en vestido llevado, debiendo adaptarse al peso y rigidez de las prendas, algunas de hasta treinta kilos, especialmente de las basquiñas, que acaban produciendo rozaduras en las poco acostumbradas ansotanas de nuestros días tal vez con la piel más fina que las de antaño y, desde luego, sin camisas recias que la protejan”.

Antes de seguir adelante, es importante resaltar la enorme similitud formal existente entre los trajes del valle de

Hecho o trajes chesos y los vestidos de Ansó; este modelo indumentario estuvo además probablemente extendido por otras zonas pirenaicas hasta Navarra –véase por ejemplo la camisa del valle navarro del Roncal que reproducimos en la figura 2; se trata de una pieza virtualmente idéntica a las camisas ansotanas conocidas. Como señala Beltrán, “desde un punto de vista histórico no cabe duda que los trajes citados [de Ansó, Hecho y el valle del Roncal], especialmente el femenino, tuvieron el mismo origen, y debido a su aislamiento y evolución en círculo cerrado añadieron peculiaridades de cada lugar al modelo común”³.



El traje femenino del valle de Hecho que conocemos se aleja muy poco del de Ansó; tan sólo el plegado horizontal de las mangas de la camisa y la costumbre de ceñir en ocasiones la cintura con una faja lo apartan del tipo ansotano, del que no se diferencia en lo demás (figura 3). En Hecho, por otra parte, no está documentada la amplia variedad de trajes (de boda, de post-boda, de cofradía, etc.) presente en Ansó –aunque posiblemente la hubo en el pasado. No está de más tener presente la identidad entre la indumentaria tradicional de esta zona pirenaica a la hora de analizar los documentos gráficos de los que disponemos y que se verán a continuación.

*Figura 3. “Habitantes de los valles de Hecho y Ansó”. Litografía de F. Puiggarí sobre dibujo de F.J. Parcerisa, publicada por M. Cuadrado en *Recuerdos y Bellezas de España* en 1844.*

*Figure 3. “Inhabitants of the Hecho and Ansó Valleys”. Lithograph by F. Puiggarí over a drawing by F.J. Parcerisa, published by M. Cuadrado in *Recuerdos y Bellezas de España* in 1844.*

² GORRIÁ, 1997, p. 26.

³ BELTRÁN, 1993, p. 164.

Figura 4. Chesa. "Campesina del valle de Jasa en Aragón." Grabado de Juan de la Cruz Cano y Olmedilla en *Colección de trajes de España tanto antiguos como modernos que comprende todos los de sus dominios*. 1777.

Figure 4. Chesa. "Peasant woman of the Lasa Valley in Aragón." Engraving by Juan de la Cruz Cano y Olmedilla in *Colección de trajes de España tanto antiguos como modernos que comprende todos los de sus dominios*. 1777.



fits for weddings, after weddings, religious processions, etc.) found in Ansó – although perhaps they did exist in the past. It is prudent to bear in mind the similarity of the traditional costumes in this Pyrenean region when analysing the graphic documents at our disposal, which we shall review presently.

Study resources on the Ansó costume

Travel literature and engravings

Early travel books included few references to the Huesca region of the Pyrenees; consequently, as far as we know, they do not mention costumes of the kind that we later find in Hecho and Ansó. They are useful, however, for defining the geographic and temporal context in which the process that culminated in the object of our study took place.

In addition to Julius Caesar⁴ and Strabo,⁵ Jaca and/or the region of Jacetania are mentioned by authors such as Al-Idrisi,⁶ who travelled through the area in 1154, Aymeric Picaud,⁷ who passed through in 1143, Gaspar Barreiros,⁸ who visited it in 1542 and Enrique Cock,⁹ who cancelled his trip in 1585 due to illness.

Some time later, in 1610, Juan Bautista Labaña specifically mentioned Ansó, commenting that "wealthy people" with "fair houses"¹⁰ lived there, though he

provided no further details. Over the next two centuries, the general perception of the region was enriched with descriptions of war episodes and romantic landscapes.¹¹ With regard to Ansó, however, the panorama did not change significantly; as Ortas commented, "reports about the Jacetania region [...] are at times no more than mere collateral allusions that offer no additional details."¹²

Fortunately, in addition to travel books without illustrations, there are collections of images of Spanish costumes that date from very early. The quintessential example is the famous book of engravings by Christoph Weiditz, who travelled through the Iberian Peninsula in 1529.¹³ Weiditz did not venture into the Pyrenees, which explains why the costumes portrayed in his book do not exactly match those of the region being analysed here. The closest examples of female attire that we can find in his treatise come from Zaragoza¹⁴ and Navarre.¹⁵

In reality, the oldest illustrations of Pyrenean costumes with traits that we can clearly define as being "of the Ansó style" are found in 18th- and 19th-century engravings.

Before turning to describe what these sources show us, it is important to note that the repertoires of engravings of "regional costumes" from these times are part of a veritable process of creating symbols of identity – and naturally, one of the most important is the "traditional costume."

Two specific engravings of Pyrenean costumes were later used as models for many others; their images were repeated with slight variations throughout the 19th century and even up to the dawn of the 20th century.

The original of the first model (figure 4) is also the oldest known engraving on this theme. It is part of Juan de la Cruz Cano y Olmedilla's "Colección de trajes de España tanto antiguos como modernos que comprende todos los de sus dominios" ["Collection of costumes of Spain, both old and modern, including all of the costumes of its domains"] on drawings done by his brother Manuel, which came to light in 1777.¹⁶ Plate 18, which features the engraving in question, bears the title "Chesa (native of Hecho): Peasant woman from the Jasa Valley in Aragón." The figure's dress is very similar to the costume of Hecho and Ansó that we know today, except

⁴ GARCÍA MERCADAL, *Geografía*, 1999, Vol. 1, p. 649.

⁵ GARCÍA MERCADAL, *op. cit.*, p. 115

⁶ GARCÍA MERCADAL, *op. cit.*, pp. 171-172, 194, 196 and 198.

⁷ GARCÍA MERCADAL, *De los nombres de las tierras y de las cualidades de las gentes que hay en el Camino de Santiago*, 1999, Vol. 1, p. 154.

⁸ GARCÍA MERCADAL, *Corografía de algunos lugares*, 1999, Vol. 2, pp. 175 and 212.

⁹ GARCÍA MERCADAL, *Anales del año ochenta y cinco*, 1999, Vol. 2, pp. 524 and 528.

¹⁰ GARCÍA MERCADAL, 1999, Vol. 3, pp. 31-33.

¹¹ See ORTAS, 2004.

¹² ORTAS, 2004, p. 255

¹³ WEIDITZ, 2001.

¹⁴ Plate 16.

¹⁵ Plates 95, 110, 111 and 113.

¹⁶ MANEROS, 2002, pp. 34-35.

Fuentes de estudio del traje de Ansó

Los libros de viajes y los grabados

Los primeros libros de viaje hacen pocas referencias a la zona pirenaica osense, y por lo tanto no mencionan, hasta donde sabemos, trajes de las características que luego encontraremos en Hecho y Ansó; son útiles, sin embargo, para definir el marco geográfico y temporal en que se desarrolló el proceso que culminaría en el objeto de nuestro estudio.

Además de Julio César⁴ y Estrabón⁵, citan Jaca y/o la Jacetania autores como Al-Idrisi⁶, que viajó por la zona en 1154, Aimeric Picard⁷, que pasó por ella en 1143, Gaspar Barreiros⁸, que la visitó en 1542 o Enrique Cock⁹, que en 1585 desistió del viaje a causa de una enfermedad.

Algo más tarde, en 1610, Juan Bautista Labaña hace mención específica de Ansó, comentando que vive allí “gente rica” con “buenas casas”¹⁰, aunque no aporta más detalles. A lo largo de los dos siglos siguientes la visión global de la comarca se enriquece con descripciones de episodios bélicos y paisajes románticos¹¹. Sobre Ansó, sin embargo, el panorama no varía gran cosa; como señala Ortas, “las noticias sobre la Jacetania [...] no suponen a veces sino meras alusiones colaterales sin mayores pormenores”¹².

Afortunadamente, además de libros de viaje sin ilustrar, existen compendios de imágenes de trajes españoles desde fechas muy tempranas. El ejemplo por antonomasia es el famoso libro de grabados de Christoph Weiditz, que viajó a la Península en el año 1529¹³. Weiditz no se adentró en los Pirineos, por lo que los trajes que recoge en su obra no corresponden exactamente a la zona de nuestro estudio. La indumentaria femenina más próxima que podemos hallar en su tratado proviene de Zaragoza¹⁴ y Navarra¹⁵.

En realidad, las ilustraciones más antiguas de trajes pirenaicos con rasgos que podríamos definir claramente como “de tipo ansotano” se encuentran en grabados de los siglos XVIII y XIX.

Antes de pasar a describir lo que estas fuentes nos muestran, hay que advertir que los repertorios de grabados de “trajes regionales” de estos momentos se enmarcan en un verdadero proce-

so de creación de señas de identidad, entre las que destaca, cómo no, el “traje tradicional”.

Dos grabados de trajes pirenaicos, concretamente, fueron después utilizados como modelo por otros muchos, repitiéndose sus imágenes con ligeras variaciones a lo largo del siglo XIX, hasta llegar incluso a las puertas del siglo XX.

El original del primer modelo (figura 4) es, además, el grabado más antiguo que se conoce sobre el tema. Forma parte de la “Colección de trajes de España tanto antiguos como modernos que comprende todos los de sus dominios” de Juan de la Cruz Cano y Olmedilla, sobre dibujos de su hermano Manuel, que vio la luz en 1777¹⁶. La plancha 18, en la que se halla el grabado en cuestión, lleva por título “Chesa. Campesina del valle de Jasa en Aragón”. El vestido de la figura es muy similar al traje de Hecho y Ansó que hoy se conoce, con la excepción del talle, que en el grabado está marcado en la cintura. Sobre el talle alto de la indumentaria femenina de Ansó y su origen se hablará extensamente más abajo. Baste de momento recordar que esta primera imagen de un traje pirenaico con características que hoy encontramos en las vestimentas ansotanas muestra el talle en la cintura.

No está del todo claro a qué lugar concreto corresponde la indumentaria que aparece en este grabado de Cano y Olmedilla. El título parece referirse simplemente a la localidad de Hecho, aunque el posible empleo generalizador del adjetivo “cheso” como habitante de la Jacetania ha hecho especular con la posibilidad de que se trate del pueblo de Jasa, en el valle de Aragón, junto al valle de Hecho¹⁷.

El grabado tuvo gran éxito y fue reproducido con variantes en un buen número de obras casi desde el momento de su publicación. En algunos de estos grabados la figura cambia de adscripción geográfica para convertirse en una “mujer de Aragón”, “de Mequinenza” o “de Zaragoza”¹⁸.

El segundo gran modelo iconográfico del traje de tipo ansotano en el grabado decimonónico es la imagen proporcionada por Antonio Rodríguez en la plancha 70 de su “Colección de trajes que en la actualidad se usan en España, principiada en el año 1801”, publicada dos años más tarde de la fecha que indica su

⁴ GARCÍA MERCADAL, *Geografía*, 1999, Vol. 1, p. 649.

⁵ GARCÍA MERCADAL, ob. cit., p. 115.

⁶ GARCÍA MERCADAL, ob. cit., pp. 171-172, 194, 196 y 198.

⁷ GARCÍA MERCADAL, *De los nombres de las tierras y de las cualidades de las gentes que hay en el Camino de Santiago*, 1999, Vol. 1, p. 154.

⁸ GARCÍA MERCADAL, *Corografía de algunos lugares*, 1999, Vol. 2, pp. 175 y 212).

⁹ GARCÍA MERCADAL, *Anales del año ochenta y cinco*, 1999, Vol. 2, pp. 524 y 528.

¹⁰ GARCÍA MERCADAL, 1999, Vol. 3, pp. 31-33.

¹¹ Véase ORTAS, 2004.

¹² ORTAS, 2004, p. 255.

¹³ WEIDITZ, 2001.

¹⁴ Lámina 16.

¹⁵ Láminas 95, 110, 111 y 113.

¹⁶ MANEROS, 2002, pp. 34-35.

¹⁷ MANEROS, 2002, p. 28.

¹⁸ Véase MANEROS, 2002, p. 24.



Figura 5. De Aragón. "¿Con que no quiere Ud? Chesa." Grabado de Antonio Rodríguez en *Colección de trajes que en la actualidad se usan en España, principiada en el año 1801*. 1803.

Figure 5. Of Aragón. "So You Don't Want To? Chesa." Engraving by Antonio Rodríguez in *Colección de trajes que en la actualidad se usan en España, principiada en el año 1801*. 1803.

that the rise is at the waist in the engraving. The high waist of the female dress of Ansó and its origin will be discussed in detail below. For now, it will suffice to remember that this first image of a Pyrenean costume with the same characteristics we find today in the costumes of Ansó shows the rise marked at the waistline.

The exact location to which the clothing that appears in this engraving of Cano y Olmedilla pertains is not quite clear. The title seems to refer simply to the town of Hecho, although the fact that the adjective "*chesa*" could be more broadly construed as referring to any inhabitant of the Jacetania region has given rise to speculations that it might be from the town of Jasa in the Aragüés Valley, beside the Hecho Valley.¹⁷

The engraving was highly successful and was reproduced with variations in a good number of works almost from the moment it was published. In some of these engravings the figure's geographic identification was altered to become a "woman of Aragón," "of Mequinenza" or "of Zaragoza."¹⁸

The second great iconographic model of the Ansó-type costume in 19th-century engravings is the image provided by Antonio Rodríguez in plate 70 of his "*Colección de trajes que en la actualidad se usan en España, principiada en el año 1801*" ["Collection of costumes currently used in Spain, begun in the year 1801"], which was published three years later than the date indicated in its title¹⁹ (figure 5). The main features of the image, which according to the accompanying text depicts a woman from Hecho, are similar to those of the figure published by Juan de la Cruz Cano y Olmedilla, although the pose is somewhat different. The most significant variation is the fact that the sleeve is of another style altogether, which we will discuss in greater detail below.

Although this engraving by Rodríguez did not enjoy such widespread popularity as the one by Cano y Olmedilla, it was later copied with slight variations by at least three authors: Shoberl in 1825, Paul Hadol the same year and Saint-Prosper in 1839.²⁰

The first photographs

Starting in the late 19th century, but above all in the early 20th century, en-

gravings were joined by photographs as methods for portraying "popular costume." And, given the singularity of its appearance, the Ansó costume would quickly become a favourite subject for photographers of traditional dress.

The works of Ortiz Echagüe²¹ are well-known examples, although we must not forget other photographers such as Mas, Compairé, Soler, Oltra, Viñuales or Ricardo del Arco himself, among others.²² All of the old photographs we know of portray an Ansó costume that is practically identical to the one that has survived to the present day.

The tremendously contrived nature of these early graphic documents is very striking. This can be exemplified by a relatively little-known image, which was made known by the Count of La Ventosa²³ (figure 6). The photograph shows an Ansó woman spinning beside a dilapidated house with a metal cooking pot and lid at her feet; she is wearing a festive costume and a large white scarf on her head. As we can see, the entire scene is oozing with the artificial solemnity characteristic of slow-frame studio photographs – the props have simply been moved to an outdoor location.

The pieces

Finally, we have the pieces themselves to aid us in our study of the Ansó costume. The oldest Ansó costumes still in existence usually date from the 19th century, such as the costume in the Museo de Zaragoza, the donation of which has been discussed in detail by Concha Martínez Latre.²⁴

Now let us turn to examine the different elements that make up the Ansó costume, basing our analysis on the female Ansó dress on display in the Museo del Traje – Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico (Ethnological Heritage Research Centre).

The Ansó costume and its elements

Basquiña

The *basquiña*²⁵ or smock is probably the most characteristic element of the Ansó women's costume. It is a kind of one-piece dress made of woollen cloth with a bodice and skirt that are usually different in colour. There were different kinds

¹⁷ MANEROS, 2002, p. 28.

¹⁸ See MANEROS, 2002, p. 24.

¹⁹ MANEROS, 2002, pp. 40-41.

²⁰ MANEROS, 2002: plates 23, 34 and 37.

²¹ For example, Various Authors, 2002.

²² On the region of Huesca, see the interesting compilation by BIARGE, 1997.

²³ ÁLVAREZ DE TOLEDO, 1920, façade, p. 4.

²⁴ MARTÍNEZ LATRE, 2002.

²⁵ The term "*basquiña*" can be misleading. In the field of fashion history it refers to a skirt; however, in the case of the Ansó costume it refers to a full-body clothing item.

título¹⁹ (figura 5). La imagen, que, según el texto que la acompaña, representa a una chesa, se asemeja a grandes rasgos a la figura de Juan de la Cruz Cano y Olmedilla, aunque la postura es algo distinta. La variación más significativa se halla en el tipo de manga, muy diferente del otro, y del que se hablará con mayor detalle más adelante.

Aunque menos difundido que el de Cano y Olmedilla, este grabado de Rodríguez fue posteriormente copiado con ligeras variaciones al menos por tres autores: Shoberl en 1825, Paul Hadol en la misma fecha y Saint-Prosper en 1839²⁰.

Las primeras fotografías

Ya desde fines del siglo XIX, pero sobre todo a principios del siglo XX, la fotografía viene a añadirse a los grabados para mostrar el “traje popular”. Y, dada la singularidad de su aspecto, el traje ansotano va a convertirse en seguida en una de las estrellas de la fotografía de indumentaria tradicional.

Son célebres a este respecto los trabajos de Ortiz Echagüe²¹, aunque no hay que olvidar a otros fotógrafos, como Mas, Compairé, Soler, Oltra, Viñuales, o el propio Ricardo del Arco, entre otros²². Todas las fotografías antiguas que conocemos muestran un traje ansotano virtualmente idéntico al que ha llegado a nosotros.

Es muy destacable, por otra parte, la inmensa artificiosidad de estos primeros documentos gráficos. Se puede poner como ejemplo una imagen relativamente poco conocida (figura 6), cuya difusión debemos al Conde de la Ventosa²³. La fotografía muestra a una ansotana hilando junto a una casa en estado ruinoso, con una olla metálica con tapa a sus pies; lleva traje de fiesta y un gran pañuelo blanco en la cabeza.

Como puede apreciarse, el conjunto rezuma por todas partes el hieratismo artificial propio de las lentas fotografías de estudio, con su decorado trasladado al aire libre.

Las piezas

Por último, a la hora de estudiar el traje ansotano, contamos con las propias piezas. Los trajes ansotanos más antiguos que se conservan suelen ser decimonónicos, como por ejemplo el traje del Museo de Zaragoza cuya donación ha glosado Concha Martínez Latre²⁴.



Figura 6. Ansotana hilando. © José M^a Álvarez de Toledo, Conde de la Ventosa. Fondo Fotográfico Universidad de Navarra. Fundación Universitaria de Navarra. VEGAP. Madrid, 2008.
Figure 6. An Ansó woman spinning. © José M^a Álvarez de Toledo, Count of la Ventosa. Universidad de Navarra. Fundación Universitaria de Navarra. VEGAP. Madrid, 2008.

Pasemos ahora a considerar los distintos elementos de los que se compone el traje de Ansó, basándonos en la indumentaria femenina ansotana expuesta en el Museo del Traje – Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico.

El traje ansotano y sus elementos

Basquiña

La basquiña²⁵ o sayal es, probablemente, el elemento más definitorio del traje femenino de Ansó. Se trata de una especie de vestido de una pieza, de paño de lana, con cuerpo y falda generalmente diferenciados por el color. Existían distintas variantes de basquiñas en Ansó, según se utilizasen para diario, para ir en romería, para acudir a la iglesia o para después de la boda²⁶.

El traje femenino ansotano de diario empleaba basquiña verde de cuerpo negro, que se recogía para trabajar, dejando ver las enaguas. La basquiña del traje festivo era similar, aunque podía confec-

¹⁹ MANEROS, 2002, pp. 40-41.

²⁰ MANEROS, 2002: láminas 23, 34 y 37.

²¹ Por ejemplo VV. AA, 2002.

²² Para la zona de Huesca véase la interesante compilación de BIARGE, 1997.

²³ ÁLVAREZ DE TOLEDO, 1920, frontispicio, p. 4.

²⁴ MARTÍNEZ LATRE, 2002.

²⁵ El término “basquiña” puede prestarse a equivoco. En el ámbito de la indumentaria histórica hace referencia a una falda; sin embargo, en el caso ansotano define una pieza de cuerpo entero.

²⁶ MANEROS LÓPEZ et al., 1993, pp. 24-27.

of *basquiñas* in Ansó for different occasions: for daily use, for making religious pilgrimages, for going to church or for after a wedding.²⁶

The Ansó women's everyday outfit included a green *basquiña* with a black bodice, the skirt of which was gathered up while working, revealing the petticoat beneath. The *basquiña* used in the festive costume was similar, although it was often made using higher quality materials, and earrings and a scapular were added (figure 7).

The colour scheme differed in the so-called church or ceremonial dress, which consisted of a black *basquiña* with a white strip on the hem (known as the "*saigüello*"), a second completely black smock that was gathered at the back and a large pinafore, the colour of which varied depending on the circumstances (mourning, widowhood, wedding, etc.). Brides wore this costume during the wedding and afterwards removed the black *basquiñas*, leaving the classic green smock – in this case, adorned with copious amounts of jewellery and striking rosettes of yellow and red silk ribbons on the breast.

There was also a costume for religious processions, worn only by young girls, which consisted of the black *saigüello* smock with a white hem, short white sleeves with colourful ribbons and an abundance of purple-hued rosettes and jewellery.

The bodice of the *basquiña* and the skirt – called a "smock" in this region²⁷ – meet at very high point, in a line running just above the breast. The bodice, of black woollen cloth, is short and tight fitting with shoulder straps and a partial opening on the frontispiece, and adorned with decorative details of yellow and red wool. The thick woollen smock with abundant pleating is dyed an intense green colour, which apparently was obtained in Jaca by using woad plants imported from France.²⁸

It can be assumed that the traditional methods using plant dyes were replaced by synthetic dyes starting in the second half of the 19th century (in 1856 the first artificial colouring substance was obtained).²⁹ This may help to better understand Arco's affirmation based on his observations of the area in the 20s:

"In Hecho the women no longer wear the typical costume; and they told me that one of the reasons, and in their opinion the most important, was that in Jaca

they no longer knew how to give the wool cloth the centuries-old dye touch."³⁰

The use of joined skirts and bodices is probably a very ancient practice, although in Spain the oldest concrete evidence of its use dates from the 13th century, when women wore smocks, tunics and dresses bound with cords that correspond to this one-piece model.³¹ It is hardly necessary to point out that clothing items of this type have survived, though naturally with modifications, to the present day.

Another characteristic trait of the Ansó *basquiña*, its folds, can also be traced back to ancient times and has been used more or less continuously throughout the years. This particular way of arranging cloth first became widely popular in the third quarter of the 15th century.³²

However, it is undoubtedly the unusually high waistline which gives the Ansó *basquiña*, and the entire costume in general, its unique characteristic appearance.

The first time in the history of fashion in Spain when the waistline of feminine attire was placed on the upper part of the trunk corresponds to the rule of the Catholic Monarchs,³³ when both low and high-rise waists were worn; at times the latter were complemented with "*chesa-style*" girdles.

The second moment in history when women's fashions used the high waist occurred immediately after the French revolution.³⁴ As we will discuss in greater detail at a later point, we believe that the specific model on which the Ansó costume is based may correspond to the early Romantic style in Spain.

Shirt

The Ansó shirt, like practically all "popular" shirts, is made of ecru-toned homespun linen taffeta and is much longer than modern shirts. In some cases, as also occurs in other regions, the upper part of the shirt is made of better quality linen weave and the lower part of coarser fabric.

The round neckline is gathered and has a partial opening in the centre of the frontispiece that can be closed with a string laced through eyelets. The sleeves are long, wide, straight and gathered, with gores that are locally referred to as *cuadrillos*. The shoulders are embroidered with two cross-stitched bands that are called *guides* in Ansó.

²⁶ MANEROS LÓPEZ et al., 1993, pp. 24-27.

²⁷ ARCO, 1924, p. 29; VIOLANT, 1997, p. 102;

BELTRÁN, 1993, p. 166; GORRÍA, 1997, p. 29.

²⁸ BELTRÁN, 1993, p. 169; GORRÍA, 1997, p. 29.

Other plants that yield green dye for wool are the common privet, the birch tree, the onion, the buckthorn, Boston ivy, the bearberry and the horse chestnut tree (ROQUERO and CÓRDOBA, 1981, pp. 86-96. Green can also be obtained by blending blue and yellow tints, as was done in Egypt during the time of the Pharaohs (ROQUERO and CÓRDOBA, 1981, p. 11.

²⁹ ROQUERO and CÓRDOBA, 1981, p. 9.

³⁰ ARCO, 1924, p. 19.

³¹ DESCALZO, 2005, p. 116. The reign of the Catholic Monarchs marked the beginning of the use of separate skirts and bodices (BERNIS, 1978).

³² BERNIS, 1978, p. 31.

³³ See BERNIS, 1978.

³⁴ E. g. BOUCHER, 2004, p. 333 and subsequent pages.



Figura 7. Mujeres vestidas de fiesta. Fotografía de Alfonso Foradada. 1943-1945. © Alfonso Foradada. AFIAA. Diputación de Huesca.
Figure 7. Women in Festive Attire. Photograph by Alfonso Foradada. 1943-1945. © Alfonso Foradada. AFIAA. Diputación de Huesca.

cionarse con materiales de mejor calidad; se añadían además pendientes y escapulario (figura 7).

Diferente en cuanto a colorido era el llamado traje “de iglesia” o de ceremonia, para el que se utilizaba una basquiña negra rematada en la zona inferior con una banda blanca (el “saigüelo”), un segundo sayal completamente negro que se recogía en la parte de atrás y un gran delantal de seda cuyo color variaba según las circunstancias (luto, viudedad, boda, etc.). Las novias vestían este traje durante la boda, para despojarse después de las basquiñas negras, quedando ataviadas con el clásico sayal verde, adornado en este caso con abundante joyería y vistosas escarapelas de cinta de seda amarilla y roja sobre el pecho.

Existió además un traje denominado “de cofradía”, que sólo llevaban las muchachas, y que consistía en un saigüelo negro, manguitos blancos con cintas de colores y abundancia de escarapelas en tonos morados y joyería.

El cuerpo de la basquiña y la falda o saya —que en la zona llaman “sayo”²⁷— se unen con una línea de talle muy alto, que queda justo por encima del pecho. El cuerpo, de paño de color negro, es corto y ajustado, con tirantes y una abertura parcial en el delantero; remata con vivos de lana amarilla y roja. El sayo, de paño grueso y abundantemente plisado, está teñido de un color verde intenso, que según parece se obtenía

en Jaca empleando hierba pastel importada de Francia²⁸.

Cabe suponer que los métodos tradicionales de teñido con plantas fueron sustituidos por los tintes sintéticos a partir de la segunda mitad del siglo XIX (en 1856 se obtuvo la primera materia colorante artificial)²⁹. Esto ayudaría quizá a entender mejor la afirmación recogida en la zona por Arco en los años 20 del siglo XX, según la cual:

“En Hecho las mujeres ya no llevan el traje típico; y me decían que una de las causas, a su juicio la más poderosa, era que en Jaca ya no sabían dar a las lanas ‘el punto’ secular del tinte”³⁰.

El empleo de faldas y cuerpos unidos se remonta probablemente a fechas muy antiguas, aunque en España sólo hay constancia expresa de su uso desde el siglo XIII, cuando se llevan sayas, briales y sayas encordadas que corresponden a este modelo de una pieza³¹. Casi no hace falta señalar que piezas de indumentaria de este tipo se han mantenido, por supuesto con variaciones, hasta nuestros días.

Otro de los elementos característicos de la basquiña ansotana, el plegado, tiene también orígenes antiguos y uso más o menos continuado a lo largo del tiempo; el primer gran auge de este tipo de acabado de las telas se produjo en el tercer cuarto del siglo XV³².

Pero sin duda es la colocación del talle lo que da a la basquiña de Ansó, y en general al traje entero, su aspecto peculiar y definido.

²⁷ ARCO, 1924, p. 29; VIOLANT, 1997, p. 102; BELTRÁN, 1993, p. 166; GORRÍA, 1997, p. 29.

²⁸ BELTRÁN, 1993, p. 169; GORRÍA, 1997, p. 29. Otras plantas que proporcionan tinte verde para lana son el aligustre, el abedul, la cebolla, el espino de tintes, la parra virgen, la gayuba y el castaño de indias (ROQUERO y CÓRDOBA, 1981, pp. 86-96). Existe también la posibilidad de obtener verde por superposición de tinte amarillo y azul, como ya se hacía en el Egipto faraónico (ROQUERO y CÓRDOBA, 1981, p. 11).

²⁹ ROQUERO y CÓRDOBA, 1981, p. 9.

³⁰ ARCO, 1924, p. 19.

³¹ DESCALZO, 2005, p. 116. Desde la época de los Reyes Católicos comienzan a utilizarse cuerpos y faldas separados (BERNIS, 1978).

³² BERNIS, 1978, p. 31.



Figura 8. Dama francesa de la segunda mitad del siglo XVI. Grabado que muestra un cuello "a la italiana". París, Bibliothèque des Arts Decoratifs.

Figure 8. French woman from the latter half of the 16th century. Engraving that shows an "Italian-style" collar. Paris, Bibliothèque des Arts Decoratifs.

The most notable element of the Ansó shirt is the large pleated collar decorated with homemade bobbin lace, known locally as a "ruff," although the use of this term is not actually correct from the perspective of the study of fashion history.

Pleated, starched collars or frills, open at the front, were widely used in Spain from the late 16th centuries.³⁵ The most common fashion on the Iberian Peninsula was the use of completely closed collars, although "Italian-style" or "Medici-style" collars that left the throat uncovered were also worn in the late 16th and early 17th centuries.³⁶ This is precisely the same style used on the Ansó shirts (figure 8).

Mantilla

The Ansó mantilla is rectangular, of green fabric for everyday use and of ivory white fabric for church. The white mantilla, like the one exhibited at the museum, also features a pompom in the centre that, when placed on the wearer's head, hangs down on the forehead.

Wimples and veils are used and have been used widely on the Iberian Peninsula since antiquity. Although it may seem somewhat exaggerated to claim that the Ansó mantilla is descended from a local "Iberian veil"³⁷ or "Celt-Iberian mantilla,"³⁸ it is true that veils of similar characteristics were used as early as Renaissance times, and perhaps even earlier. The formal simplicity of the garment and its unquestionable practical value in a cold climate point to the hypothesis



Figura 9. Ventana de Ansó. Fotografía de José Ortiz Echagüe. 1927. © José Ortiz Echagüe. Fondo Fotográfico Universidad de Navarra. VEGAP. Madrid, 2008

Figure 9. Window of Ansó. Photograph by José Ortiz Echagüe. 1927. © José Ortiz Echagüe. Fondo Fotográfico Universidad de Navarra. VEGAP. Madrid, 2008

that the mantilla may be one of the oldest elements of the Ansó women's costume (figures 9 & 10).

Many of the studies done on the Ansó costume echo the statement recorded in Ricardo del Arco's survey, according to which the central pompom of the white Ansó mantilla "hangs over the nose to heighten modesty and keep the women who wear them from being identified."³⁹ Regardless of whether or not the pompom actually served to afford greater coverage to the female face, we agree with Beltrán's comment that the act of sewing this kind of central pompom onto the mantillas⁴⁰ probably responds to a need to centre the garment on one's head in a time when mirrors were rare commodities.⁴¹

Hairstyle

The hairstyle typically worn with the Ansó women's costume is known as the "Virgin hair" or "*churro*" style (after the fried dough strips known as *churros*). The hair is parted down the middle and made into braids wrapped in ribbons, a hairpiece filled with down (the "*chur-*

³⁵ On their evolution, see BERNIS, 1990, pp. 80-81 and 1999, p. 100.

³⁶ BERNIS, 1990, p. 100.

³⁷ ARCO, 1924, p. 17.

³⁸ BELTRÁN, 1993, pp. 173 and 181.

³⁹ ARCO, 1924, p. 32.

⁴⁰ The central pompoms (sometimes accompanied by corner pompoms) are commonly found on the large wool and velvet mantillas of many locations and are not limited to the Ansó Valley or the Pyrenees region.

⁴¹ BELTRÁN, 1993, pp. 173-174.

La primera época en la historia de la indumentaria en que el talle femenino se colocó en la zona superior del tronco corresponde en España al tiempo de los Reyes Católicos³³, cuando convivieron talles bajos y altos; a veces estos últimos se complementaban con fajas, “a la manera chesa”.

El segundo momento histórico en que el traje femenino utilizó el talle alto se localiza inmediatamente después de la Revolución Francesa³⁴. Como se verá en detalle más abajo, pensamos que el modelo concreto que sigue el traje de Ansó podría corresponder al primer estilo romántico en España.

Camisa

La camisa ansotana, como la práctica totalidad de las camisas “populares”, se realiza en lienzo, es decir, en tafetán de lino casero, de color crudo, y es mucho más larga que una camisa actual. En ocasiones, como también ocurre en otras zonas, se elaboraba la parte superior de la camisa con tejido de lino de mejor calidad y la inferior con uno más basto.

El escote es a la caja, con la línea fruncida y una abertura parcial en el centro del delantero que se puede cerrar con un cordoncillo pasado por ojetes. Las mangas son largas, anchas, rectas y fruncidas, y presentan nesgas, que en la zona denominan “cuadrillos”; en los hombros se bordan dos tiras a punto de cruz que en Ansó llaman “guides”.

El elemento más destacable de la camisa ansotana es el gran cuello plisado y rematado con encaje de bolillos casero, que en la localidad conocen como “gorguera”, aunque no se trata de una denominación correcta desde el punto de vista terminológico del estudio de la indumentaria.

Los cuellos plisados y almidonados o lechuguillas, abiertos por delante, estuvieron muy difundidos en España desde fines del siglo XVI³⁵. Lo más habitual en la Península fue el empleo de cuellos completamente cerrados, aunque a fines del siglo XVI y principios del XVII también se llevaron los cuellos “a la italiana” o “a lo Médici”, que dejaban al descubierto la garganta³⁶. Este modelo es, precisamente, el utilizado en las camisas de Ansó (figura 8).

Mantilla

La mantilla ansotana es rectangular, de paño verde para diario, y de paño blan-



Figura 10. Virgen de la Anunciación. Antonello de Messina, hacia 1476. Galleria Regionale della Sicilia - Palazzo Abatellis.
Figure 10. Our Lady of the Annunciation. Antonello de Messina, circa 1476. Galleria Regionale della Sicilia - Palazzo Abatellis.

co marfil para ir a la iglesia. La mantilla blanca, como la que se expone en el Museo, presenta además una borla central que, cuando la prenda está colocada, pende en mitad de la frente.

Tocas y velos se usan y se han usado en abundancia en la Península Ibérica desde la Antigüedad. Aunque parece quizá algo exagerado remontar el origen de la mantilla ansotana a un “velo ibérico”³⁷ o a una “mantilla celtibérica” local³⁸, es cierto que velos de características parecidas ya se emplearon en el Renacimiento, y tal vez antes. La sencillez formal de la prenda y su indudable valor práctico en un clima frío hacen pensar así que la mantilla es posiblemente uno de los elementos de origen más antiguo del traje femenino de Ansó (figuras 9 y 10).

Muchos de los estudios sobre el traje de Ansó se hacen eco de la afirmación reflejada en la encuesta de Ricardo del Arco, según la cual la borla central de la mantilla blanca ansotana “pende sobre la nariz para aumentar el recato y no ser conocidas las mujeres que la llevan”³⁹. Independientemente de que la borla pudiera, en efecto, aumentar la cobertura del rostro femenino, coincidimos con Beltrán cuando señala que el hecho de coser este tipo de borlas centrales en las mantillas⁴⁰ corresponde probablemente a la necesidad de centrar la prenda en la cabeza en épocas en las que los espejos eran comodidades poco habituales⁴¹.

³³ Véase BERNIS, 1978.

³⁴ E. g. BOUCHER, 2004., p. 333 y siguientes.

³⁵ Para su evolución véase BERNIS, 1990, pp. 80-81 y 99-100.

³⁶ BERNIS, 1990, p. 100.

³⁷ ARCO, 1924, p. 17.

³⁸ BELTRÁN, 1993, pp. 173 y 181.

³⁹ ARCO, 1924, p. 32.

⁴⁰ Las borlas centrales (a veces acompañadas por borlas esquineras) son habituales en las grandes mantillas de paño y terciopelo de diversos lugares, y no se circunscriben al valle de Ansó ni al área del Pirineo.

⁴¹ BELTRÁN, 1993, pp. 173-174.



Figura 11. Fotografía de ansotana. Fue recogida en la revista *Estampa* en los años 1920. ARCO.

Figure 11. Photograph of an Ansó woman. Published in the magazine *Estampa* in the 1920s. ARCO.



Figura 12. *La Fornarina*. Rafael, 1519. Galleria Nazionale d'Arte Antica in Palazzo Barberini.

Figure 12. *Portrait of a Young Woman (La Fornarina)*. Raphael, 1519. Galleria Nazionale d'Arte Antica in Palazzo Barberini.

ro") is added, and the braids are wrapped around the head like a crown (figure 11). This kind of hairstyle is only visible when worn with the so-called "religious procession" and "after-wedding" costumes – in other words, the dress used by young girls in processions and the one worn by brides after their wedding ceremonies. In all other cases, the head is covered with scarves or mantillas.

As is the case with the use of the cloth mantilla, wearing the hair in tight braids and wrapping them around the head may be the solution to a practical problem; we must not forget that the inhabitants of the Ansó area whom we are discussing lived in a harsh climate where washing one's hair was not common practice. However, the concrete details of the hairstyle seem more specific; wrapping braids in ribbons or bands and rolling them like a small turban is not a widespread practice, and it is interesting to note that this style has only truly been in vogue at a few moments in history.

An early version of this kind of hairstyle was the "tranzado" worn during the reign of the Catholic Monarchs. Although the usual practice was to wrap a single braid and let it hang down the back, in some cases it was also wrapped around the head, as seen in one of the female figures in the *Burial of Christ* by

Juan de Flándes commissioned by the Cathedral of Palencia in 1509.⁴²

The hairstyles depicted by Italian Renaissance artists bear a closer resemblance to the Ansó varieties; some famous examples include paintings such as *Portrait of a Young Woman (La Fornarina)* (figure 12) or the *Madonna of the Chair* by Raphael. The aforementioned treatise by Weiditz can also be cited on this subject, because its pages are filled with images of Spanish ladies wearing ribbon-boned braids down their backs; however, the only two figures wearing the braid around their heads are Italian.⁴³

The second appearance of these kinds of upswept hairstyles in painting iconography came with the advent of Neoclassicism, which openly took inspiration from Raphaellesque models as evidenced in Ingres' famous work *La Grande Odalisque* (figure 13), which incorporated the exotic touch of "Turkish-style" hairdos.

Sleeves

The panned sleeves of the Ansó women's costume are made of woollen cloth with trimmings in different colours connected across the back by a wool strip called a "cord" (figure 14). In all probability, these sleeves were inspired by Renaissance fashion of Italian influence.

⁴² BERNIS, 1978, p. 97.

⁴³ Specifically, the Genoese lady in plate 142 and the Neapolitan woman in plate 139.



Figura 13. *La Gran Odalisca*. Ingres, 1814. París. Musée du Louvre.
Figure 13. *La Grande Odalisque*. Ingres, 1814. París. Musée du Louvre.

Peinado

El peinado propio del traje femenino de Ansó es el llamado peinado “de churros” o “pelo de virgen”. Con la raya al medio, se recoge el cabello en trenzas envueltas en cintas, se añade un postizo relleno de borra (el “churro”) y se colocan alrededor de la cabeza a modo de corona (figura 11). Este tipo de peinado sólo queda al descubierto en los trajes denominados “de cofradía” y “de tornaboda”; es decir, en el vestido utilizado por las muchachas en las procesiones y en el que llevaban las novias tras la ceremonia de la boda. En todos los demás casos, se cubre la cabeza con pañuelos o mantillas.

Al igual que ocurre con el uso de la mantilla de paño, el recoger el pelo en trenzas apretadas y enrollarlas alrededor de la cabeza responde posiblemente, entre otras cosas, a la búsqueda de un objetivo práctico; no olvidemos que los habitantes de la zona ansotana de las que hablamos soportaban un clima extremo en unos momentos en que el lavado de cabello no era práctica habitual. Los detalles concretos del peinado parecen sin embargo más específicos; envolver las trenzas en cintas o bandas y enrollarlas a la manera de un pequeño turbante no es algo generalizado, y resulta interesante comprobar que ha estado verdaderamente de moda sólo en determinados momentos.

Una primera versión de peinados de este tipo pudiera reconocerse en el “tranzado” de época de los Reyes Católicos. Aunque lo habitual era encintar una sola trenza y dejarla caer sobre la espalda, en

algún caso se enrolló también alrededor de la cabeza, como puede verse en una de las figuras femeninas del *Entierro de Cristo* de Juan de Flandes contratado por la Catedral de Palencia en 1509⁴².

Más parecidos a los peinados de Ansó son los que muestran los pintores renacentistas italianos; son célebres en este sentido pinturas como *La Fornarina* (figura 12) o la *Virgen de la Silla* de Rafael. A este respecto cabe citar también el tratado de Weiditz al que ya se aludió más arriba. Entre sus páginas abundan las imágenes de damas hispanas luciendo tranzados a la espalda; sin embargo, las dos únicas figuras que se recogen la trenza alrededor de la cabeza son italianas⁴³.

El segundo momento en que recogidos de estas características vuelven a aparecer en la iconografía pictórica corresponde al Neoclasicismo, que retoma abiertamente modelos rafaelescos, como es evidente en la famosa *Gran Odalisca* de Ingres (figura 13), añadiéndoles el toque exótico de los tocados “a la turca”.

Mangas

Las mangas o manguitos del traje femenino de Ansó son de paño de lana con ribetes de distintos colores, y se unen en la zona trasera con una banda de lana denominada “cuerda” (figura 14). Estos manguitos siguen con gran probabilidad tipologías renacentistas de influencia italiana. La España de los Reyes Católicos adoptó desde fechas muy tempranas la moda de abrir las mangas o convertirlas en manguitos separados⁴⁴; su éxito fulgurante es-



Figura 14. “Provincia de Huesca. Valles de Hecho y Ansó.” Cromolitografía de Palmaroli y Magín Pujadas en *Las mujeres españolas, portuguesas y americanas, tales como son en el hogar doméstico, en los campos, en las ciudades, en el templo, en los espectáculos, en el taller y en los salones*. 1872.

Figure 14. “Province of Huesca. Hecho and Ansó Valleys.” Chromolithograph by Palmaroli and Magín Pujadas in *Las mujeres españolas, portuguesas y americanas, tales como son en el hogar doméstico, en los campos, en las ciudades, en el templo, en los espectáculos, en el taller y en los salones*. 1872.

⁴² BERNIS, 1978, p. 97.

⁴³ Se trata concretamente de la dama genovesa de la lámina 142 y de la mujer napolitana de la lámina 139.

⁴⁴ La primera evidencia iconográfica del empleo de manguitos se data en el año 1486 (BERNIS, 1978, p. 36).

Figura 15. *Milagro de la pierna de san Cosme y san Damián*. Detalle del óleo pintado por Pedro Berruguete hacia 1490. Colegiata de Covarrubias (Burgos).
 Figure 15. *Miracle of the Black Leg*. Detail of the oil painting by Pedro Berruguete, circa 1490. Collegiate Church of Covarrubias (Burgos).



From very early on, Spain under the Catholic Monarchs adopted the fashion of opening up the sleeves or turning them into separate sleeves;⁴⁴ their brilliant success was probably due to the use of luxurious Moorish shirts in Spain, which could be shown off much better in this way (figure 15). Weiditz's famous treatise, which has already been mentioned in this essay, is a good example of the use (and even abuse) of these bombastic and ornate sleeves.⁴⁵

Other models of sleeves of ancient origin probably existed in the female costumes of the Pyrenean region, as the 1801 engraving by Antonio Rodríguez mentioned above suggests.⁴⁶ The image shows a sleeve with a vertical slit that was worn in the days of the Catholic Monarchs⁴⁷ and was commonly used during the reign of Philip II.⁴⁸ In this respect, we must mention the recent addition to the collections of the Museo del Traje. CIPE of a very interesting early 19th-century Ansó costume that features long woollen sleeves adorned with silk ribbons, sewn onto the bodice of the *basquiña* and with cuffs ending in small detailed flaps.

A few conclusions

There are two ways of interpreting the origin and evolution of the elements that make up the Ansó women's costume, depending on the consideration of the famous engraving of Juan de la Cruz Cano y Olmedilla that was analysed above.

If we believe that the image might show the kind of clothing that was worn

in Ansó in the 18th century, then, after comparing the dates of which we are certain (see Table 1) and bearing in mind what is known of the appearance and spread of these clothing styles in Europe, we could hypothesise that the definitive crystallisation of the Ansó model of feminine attire as we now know it took place in the early 19th century, probably between 1815 and 1830 when the early Romantic style became popular in Spain.

Thus viewed, this model therefore boasts elements that are quite possibly very old and can be traced back to the fashions of Early Romanticism, which brought the high waists of Renaissance roots back into style.

It is interesting to discover that other features that the Ansó costume had possibly preserved since they first came into fashion, such as the paned sleeves and the pleated collar, were also reused in the feminine attire of the early Romantic trends. The starched and pleated collars came into style towards the end of the first French Consulate.⁴⁹ As in the late 16th and early 17th century, these collars could either be closed or leave the throat uncovered. Paned sleeves and puffed sleeves were not infrequent either,⁵⁰ and there were also "Hecho-style" sleeves with horizontal pleating⁵¹ (figure 16).

However, if we choose to believe that Olmedilla's engraving illustrates the costume of Hecho⁵² or Jasa, but not that of Ansó, there is a possibility that the high waist of the Ansó costume dates from Renaissance times.⁵³ The "definitive" consolidation of the general appearance of the

Table 1

Dating of the different elements of the Ansó women's costume

One-piece bodice and skirt	since the 13th century
Mantilla	almost certainly since the 15th century
Armllets	reign of the Catholic Monarchs, since 1486
High waist	time of the Catholic Monarchs and the early 19th century
Hairdo	16th century and early 19th century
"Medici-style" collar	late 16th – early 17th centuries
Rosette	possibly since the reign of Charles III (1759-1788)

Personal compilation

⁴⁴ The first iconographic evidence of the use of paned sleeves dates from the year 1486 (BERNIS, 1978, p. 36).

⁴⁵ Weiditz depicted two costumes with separate sleeves in the Ansó style; one corresponds to a Portuguese woman (plate 15) and the other to a woman of Vizcaya (plate 114). It is interesting to note that the Portuguese lady has horizontally pleated sleeves and that her image became a "Woman of Navarre" in the version published by Vecellio in 1589, which suggests that these kinds of sleeves were used with certain frequency in the northern region.

⁴⁶ Maneros (2002, p. 40), however, believes that these sleeves are perhaps a "curious interpretation or variation of paned sleeves."

⁴⁷ BERNIS, 1978, p. 36.

⁴⁸ BERNIS, 1990, pp. 90-91. This kind of sleeve is also depicted in Weiditz's treatise, specifically in plate 57-58 which depicts the "Great Spanish Lady."

⁴⁹ BOUCHER, 2004, p. 346.

⁵⁰ See for example BOUCHER, 2004, figures 882, 887 i and 902.

⁵¹ E. g. BOUCHER, 2004, figures 874, 889, 963.

⁵² However, we must not forget that the Hecho costume that has survived to the present day is basically identical to the Ansó dress.

⁵³ It is not impossible that this kind of very high waist was widely used in the Pyrenean valleys during the days of the Catholic Monarchs and later discarded in favour of the popular fashions of later centuries, surviving only in Hecho and Ansó.

tuvo probablemente relacionado con el empleo en España de lujosas camisas moriscas, que de esta manera podían lucirse mucho mejor (figura 15). El célebre tratado de Weiditz al que venimos haciendo referencia a lo largo de este trabajo es buen ejemplo del uso (y hasta abuso) de estas ampulosas y ricas mangas⁴⁵.

Probablemente hubo también otros modelos de manga de raíces antiguas en los trajes femeninos de la zona pirenaica, como sugiere el grabado de Antonio Rodríguez de 1801 que se comentó más arriba⁴⁶. La imagen muestra un tipo de manga abierta en vertical que ya se llevaba en tiempo de los Reyes Católicos⁴⁷, y cuyo uso fue habitual en tiempos de Felipe II⁴⁸. A este respecto hay también que destacar la reciente entrada en las colecciones del Museo del Traje. CIPE de un interesantísimo traje ansotano decimonónico temprano, que presenta mangas largas de paño, adornadas con cinta de seda, cosidas al cuerpo de la basquiña, y cuyos puños rematan con pequeñas haldetas viveadas.

Algunas conclusiones

Existen dos opciones a la hora de interpretar el origen y evolución de los elementos que componen el traje femenino de Ansó, dependiendo de cómo consideremos el famoso grabado de Juan de la Cruz Cano y Olmedilla que se analizó más arriba.

Si pensamos que la imagen podría mostrar el tipo de indumentaria que se llevaba en Ansó en el siglo XVIII, entonces, una vez cruzadas las fechas de las que dis-

ponemos (véase el Cuadro 1), y teniendo en cuenta lo que se sabe sobre aparición y difusión de los estilos de indumentaria en Europa, cabría pensar que la cristalización definitiva del modelo de traje femenino de Ansó tal y como hoy se conoce se produjo a principios del siglo XIX, probablemente entre los años 1815 y 1830, correspondiendo a la difusión en España del primer estilo romántico.

Este modelo englobaría, así pues, elementos de origen posiblemente muy antiguo y los revalorizaría dentro de las modas del primer Romanticismo, que vuelven a potenciar los talles altos de raigambre renacentista.

Es interesante comprobar que otros rasgos que el traje ansotano había mantenido posiblemente desde los inicios de su difusión, como los manguitos y el cuello plisado, se reutilizaron también en la indumentaria femenina de las primeras corrientes románticas. Los cuellos plisados y almidonados se pusieron de moda a fines del primer Consulado francés⁴⁹. Como sucedía a fines del siglo XVI y comienzos del XVII, podían ser cerrados o dejar ver la garganta. No eran tampoco infrecuentes los manguitos y las mangas abullonadas⁵⁰; había también mangas con plisado horizontal "tipo Hecho"⁵¹ (figura 16).

Si, por el contrario, optamos por pensar que el grabado de Olmedilla ilustra el traje de Hecho⁵² o el de Jasa, pero no el de Ansó, existiría la posibilidad de que el traje ansotano hubiera mantenido el talle alto desde época renacentista⁵³. La conformación "definitiva" del aspecto general del traje femenino ansotano se habría producido, en este caso, a principios del



Figura 16. La familia Nathanson. C.W. Eckersberg 1818. Statens museum for Kunst, Copenhagen. Obsérvense las mangas de la figura femenina vestida de azul.

Figure 16. The Nathanson Family. C.W. Eckersberg 1818. Statens museum for Kunst, Copenhagen. Note the sleeves of the female figure in blue.

⁴⁵ Weiditz recoge dos trajes con mangas separadas al estilo ansotano: uno corresponde a una dama portuguesa (lámina 15) y otro a una señora vizcaína (lámina 114). Es interesante notar que la dama portuguesa lleva las mangas plisadas en horizontal y que su imagen se convierte en la versión publicada por Vecellio en 1589 en una "Mujer de Navarra", lo que pudiera quizá hacer pensar en una particular frecuencia de uso de este tipo de magas en la zona norte.

⁴⁶ Maneros (2002, p. 40), sin embargo, piensa que estas mangas son quizá una "curiosa interpretación o variación de los manguitos".

⁴⁷ BERNIS, 1978, p. 36.

⁴⁸ BERNIS, 1990, pp. 90-91. Este tipo de manga está también recogida en el tratado de Weiditz, concretamente en la lámina 57-58, que representa a la "Gran Señora Española".

⁴⁹ BOUCHER, 2004, p. 346.

⁵⁰ Véase por ejemplo BOUCHER, 2004, figuras 882, 887, 902.

⁵¹ E. g. BOUCHER, 2004, figuras 874, 889, 963.

⁵² No olvidemos sin embargo que el traje de Hecho que ha llegado hasta nosotros es básicamente idéntico al de Ansó.

⁵³ No es tampoco insostenible que este tipo de talles altos se hubieran usado en los valles pirenaicos en general en época de los Reyes Católicos, siendo luego desplazados por las modas imperantes en siglos posteriores y manteniéndose solamente en Hecho y Ansó.

Cuadro 1

Datación de los diferentes elementos del traje femenino ansotano

Cuerpo y falda de una pieza	desde el siglo XIII
Mantilla	con cierta seguridad desde el siglo XV
Manguitos	época de los Reyes Católicos, desde 1486
Talle alto	Reyes Católicos y también principios del siglo XIX
Peinado	siglo XVI y también principios del siglo XIX
Cuello "a lo Médici"	fines del siglo XVI – principios del XVII
Escarapela	posiblemente desde Carlos III (1759-1788)

Elaboración propia

Ansó women's costume, in this case, would have occurred in the early 17th century, with elements of jewellery and ribbon adornments added on in the 18th century.

In general, there is no evidence of the existence of well-defined "popular costumes" in Europe before the late 18th and early 19th century. As Thiesse pointed out, "19th century iconography abundantly illustrates the popular costumes of different parts of Europe. The same cannot be said of preceding centuries. It is not that painters, or at least some of them, did not portray peasants in their canvases, but the clothes in which they are garbed do not resemble the attire we later came to know as 'traditional costumes' from a certain region or country."⁵⁴

Thus, if we accept that the general characteristics of the Ansó costume were already defined by the early 17th century, the female dress in this valley predates the general consolidation process of the "regional costume" in Europe by a full century. If, on the other hand, we accept that the Ansó model was completed in the early days of Romanticism, the costume would be part of the general European trend of defining "regional" (and "national") styles of dress.

However it came to be, the Ansó costume is not, as we have seen was believed for many years, a kind of living fossil, but is rather made up of elements of diverse origin and chronology. It cannot be traced to a single historical moment, for it developed over several different periods. Undoubtedly, it remains one of the most interesting popular costumes of the Iberian Peninsula.

From this perspective, the Ansó costume is actually a wonderful example of the process of creating and recreating the "traditional." Hobsbawm may have given us the best analysis of tradition as a process of creating and absorbing elements, and so his words serve as a fitting conclusion – for, as he rightly points out:

"'Custom' in traditional societies has the double function of motor and fly-wheel. It does not preclude innovation and change up to a point, though evidently the requirement that it must appear compatible or even identical with precedent imposes substantial limitations on it. What it does is to give any desired change [...] the sanction of precedent, social continuity and natural law as expressed in history."⁵⁵

⁵⁴ THIESSE, 2001, p. 194. Free translation.

⁵⁵ HOBBSAWM and RANGER, 2002, p. 8.

siglo XVII, con añadidos dieciochescos en lo que respecta a joyería y adornos de cintas.

En general, no hay constancia de la existencia de "trajes populares" definidos en Europa antes de fines del siglo XVIII y principios del XIX. Como apunta Thiesse, "la iconografía del siglo XIX ilustra en abundancia los trajes populares de diferentes partes de Europa. No se puede decir lo mismo de los siglos precedentes. No es que los pintores, o al menos algunos de ellos, no representaran a los campesinos en sus lienzos, pero las ropas con las que se visten no se parecen a las que luego conocemos bajo el nombre de "trajes tradicionales de esta región o de aquél país"⁵⁴.

Así pues, si pensáramos que la conformación del traje de Ansó en sus líneas generales se pudo dar por finalizada a principios del siglo XVII, la indumentaria femenina del valle se adelantaría un siglo al proceso general de formación del "traje regional" en Europa. Si, por el contrario, aceptásemos que el modelo ansotano terminó de concluirse en el primer Romanticismo, el traje se enmarcaría en la corriente general europea de definición de tipos "regionales" (y "nacionales").

Sea como fuere, el traje de Ansó no es, como vimos que se pensó durante mucho tiempo, una especie de fósil viviente, sino que está compuesto por elementos de diverso origen y cronología; no puede identificarse con un solo momento histórico, sino con una sucesión de ellos. Sigue siendo, sin duda, uno de los trajes populares más interesantes de la Península Ibérica.

El traje ansotano sería en realidad, desde este punto de vista, un ejemplo privilegiado del proceso de creación y recreación de lo "tradicional". Es quizá Hobsbawm quien mejor ha analizado la tradición como proceso de elaboración y absorción de elementos, así que a él nos remitimos para concluir. Pues, como bien señala:

"La 'costumbre' en las sociedades tradicionales tiene la función doble de motor y engranaje. No descarta la innovación y el cambio en un momento determinado, a pesar de que evidentemente el requisito de que parezca compatible con lo precedente o incluso idéntico a éste le impone limitaciones sustanciales. Lo que aporta es proporcionar a cualquier cambio [...] la sanción de lo precedente, de la continuidad social y la ley natural tal y como se expresan en la historia"⁵⁵.

⁵⁴ THIESSE, 2001, pp. 194-194. Traducción propia.

⁵⁵ HOBBSAWM y RANGER, 2002, p. 8.

Bibliografía

- AGUAROD OTAL, C. *et al.*, *Ropas ampradas: trajes populares de Aragón. Cuaderno didáctico*, Zaragoza: Diputación General de Aragón, 1993, 23 p.
- ÁLVAREZ DE TOLEDO Y SAMANIEGO, J.M., Conde de la Ventosa, *Por España. Impresiones gráficas*, Madrid: S. E., 1920, 73 p.
- ARCO Y GARAY, R. del, *El traje popular altoaragonés. Aportación al estudio del traje regional español*, Huesca: V. Campo, 1924, 71 p.
- ARCO Y GARAY, R. del, Perfiles aragoneses: trajes populares. *Estampa*, N. 38, 1928, p. 3.
- BELTRÁN MARTÍNEZ, A., Indumentaria aragonesa: traje, vestido, calzado y adorno, *Enciclopedia temática de Aragón, tomo 11*, Zaragoza: Moncayo, 1993, 277 p.
- BERNIS MADRAZO, C., *Trajes y modas en la España de los Reyes Católicos, tomo I: Las mujeres*, Madrid: Instituto Diego Velázquez, 1978, 150 p.
- BERNIS MADRAZO, C., La moda en la España de Felipe II a través del retrato de corte. En VV.AA.; *Alonso Sánchez Coello y el retrato en la Corte de Felipe II*, Museo del Prado, junio-julio 1990, Madrid: Museo del Prado, 1990, p. 65-111.
- BIARGE, A., *Huesca: ropas del arcón (indumentaria tradicional). Fotografías 1895-1935*, Huesca: Diputación Provincial, 1997, 298 p.
- BOUCHER, F., *A History of Costume in the West*, Londres: Thames & Hudson, 2004, 459 p.
- DESCALZO LORENZO, A., El vestido entre 1170 y 1340 en el Panteón Real de las Huelgas. En VV.AA.; *Vestiduras ricas: el Monasterio de las Huelgas y su época 1170-1340*, Palacio Real de Madrid, 16 de marzo al 19 de junio de 2005, Madrid: Patrimonio Nacional, 2005, pp. 107-118.
- GARCÍA MERCADAL, J., *Viajes de extranjeros por España y Portugal desde los tiempos más remotos hasta comienzos del siglo XX*, Valladolid: Consejería de Educación y Cultura, 1999, 6 Vol.
- GORRÍA IPAS, A.J., El Museo Etnológico de Ansó: reflejo de la historia y cultura de un pueblo, *Cuadernos Altoaragoneses de Trabajo 20*, Huesca: Instituto de Estudios Altoaragoneses, 1993, 32 p.
- GORRÍA IPAS, A.J. y FORADADA MORILLO, M., *Alfonso Foradada. El Valle de Ansó en los años 40*, Huesca: Diputación de Huesca, 2006, 191 p.
- HOBBSAWM, E. y RANGER, T. (eds), *La invención de la tradición*, Barcelona: Crítica, 2002, 318 p.
- KRÜGER, F. *Los Altos Pirineos*, Zaragoza-Huesca: Diputación General de Aragón, 1997, 6 Vol.
- MANEROS LÓPEZ, F. *et al.*, *Ropas ampradas: trajes populares de Aragón: exposición didáctica*, Huesca. Sala de la Caja de Ahorros de la Inmaculada, febrero 1993. Teruel. Museo de Teruel, marzo 1993. Zaragoza: Diputación General de Aragón, 1993, 69 p.
- MANEROS LÓPEZ, F., *Estampas de indumentaria aragonesa de los siglos XVIII y XIX*, Zaragoza: Publicaciones del Rolde de Estudios Aragoneses, 2002, 281 p.
- MARTÍNEZ ALFONSO, C., Trajes aragoneses, *Semanal del Heraldo de Aragón* 11/10/87, 1987, p. 26-32.
- MARTÍNEZ LATRE, C., La deriva del patrimonio etnológico: un traje femenino de Ansó, *Temas de antropología aragonesa*, N. 12, 2002, p. 189-203.
- ORTAS DURAND, E., Viajeros por los caminos del Alto Aragón. En ONA, J.L. y SÁNCHEZ LANASPA, S. (eds.), *Comarca de la Jacetania*, Colección "Territorio" N. 12, Zaragoza, 2004, p. 255-262.
- ROQUERO, A. y CÓRDOBA, C., *Manual de tintes de origen natural para lana*, Barcelona: Ediciones del Serbal, 1981, 135 p.
- RUPPERT, J., *Le costume: Renaissance – Louis XIII*, París: Flammarion, 1952, 63 p.
- SÁNCHEZ SANZ, M.E., Ansó y sus trajes, *Narria*, N. 7, 1977, p. 22-24.
- THIESSE, A.M., *La création des identités nationales. Europe XVIII^e – XX^e siècle*, París: Editions du Seuil, 2001, 309 p.
- VILLARROYA, I. Aragón abre sus viejos baúles: Para conocer mejor el traje regional, *Semanal del Heraldo de Aragón*, 28/09/86, 1986, p. 28-31.
- VIOLANT I SIMORRA, R., *El Pirineo español: vida, usos, costumbres, creencias y tradiciones de una cultura milenaria que desaparece*, Barcelona: Alta-Fulla, 1997, 675 p.
- VECELLIO, C., *Costumes Anciens et Modernes, Habiti Antichi et Moderni di Tutto il Mondo*, París: Tipographie de Firmin Didot Frères Fils & Cie, 1959, 2 Vol.
- VV.AA., *José Ortiz Echagüe en las colecciones del Museo Nacional de Antropología*, Museo Nacional de Antropología, junio – agosto 2002, Madrid: Secretaría General Técnica, 2002, 285 p.
- VV.AA., *Pedro Berruguete. El primer pintor renacentista de la Corona de Castilla*, Iglesia de Santa Eulalia, Paredes de Nava, 4 de abril al 8 de junio de 2003, Valladolid: Consejería de Educación y Cultura, 2003, 230 p.
- WEIDITZ, C., Reproducción facsímil del manuscrito Hs 22474 del Museo Nacional Germánico de Nuremberg, Valencia: Grial, 2001, 2 Vol.

M.^a Antonia
Herradón Figueroa

Curator. Museo del Traje. CIPE

mantonia.herradon@mcu.es

Buckles, forgotten jewels

Antonio Correa Ruiz. In memoriam.

ABSTRACT: Two hundred years ago buckles were fashionable items of jewellery, but soon after the French Revolution they became outmoded and were finally forgotten. This essay compares and contrasts a study of written material with an analysis of items belonging to the Museo del Traje, Madrid, and collections at other museums and institutions.

KEYWORDS: Men's jewellery, buckles, shoe buckles, cravat clasps.

About buckles

Buckles constitute a wide range of objects used in the course of Western history for different purposes and with varying degrees of frequency. However, they have been more common when a particular type of apparel – for example the garter, the cravat, the belt or the shoe – has made their use absolutely necessary. This has contributed to the fact that the buckle has not been restricted to use by only one sex: it has been used by both, depending on where on the body it has been worn and the requirements of the item of clothing itself. The following pages discuss those buckles which experienced a “golden age” in the 18th century. Included in this group are the cravat and breeches clasps – worn exclusively by men – and the shoe buckle, used by men and women alike, which is the

most common kind. The theme of this essay is an analysis of the latter.

It is perhaps surprising how little has been said about the shoe buckles at the Museo del Traje, in spite of the fact that they have been part of the museum's collection since 1925, the year of the emblematic exhibition *El Traje Regional e Histórico* (*The Regional and Historical Costume*). This major event not only brought together garments of every kind but also a variety of accessories, most of which were later used to found the Museo del Traje Regional e Histórico (Museum of Regional and Historical Costumes) and the Museo del Pueblo Español (Museum of the Spanish People). Consequently, the collection of shoe buckles is a classic element in the collections of the institution we know today. However, it would seem that this highly attractive setting has not been sufficient to highlight the singular characteristics of this collection.

This oversight may actually be due to the items' special characteristics, which place them in a no-man's-land between functionality and ornamentation. Basically the shoe buckle – and by extension all kinds of buckles – is an object for fastening that is designed to fit the shoe (or garment) to the body. But at certain times in history, for example in the 17th and 18th centuries, material and technique came together in such a way that the buckle transcended its more practical application and entered the category of jewellery. Any study of the first aspect mentioned above must necessarily be linked to a history – that of footwear –

Las hebillas, joyas olvidadas

M.^a Antonia
Herradón Figueroa
Conservadora. Museo del Traje. CIPE
mantonia.herradon@mcu.es

Antonio Correa Ruiz. In memoriam.

RESUMEN: Hace doscientos años las hebillas eran joyas de moda, pero poco tiempo después, tras la Revolución Francesa, cayeron en desuso y se olvidaron. En el desarrollo del tema, el estudio de las fuentes escritas se contrasta con el análisis de las piezas conservadas en el Museo del Traje de Madrid y en otros museos e instituciones.

PALABRAS CLAVE: joyería masculina, hebillas, hebillas de zapato, hebillas de corbata.

A propósito de las hebillas

Las hebillas constituyen un extenso grupo de objetos que se han utilizado con diversos fines y grados de intensidad variable a lo largo de la historia occidental. No obstante, su protagonismo ha sido más notorio cuando la tipología de la indumentaria precisaba indefectiblemente de su concurso, por ejemplo, en el caso de ligas, corbatines, cinturones o zapatos. Esta circunstancia contribuyó a que la hebilla no se erigiera en patrimonio exclusivo de un solo sexo: fue utilizada por ambos, variando en cada caso, eso sí, su disposición en el cuerpo en función de las exigencias del atuendo. Las páginas siguientes se refieren al segmento de hebillas que vivió su edad de oro en torno al siglo XVIII. En el grupo figuran, por un lado, las de corbatín y de calzón, privativas del hombre; por otro, las de zapato, de uso

tanto masculino como femenino, que son las más abundantes y cuyo análisis vertebrará el discurso.

Sorprende lo poco que se ha hablado hasta ahora acerca de las hebillas de zapato en el contexto del actual Museo del Traje, a pesar de que son piezas que han formado parte de sus fondos desde 1925, fecha de la emblemática exposición “El Traje Regional e Histórico”. El magno evento no sólo reunió prendas de indumentaria de toda condición, sino también complementos y accesorios diversos, la mayor parte de los cuales pasarían a conformar, sucesivamente, el Museo del Traje Regional e Histórico y el Museo del Pueblo Español. La colección de hebillas de zapato es, pues, un clásico en los fondos de la institución que hoy conocemos. Sin embargo, parece que tan atractivo entorno no ha bastado para poner sobre la mesa sus singulares características.

Es plausible, no obstante, que esta continuada omisión derive, precisamente, de las propias particularidades de las piezas, que las sitúan en un lugar indeterminado entre la funcionalidad y el ornamento. En esencia la hebilla de zapato –y por extensión todo tipo de hebilla– es un elemento de cierre, cuyo papel radica en ajustar el zapato (o la prenda) al cuerpo. Pero en determinados momentos históricos, por ejemplo en los siglos XVII y XVIII, materia y técnica se conjugan de tal manera que la hebilla sobrepasa el mero sentido práctico y adquiere la categoría de joya. El examen del primer aspecto mencionado ha de vincularse, necesariamente, con una historia, la del

that has scarcely been addressed in Spanish historiography. The second aspect leads us to the history of jewellery, a field which has not been researched thoroughly and with a degree of continuity in Spain until recent decades, although much still remains to be said. Considering these issues, it is not surprising that buckles are currently little known and therefore unappreciated.

The aim of this study is to take a new look at an apparently rather daunting panorama while suggesting some ideas for approaching the study of shoe buckles. In our opinion, the first consideration is that the scant public interest in the subject stands in sharp contrast to the large number of buckles found both in Spain and abroad. Museums like the Museu Nacional do Traje in Lisbon and the Museu Tèxtil i d'Indumentària in Barcelona, and especially Kenwood House in London and the Northampton Museum, have exceptional buckle collections. Furthermore, many other institutions possess this kind of item: museums specialising in jewellery, like the Pforzheim Schmuckmuseum, or in applied arts, like the Musée des Arts Décoratifs in Paris; general museums, like the Museo Cerralbo and the Museo Arqueológico Nacional in Madrid or the Museo Provincial in Valladolid; and various cathedral and diocesan museums, etc. In another context, we must also mention the frequent appearance of buckles at Spanish auctions – still at quite moderate asking and final prices. And we must not forget the buckles that have been preserved thanks to private collecting, an activity we shall refer to later.

An analysis of the collections mentioned above (plus that belonging to the Museo del Traje) points to the existence of a “single collection” model, apparently with few variations. Firstly, the uniformity of this model reflects the length of time the shoe buckle has been regarded as an item of jewellery in Europe – a period limited basically to the 18th century – despite the fact that records invariably date back to the previous century and document its survival into the next century. Secondly, similarities observed confirm domination of the field by the English and French, who not only exported items but ultimately dictated the kind of models sold in countries with less capacity for production and innovation. By no means did buckles, there-

fore, remain on the fringe of fashion – a phenomenon which throughout the eighteenth century introduced and dictated aesthetic norms in line with the tastes of increasingly larger social groups. The relationship between buckle and fashion grew so close that the former became a reflection of the latter and a paradigm of the most exquisite aesthetic taste of the age. One interesting testimony to the strength of this relationship can be seen in a print in *Cabinet des Modes* – later known as *Magasin des Modes nouvelles françaises et anglaises* – a French magazine and a pioneer in its genre published between 1785 and 1789. As we know, it was a publication that featured novelties related to home decoration and the attire and adornment of both sexes. The plate in question, drawn by the French artist Auguste Charles Pugin and engraved by A.B. Duhamel, appeared in 1786. It is an extraordinary print, not only because it is one of Duhamel's few extant works, but also by virtue of its status as a formal and aesthetic reference. As can be seen, the four models featured in it are virtually identical to those in the Museo del Traje's collection (figure 1).

Just as buckles abound in museums and collections, so also do images that document their history while providing us with interesting information on their formal aspect, uses and chronology. For obvious reasons, painting is the medium offering the most complete repertoire. For example, while the paintings of Jean-Antoine Watteau (1684-1721) feature an overwhelming majority of shoes tied with huge bows and brightly coloured ribbons, William Hogarth's (1697-1764) reflect the gradual qualitative and quantitative growth of the buckle's popularity in English society. As regards Spain, similar testimonies appear in a large number of canvases by the great masters of the second half of the 18th century, from Bayeus to Paret to Maella, and – of course – Goya (figure 2). Another source for consideration is the series of prints published in Spain in the last three decades of that century. Téllez Villar's *Seguidillas boleras*, Cano Olmedilla's *Escenas de majos* and the *Colección de Trajes de España* and a long etcetera reveal how the male and female followers of fashion known as *petimetres* and *petimetas*, *majos* and *majas*, *lechuguinos*, *madamas* – dandies,

calzado, que ha sido poco tratada en la historiografía española. El segundo nos lleva hasta la joyería histórica, una disciplina que en nuestro país sólo se ha investigado con rigor y cierta continuidad en las últimas décadas y sobre la que todavía queda mucho por decir. Teniendo en cuenta ambas cuestiones no resulta extraño que las hebillas sean en la actualidad unos objetos mal conocidos y, en consecuencia, poco estimados.

El objetivo de este estudio es dar la vuelta a un panorama en apariencia poco alentador, ofreciendo al mismo tiempo algunas claves para abordar el estudio de las hebillas de zapato. En nuestra opinión, lo primero que hay que tener en cuenta es que el escaso interés que han despertado entre nosotros contrasta de forma llamativa con la gran cantidad de ejemplares que se han conservado dentro y fuera de nuestras fronteras. Museos como Kenwood House en Londres, el Northampton Museum, el Museu Nacional do Traje de Lisboa o el Museu Tèxtil i d'Indumentària de Barcelona poseen, en especial los dos citados en primer lugar, emblemáticos conjuntos de hebillas. Por otro lado también son muchas las instituciones que cuentan con piezas de este tipo en número variable: museos especializados en joyería, como el Schmuckmuseum de Pforzheim, o en artes aplicadas, como el Musée des Arts Décoratifs de París; museos de carácter general, como el Museo Cerralbo y el Arqueológico Nacional, ambos en Madrid, o el Provincial de Valladolid; museos catedralicios y diocesanos varios, etc. En otro orden de cosas, también hay que mencionar su frecuente aparición en subastas nacionales, con precios de salida y remate todavía hoy bastante moderados. Todo ello sin olvidar las hebillas reunidas gracias al coleccionismo privado, actividad a la que tendremos ocasión de referirnos más adelante.

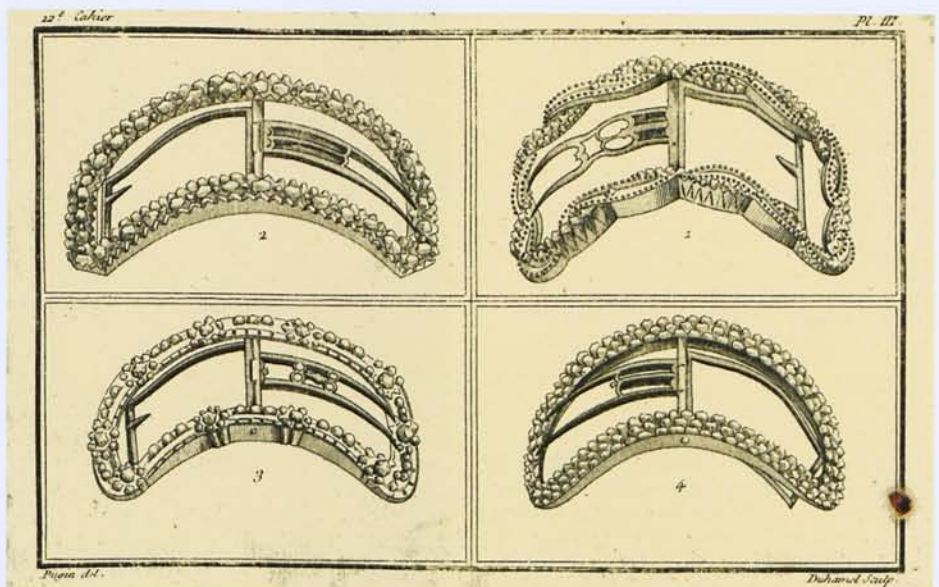
Del análisis de los conjuntos mencionados, a los que habría que añadir el custodiado en el Museo del Traje, se deriva un modelo de colección único, en el que, parece ser, caben pocas variaciones. La uniformidad del esquema refleja, en primer lugar, el tiempo de vigencia en Europa de la hebilla de zapato entendida como joya, período que se ciñe sobre todo al siglo XVIII, aun cuando los antecedentes conduzcan invariablemente a la centuria anterior y las pervivencias, a la posterior. En segundo lugar, la similitud observada refrenda la hegemonía alcanzada en el sector por ingleses y franceses, que no sólo exportaron

piezas, sino que además acabaron imponiendo sus modelos en países con menor capacidad de producción e innovación. Las hebillas, por tanto, no permanecieron ni mucho menos al margen de la moda, un fenómeno que a lo largo del setecientos supo dictar e implantar normas estéticas al gusto de grupos sociales cada vez más amplios. La relación entre hebilla y moda fue tan estrecha que la primera se convirtió en espejo de la segunda, además de erigirse en uno de los paradigmas del más exquisito gusto estético de la época. Un interesante testimonio de la solidez de dicho vínculo se encuentra en una estampa insertada en *Cabinet des Modes*—denominada después *Magasin des Modes nouvelles françaises et anglaises*—, revista francesa pionera en su género que se editó entre 1785 y 1789. Como es sabido, se trata de una publicación que se hacía eco de las novedades relacionadas tanto con la decoración doméstica como con el atuendo y el adorno de ambos sexos. La lámina en cuestión, obra del dibujante francés Auguste Charles Pugin y realizada a buril por A.B. Duhamel, apareció insertada en 1786. Se trata de un grabado extraordinario, no sólo por los pocos trabajos de Duhamel que se han conservado, sino también por la referencia formal y estética que ofrece. Los cuatro modelos que presenta son, como se verá, prácticamente iguales a los que forman la colección del Museo del Traje (figura 1).

Del mismo modo que las hebillas abundan en museos y colecciones, son muy numerosas las imágenes que docu-

Figura 1. Estampa publicada en *Cabinet des Modes* (1786). Colección de Antonio Correa Ruiz. Museo del Traje. CIPE (FD35724).

Figure 1. Print published in *Cabinet des Modes* (1786). Antonio Correa Ruiz Collection. Museo del Traje. CIPE (FD35724).



fops and modern misses all – and numerous Spanish types and archetypes adopted the buckle as their own.

Furthermore, as the buckle was a relatively common object in the eighteenth century, there are innumerable references to it in texts and documents of the time. These sources show that its use was subject to a wide variety of norms – in some cases dictated by law and in others sanctioned by custom – that regulated practically the whole of its useful life cycle. Among the vast number of references on the subject, inventories of assets and last will and testaments tend to be the kind of document containing the most information, as they included complete lists of people's belongings. At the Spanish court, for example, it was customary to give buckles, point lace and tunics to ladies-in-waiting in gratitude for their services. As Aranda Huete points out, (2006, pp. 32-33), the last will and testament of Ferdinand VI's wife, Bárbara de Bragança, who died in 1758, prompted claims related precisely to this issue:

“On awarding her possessions she did not, in effect, forget those who had

been in her service. To the lady-in-waiting María Ventura she bequeathed a small chain with a cross of diamonds and matching earrings. But the lady-in-waiting was not satisfied with this and claimed [...] that due to her position as lady-in-waiting she was also entitled to *Her Majesty's footwear, including all the rich and lesser buckles on the shoes*, that is to say: a pair of buckles set in brilliant-cut diamonds mounted in silver; another pair of buckles, also silver, set with diamonds; a pair of gold buckles, suitable for mourning; another pair of silver buckles suitable for country wear, and another pair of gold buckles set with rose-cut diamonds.

[...] 3rd November, Pedro de Castilla, having heard all the witnesses and examined all the points, declared that the buckles, point lace and tunics corresponding to the lady-in-waiting must be given up to her.”

As Moral Roncal observed, the fact is that almost all the inventories of dowries of between 1775 and 1836 – whether of nobles, civil servants or peasants – include at least one pair of silver buckles (1998, p. 152).

In short, buckles formed part of the trousseaux of various social groups and were therefore passed down from one generation to the next. But, perhaps over and above any other consideration, they became an indispensable accessory in the apparel of both sexes. In Spain, innumerable legal regulations to curb the purchase and import of luxury goods were drawn up to counter this fashion, although their scant success suggests that from the very start the authorities were fighting a losing battle. Good intentions – like those put in writing by Sempere y Guarinos in 1788 – all came to nothing; fashion became custom and custom became obsession. This explains why, in the final decades of the 18th century, so many popular songs and humorous works condemned the excessive use of novelties, particularly shoe buckles. Such was the case of a sonnet of the time quoted by Díaz Marcos (2006, p. 86), satirising a custom regarded as excessive with the words: “All buckle and no shoe [...]”. The paradox which introduces a detailed description of a dandy's clothing lies in the ever greater and apparently uncontrollable increase in the importance and size of the buckle to the detriment of



Figura 2. El Conde de Cabarrús, de Francisco de Goya (1788). Colección Banco de España. Madrid.
Figure 2. The Count of Cabarrús, by Francisco de Goya (1788). Banco de España Collection, Madrid.

mentan su trayectoria histórica y aportan de paso interesantes informaciones sobre su aspecto formal, sus formas de uso y su cronología. La pintura es, por razones obvias, el soporte que ofrece el repertorio más completo. Así, mientras que, por ejemplo, en las obras de Jean-Antoine Watteau (1684-1721) son mayoría abrumadora los zapatos cerrados con lazos enormes y moñas de vivos colores, los cuadros de William Hogart (1697-1764) ya se hacen eco del progresivo crecimiento cualitativo y cuantitativo experimentado por la hebilla en la sociedad inglesa. En el ámbito español, testimonios similares quedaron plasmados en multitud de lienzos firmados por los grandes maestros de la segunda mitad del siglo XVIII, desde los Bayeu a Maella, pasando por Paret y, cómo no, por Goya (figura 2). Otra fuente a considerar la constituyen las series de grabados que se editaron en nuestro país en el último tercio de la centuria. Las *Seguidillas boleras* de Téllez Villar, las *Escenas de majos*, la *Colección de Trajes de España* de Cano Olmedilla y un largo etcétera muestran la manera en que petimetres y petimetras, majos y majas, lechuguinos, madamas de nuevo cuño y una extensa nómina de tipos y arquetipos españoles hicieron suya la moda de la hebilla.

Por otro lado, al tratarse de un objeto de uso relativamente común en el setecientos, también en textos y documentos de archivo se multiplican las referencias al asunto. Estas fuentes manifiestan que la hebilla estaba sujeta a una gran diversidad de normas, legisladas en unos casos y sancionadas por la costumbre en otros, que regulaban la práctica totalidad de su ciclo de vida útil. Entre la multitudinaria concurrencia de citas al respecto, los inventarios de bienes y los testamentos suelen ser los que más noticias ofrecen, ya que en ellos se relacionaban las pertenencias totales del interesado, sin que cupiera excepción alguna. En la corte española, por ejemplo, existía la costumbre de entregar hebillas, puntas y briales a las azafatas en concepto de “goges y adealas”, es decir, en agradecimiento por los servicios prestados. Como anota Aranda Huete (2006, p. 32-33), el testamento de la esposa de Fernando VI, Bárbara de Braganza, fallecida en 1758, motivó algunas reclamaciones precisamente respecto a esta cuestión:

“En la adjudicación de sus bienes no olvidó, en efecto, a las personas que estaban a su servicio. A la azafata María Ventura le legó una cadenilla de brillantes con una cruz de brillantes y unos pendientes a juego. Pero la azafata no estaba satisfecha con ello y reclamó [...] que, por su cargo de azafata, también le correspondían *los calzados de S.M. entre los que se comprenden todas las ebillas ricas y menos ricas que sirban en los zapatos*, es decir: un par de hebillas engastadas en diamantes talla brillante montados en plata; otro par de hebillas, también de plata, engastadas con brillantes; otro par de hebillas de oro, que podían utilizarse para luto; otro par de hebillas de plata que podían ser utilizadas en el campo y otro par de hebillas de oro guarnecidas con diamantes talla rosa.

[...] el 3 de noviembre, Pedro de Castilla, una vez escuchados a todos los testigos y comprobadas todas las cuestiones, declaró que debían entregarse a la azafata las hebillas, puntas y briales que le correspondían”.

La realidad es que, como ha observado Moral Roncal, en casi todos los inventarios dotales fechados entre 1775 y 1836 –tanto de nobles como de funcionarios y campesinos– figura al menos un par de hebillas de plata (1998, p. 152).

En resumen, las hebillas formaban parte de los ajueres de diversos grupos sociales y, por tanto, se heredaban. Pero, quizás por encima de cualquier otra consideración, se convirtieron en un accesorio indispensable de la indumentaria de ambos sexos. Un sinnúmero de disposiciones legales, cuyo objetivo era frenar el consumo y la importación de productos de lujo, arremetió en España contra esa moda, aunque el escaso éxito obtenido invita a pensar que la batalla estaba perdida de antemano. Las buenas intenciones –como las que se plasmaron en el texto que Sempere y Guarinos firma en 1788– quedaron reducidas a la nada; la moda se convirtió en costumbre y la costumbre, en obsesión. De ahí que en las décadas finales del siglo XVIII coplas, tonadillas y otras obras jocosas reprobaran con mucha frecuencia el desmedido uso de las novedades, entre las que sobresalieron las hebillas de zapato. Es el caso de un soneto de la época citado por Díaz Marcos (2006, p. 86), donde se ironiza sobre una costumbre considerada excesiva mediante

the item of clothing itself, which, at least in theory, should take priority.

All in all, from the information that exists it can be deduced that in Spain and the rest of Europe the shoe buckle was both an object of everyday wear and a highly prized adornment that could be described as valuable in the broadest sense of the term. All the extensive bibliography generated by its study places the beginning of its meteoric history in the final decades of the 17th century, with the turning point in the symbolic year of 1789, and its death throes in the first half of the 19th century. Nevertheless, it seems that this chronology should be brought forward a little in the case of Spain, as is suggested, for example, by the fact that in 1732 the *Diccionario de Autoridades* did not include the word *bevilla* ("buckle") in connection with footwear – an omission testifying to the minimal importance and limited use of the term within the country at the time. By 1786 the situation had changed, however, for Terreros y Pando described the *bevilla* as "a piece used on shoes, belts, epaulettes, etc." The tardy beginning in Spain is nonetheless balanced out by its ending, as the decline of the buckle also came later – between 1850 and 1875 approximately – than elsewhere.

Buckles before the museum

In 1789, the French Revolution confirmed that shoe buckles belonged to the select club of contemporary jewellery – a place it had actually occupied with honours for more than a hundred years. As Henri Vever said in 1906, this fact subjected it to the same vicissitudes and transformations as those experienced by society in general and fashion and jewellery in particular (2001, p. 41):

"The guillotine fell on heads that had once been decorated with aigrettes and tiaras, not to mention crowns! All external signs of wealth, even modest silver shoe buckles, were an incriminating symbol of aristocracy and might condemn the wearer to death."

However, the complete disappearance of the buckle as a jewel and its demise as a strictly utilitarian object did not come suddenly. Reforms were gradual, taking place at a different rate depending on the geographical area. The first step

came when the buckle was relegated to the status of a mere decorative element, both in women's and men's shoes, despite the fact that it retained all its material and formal characteristics. The trend that has continued in women's shoes to the present day did not flourish in the same way with men's shoes as the lengthening of the breeches and their gradual development into trousers from the beginning of the 19th century left little scope, with some exceptions, for the introduction of decorative details in footwear. The end of the breeches garter buckle and cravat clasp came about more quickly, as it coincided with the garments in question falling into disuse.

The last phase in the life of the shoe buckle-cum-jewel is linked to the military, to men's dress uniforms, some service uniforms (also men's) and "popular" garments – in this case for women.¹ It goes without saying that, until now at least, no in-depth study of these associations has been made. Particularly interesting in the case of Spain, given the huge specific, actual and symbolic weight achieved by costume known as regional, popular or traditional throughout the 20th century, is the third type mentioned above. In this respect, we must bear in mind that the decades of the shoe buckle's greatest splendour came at the same time as Spanish intellectuals were discussing the advisability of instituting some kind of national costume. It is therefore not surprising, although references in this respect do not abound, that the large 18th-century buckle should finally, and to a certain extent quite naturally, be incorporated into Spanish national dress. The case was similar with other items of jewellery, for example girandole earrings, which were also fashionable in the late 18th century. And while men's clothing would finally come out in favour of ornamental sobriety incompatible with the use of jewellery, women's popular costumes adopted these and many more adornments with no trouble at all. Luis de Hoyos situates the development of this process and its various stages between 1770 and 1870: first the most appropriate models to make up the adornment – the buckles, for example – were chosen; then the re-established types were copied and repeated, on some occasions as working fasteners, on others as simple decoration; and, finally, when

¹ The petition presented by twenty thousand buckle manufacturers to the British monarchs in 1791 and 1792 requesting the protection of a sector that considered itself under serious threat due to changes in fashion after the French Revolution is well known. As a result of this, the buckle was declared obligatory in Britain for court wear and for certain, particularly naval, uniforms – a trend which subsequently spread to many other European countries. Although its development was never as great as it was in the last decades of the 18th century, the life of the buckle was lengthened somewhat by these orders.

la sentencia "Mucha hebilla y poquísimos zapatos [...]". La paradoja, con la que comienza la detallada descripción de la indumentaria de un petimetre, alude al aumento progresivo y a todas luces incontrolado de su importancia y tamaño en detrimento del soporte al que, al menos en teoría, debía subordinarse.

Del conjunto de informaciones apuntadas se colige, en definitiva, que la hebilla de zapato fue en nuestro país, al igual que en el resto de Europa, un objeto de uso habitual, además de un adorno enormemente apreciado, que podría calificarse de valioso en el más amplio sentido de la palabra. La totalidad de la extensa bibliografía que ha generado su estudio sitúa el inicio de su meteórica historia en las últimas décadas del siglo XVII, el punto de inflexión en el emblemático año 1789, y su agónico final a lo largo de la primera mitad del siglo XIX. Parece que esta cronología debe retrasarse un tanto en el caso de España. Así lo indica, por ejemplo, el hecho de que en 1732 el *Diccionario de Autoridades* no recogiera todavía la acepción "hevilla" en relación con el calzado, una omisión que serviría para testimoniar la por entonces escasa significación y extensión del término entre nosotros. Sin embargo, en 1786 la situación había cambiado, puesto que Terreros y Pando ya define "hebilla" como "pieza que sirve en los zapatos, pretinas, charreteras, etc." No obstante, la demora apuntada quedaría compensada un tanto por el otro lado, ya que asimismo su declive fue aquí más tardío que en otras áreas geográficas, situándose entre los años 1850 y 1875 aproximadamente.

Las hebillas antes del museo

En 1789 la Revolución Francesa refrendó la pertenencia de hebilla de zapato al selecto club de la joyería contemporánea, un lugar que venía ocupando con honores desde hacía más de cien años. Como afirmaba Henri Vever en 1906, esta condición la sometió a los mismos avatares y transformaciones experimentados por la sociedad en general y por la moda y las joyas en particular (2001, p. 41):

"The guillotine fell on heads that had once been decorated with aigrettes and tiaras, not to mention crowns! All externals signs of wealth, even modest silver

shoe buckles, were an incriminating symbol of aristocracy and might condemn the wearer to death".

[*"La guillotina cayó sobre las cabezas que habían llevado airones y diademas, y, por supuesto, coronas! Todos los signos externos de superioridad, incluso las modestas hebillas de plata, se convirtieron en un símbolo imputable a la aristocracia y podían utilizarse para condenar a muerte a su propietario".*]

Pero tanto la desaparición absoluta de la hebilla-joya como la pérdida definitiva de su sentido estrictamente utilitario no ocurrieron de forma repentina. Las reformas fueron graduales y se produjeron a ritmo diferente en cada lugar. El primer paso se dio con la conversión de la hebilla en mero elemento decorativo, tanto en el zapato femenino como en el masculino, conservando no obstante la práctica totalidad de sus características materiales y formales. La tendencia, que se ha mantenido hasta nuestros días en el caso de los zapatos femeninos, no prosperó del mismo modo en los masculinos, ya que la prolongación del calzón y su progresiva conversión en pantalón desde los inicios del siglo XIX dejaba, salvo excepciones, poco margen a la introducción de fantasías decorativas en el calzado. Por su parte, tanto el final de la hebilla que ceñía las ligas del calzón como de la que sujetaba el corbatín fueron algo más rápidos, ya que corrieron parejos a la prescripción de las prendas en cuestión.

La última etapa de la hebilla de zapato entendida como joya quedó vinculada al estamento militar, a los trajes masculinos de ceremonia, a ciertos uniformes de servicio también masculinos y a la indumentaria popular, en este caso femenina¹. No hace falta decir que, por ahora, tampoco se han revisado en profundidad estas asociaciones. En el caso de nuestro país reviste particular interés la tercera de ellas, debido al enorme peso específico, real y simbólico, que la indumentaria denominada regional, popular o tradicional alcanzó a lo largo del siglo pasado. En este sentido hay que recordar que las décadas de máximo esplendor de la hebilla de zapato coincidieron en el tiempo con el periodo en que los intelectuales españoles debatían acerca de la conveniencia de establecer un traje nacional. No es de extrañar, por tanto, aunque no abunden las referencias al respecto, que las grandes hebillas dieciochescas se acabaran incorporando

¹ Es bien conocida la súplica que veinte mil fabricantes de hebillas elevaron en 1791 y 1792 ante los monarcas ingleses, solicitando la protección de un sector que se veía seriamente amenazado por los cambios introducidos en la moda tras la Revolución Francesa. De resultados de este gesto, en Inglaterra se impuso la hebilla en el traje de corte y en algunos uniformes, especialmente en los de la Armada, tendencia que sería adoptada en muchos otros países europeos. Aunque su desarrollo nunca fue igual que el alcanzado en las décadas finales del siglo XVIII, la vigencia de la hebilla se vio alargada un tanto mediante estas disposiciones.

their validity had been reinforced by use for a more or less lengthy period of time, they were ascribed the honourable status of “popular attire.” We shall return to this question later, as the relationship between shoe buckles and popular dress was actually somewhat more complex and never fully assimilated.

But, with the exception of its survival in the field of domestic and, with certain reservations, popular dress, the fact is that buckles were forgotten as soon as they ceased to be accessories in everyday use. From then on they became no more than items of exchange which, if exceptionally valuable, were capable of yielding a financial profit when melted down or sold. However, it should be borne in mind that in the vast majority of cases people held on to their buckles, at least until the end of the 19th century, when they were rescued by the antiques market, which then introduced them to a sector keen to compile as many testimonies and memories of the past as possible – collecting.

On buckle collecting

Over the last few decades, rivers of ink have flowed on the topic of collecting and its central figure, the collector. Collecting is an activity directly related, on the one hand, to the interest in the path taken by objects before they reach that cathedral of Western culture known as the museum. On the other hand, it reflects a determination to discover such objects and assign them unique features – this being the actual reason why they become unique and consequently valuable. There is no doubt that in Spain in the area of painting and sculpture collecting – items of proven academic, financial and social prestige – this aim has been successfully achieved. However, in the case of silverware, prints or drawings, to mention some other fields, the journey has only just begun, although a bright future does appear to lie ahead. At the bottom of this scale are lesser-known objects of no social distinction whose relation to collecting, despite the fact that they exist, has so far aroused little interest. As we shall see, buckles are a perfect example of this.

Buckle collecting in Spain is documented between the late-19th and mid-20th centuries. Under no circumstances

should it be thought of as a marginal or casual activity, as it came into being thanks to the passionate, constant activity of a large number of people from very different fields. First and foremost was Enrique Aguilera y Gamboa, Marquis of Cerralbo (1845-1922), who in Navascués's opinion created his extremely diverse collection as a symbol of social status and a vehicle for historical and artistic research (1996, p. 37). It includes not only the large and well-known groups of archaeological materials, drawings, prints, enamels, fans, timepieces, ivories, weapons and lacework but also a fascinating and hitherto unstudied series of shoe buckles that have never been researched. Furthermore, it seems that they have never been publicly exhibited in the Museo Cerralbo as we know it. Hence, in my opinion, the great importance of the buckles' recognition as a fully-fledged part of the collection, which has prompted their inclusion in Lourdes Vaquero's museological plan.

There is somewhat more information on the activity of Catalonia's Manuel Rocamora i Vidal (1892-1976). A painter, sculptor and avid collector, Rocamora assembled an exceptional collection of historical clothing, guided at all times by a single maxim: “There is no such thing as an insignificant detail; almost always it is the accessory, much more than a lifeless document, that illuminates a direct perception of a moment through a figurative representation,” (1944: 5). According to this principle, any object of the past is, first and foremost, an awe-inspiring historical document. It is here where his excellent collection of 17th- and 18th-century buckles, complemented by an exceptional collection of period shoes, becomes particularly important. In 1969, both were donated to the Museu Tèxtil i d'Indumentaria in Barcelona, where they have been a regular feature of the permanent exhibition ever since. However, although lists of the items have been published on various occasions, they have never been the subject of a detailed study.²

The third member of the magnificent group of buckle collectors that merits special mention is Eusebio Güell López, Viscount of Güell (1877-1955), a member of the Organising Board of *The Regional and Historical Costume* exhibition mentioned above and of the Comité

² For example, in the catalogue published by Manuel Rocamora in 1933, buckles are described in broad terms only and their chronology is very imprecise. Neither entry is accompanied by photographs illustrating the text.

con cierta naturalidad al atuendo patrio. Algo parecido sucedió en el caso de otras joyas, como por ejemplo los pendientes de tipo girandola, que también estaban de moda a finales del siglo XVIII. Y mientras que el vestuario del hombre acabaría decantándose por una sobriedad ornamental, incompatible con el uso de joyas, la indumentaria femenina popular asumió sin conflictos esos y otros muchos adornos. Luis de Hoyos situó entre 1770 y 1870 el desarrollo de este proceso, en el cual se pueden distinguir varias etapas: primero se eligieron los modelos más adecuados para configurar el ornato –las hebillas, por ejemplo–; después se copiaron y se repitieron los tipos preestablecidos –a veces como elemento de cierre operativo, a veces como simple adorno–; y, finalmente, cuando por costumbre se mantuvo su vigencia durante un tiempo más o menos dilatado, recibieron el honorable calificativo de populares. En esta cuestión se insistirá más adelante, ya que la relación de las hebillas de zapato con la indumentaria popular resultó algo más compleja y no acabó de adquirir plena carta de naturaleza.

Pero, exceptuando su pervivencia en el ámbito de la indumentaria de servicio y, con reservas, en el traje popular, lo cierto es que las hebillas se olvidaron cuando dejaron de ser un accesorio de uso cotidiano. A partir de entonces se transformaron en meros valores de cambio, en objetos susceptibles de generar un cierto rendimiento económico mediante su fundición o su venta, siempre que se tratara de piezas excepcionalmente valiosas. Hay que pensar, no obstante, que en la gran mayoría de casos se guardaron, al menos hasta finales del siglo XIX. Entonces fueron rescatadas por el mercado de antigüedades, que las dio a conocer a un sector ávido de reunir cuantos más testimonios y recuerdos del pasado mejor: el coleccionismo.

Sobre el coleccionismo de hebillas

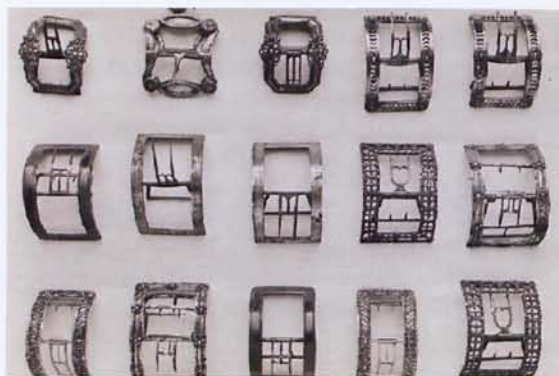
En las últimas décadas se han escrito ríos de tinta acerca de la acción de coleccionar y de sus actores principales, los coleccionistas. Este ejercicio está, por una parte, directamente relacionado con el interés que viene suscitando el camino recorrido por los objetos antes de llegar

al museo, el gran templo de la cultura occidental. Por otra, refleja el empeño por descubrir y acotar en tales objetos unos rasgos singulares, verdaderos responsables, en principio, de su conversión en piezas singulares y, por ende, con valor patrimonial. No cabe duda de que en España el objetivo se ha alcanzado con éxito en lo relativo al coleccionismo de pintura y escultura, materias de probado prestigio académico, económico y social. En el caso de la platería, del grabado o del dibujo, por mencionar algunas otras disciplinas, el camino apenas se ha iniciado, aunque al menos parece existir el clima adecuado para llegar a buen puerto. En el último lugar de la escala figuran objetos menos conocidos, desprovistos de lustre social, cuya relación con el coleccionismo, pese a existir, no ha suscitado hasta el momento interés alguno. Como se verá, las hebillas constituyen un ejemplo perfecto de esta circunstancia.

El coleccionismo de hebillas en España está documentado entre finales del siglo XIX y mediados del XX. En ningún caso debe conceptuarse como una actividad marginal o casual, ya que se hizo realidad gracias a la actividad apasionada y continuada de numerosas personalidades procedentes de ámbitos muy diversos. Entre ellas hay que mencionar en primer lugar a Enrique Aguilera y Gamboa, Marqués de Cerralbo (1845-1922), cuya variadísima colección fue creada, en opinión de Navascués, como símbolo de estatus social e instrumento de investigación histórica y artística (1996, p. 37). En ella figuran no sólo los conocidos y nutridos conjuntos de materiales arqueológicos, dibujos, grabados, esmaltes, abanicos, relojes, marfiles, armas o encajes, sino también una fascinante y, por ahora, inédita serie de hebillas de zapato sobre la que nada se ha investigado. Todo indica, además, que nunca se han mostrado al público en el Museo Cerralbo que hoy conocemos. De ahí la trascendencia que tiene, a mi juicio, su reconocimiento como integrantes de pleno derecho de la colección, asunto que ha propiciado su inclusión en el plan museológico proyectado por Lourdes Vaquero.

Algo más de información existe acerca de la actividad desplegada por el catalán Manuel Rocamora i Vidal (1892-1976). Pintor, escultor y coleccionista entusiasta, Rocamora reunió un excepcional conjunto de indumentaria histórica, guiándose en todo momento por una única máxima: “no existe detalle insignificante; casi siempre

Figura 3. Conjunto de hebillas donadas por Eusebio Güell en 1925. Museo del Traje. CIPE.
 Figure 3. Collection of buckles donated by Eusebio Güell in 1925. Museo del Traje. CIPE.



Provincial de Catalunya. By 1925, he had already become a well-known collector of apparel and accessories, activities which coincided in a number of ways with Rocamora's. It was around this time when Güell donated his collections to the state, which in turn assigned them to the successive costume-based museum projects it attempted to launch between the 1920s and the outbreak of the Civil War. Similar in number and quality to those in the collections mentioned above, the buckles in the Güell collection are currently held at the Museo del Traje, Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico (figure 3). In the 1990s, we made a detailed study of the collection, thanks to which it was possible to include some in the permanent exhibition and others in temporary exhibitions in 2004.

Indeed, it can be said that the figure of the collector always hovers behind the most important buckle collections belonging to Spanish public institutions. And very closely linked to that figure is the donation, one of the classic ways in which museums increase their holdings. Yet despite the tried and tested benefits of this system – and completely contrary to what has been happening abroad for decades – the crucial role of the collector has always been underrated in Spain. And that is what makes the observations of Folch i Torres – one of the first intellectuals to praise the extraordinary services rendered by collectors to culture – on Rocamora so interesting (Rocamora 1933: 8).

"A allò que el colleccionisme pogués tenir, en aparença, als ulls del poble, de mania elegant, d' inútil snobisme, de luxe ofensiu, contrastant amb les necessitats materials de l'hora trista que ara passa el món, cal oposar-bi les realitats

ineludibles que ve a servir, i això no pas amb un tò escarrasament justificatiu, sinó amb la veu alta amb què cal defensar: en mig dels alts i baixos de la vida material movedissa, els interessos eterns de la cultura i de l'esperit.

[...] I heus ací com, per aquest costat, es comprova l'eficàcia real de l'obra del colleccionista, colaborador de l'Estat en la tasca de conservar el patrimoni artístic del pasta; complement necessari a tota nació civilment organitzada, car l'interès que les coses del pasta comporten és infinit, i, limitat l'home en els seus punts de vista i en els seus esforços, calen molts d'homes, ço és, molts punts de vista i molts d'esforços, per a recollir les coses i apreciar tots el matisos d'interès que contenen.

[...] Com en totes les obres fecundes, bi ha en el colleccionisme la part del goig. Aquesta collaboració que el colleccionista aporta a la tasca de conservació del passat, no pressuposa pas una actitud dramàtica d'escarràs, sinó una joiosa disposició deportiva. Car, en realitat, el colleccionisme és un deport espiritual en el qual s'afinen les facultats d'apreciació de la bellesa i es desenvolupen considerablement les condicions absorbents del coneixement històric."

[In contrast with what collecting might, in the eyes of the common people, suggest of elegant obsession, pointless snobbery, offensive luxury, clashing with the material needs of the dismal times in which we live, we should cite the inescapable reality which it actually addresses. I do not say this out of a need to justify collecting but with the pride with which it is necessary to defend, in the face of the vicissitudes of unstable material life, the eternal interests of culture and the spirit.

[...] so we can see, on the one hand, proof of the true efficacy of the work of the collector – that assistant of the state in the task of preserving the artistic heritage of the past, that collaborator essential to any orderly state of things – because the interest inherent in the things of the past is infinite, and as man is limited in his points of view and his efforts, many men – i.e. many points of view and much effort – are needed to bring things together and to appreciate each and every degree of interest they contain.

[...] as with every fruitful activity, collecting involves a degree of enjoyment. The aid given by the collector in the task

el accesorio, mucho más que un documento inerte, nos ilumina la percepción directa de un momento a través de una representación figurada” (1944: 5). Según este principio cualquier objeto del pasado es, ante todo, un formidable documento histórico. Es aquí donde encaja su excelente colección de hebillas de los siglos XVII y XVIII, complementada además con un excepcional conjunto de zapatos de la época. En 1969 el lote fue donado al Museu Tèxtil i d'Indumentaria de Barcelona, en cuya exposición permanente han venido figurando con regularidad desde entonces. No obstante, aunque en diversas ocasiones se han publicado relaciones nominales de las mismas, nunca han sido objeto de un estudio detallado².

El tercer miembro del magnífico grupo de coleccionistas de hebillas que interesa destacar aquí es Eusebio Güell López, Vizconde de Güell (1877-1955), vocal miembro de la Junta Organizadora de la citada exposición “El Traje Regional e Histórico”, y miembro del Comité provincial de Cataluña. En 1925 estaba considerado un reputado coleccionista de indumentaria y accesorios afines, de manera que su actividad presenta numerosas coincidencias con la figura de Rocamora. Por entonces Güell donó sus colecciones al Estado, el cual las fue asignando a los sucesivos proyectos museísticos basados en la indumentaria que se intentaron poner en marcha desde la década de 1920 hasta la Guerra Civil. Las hebillas de la colección Güell son similares en cantidad y calidad a los conjuntos mencionados antes y en la actualidad se conservan en el Museo del Traje, Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico (figura 3). En los años 90 realizamos el estudio detallado del conjunto, merced al cual, en 2004, algunas de ellas pudieron incorporarse al discurso de la exposición permanente, mientras que otras tantas han venido participando desde entonces en diversas muestras de carácter temporal.

Según lo dicho hasta ahora, detrás de los principales conjuntos de hebillas que hoy pertenecen al patrimonio de instituciones públicas españolas siempre aparece la sombra del coleccionista. Y muy relacionada con esta figura se encuentra la donación, uno de los procedimientos clásicos de incremento de fondos museísticos. Pese a las probadas bondades de la fórmula, el papel fundamental que juega el coleccionista ha sido tradicionalmente poco valorado en España, jus-

to al contrario de lo que ocurre desde hace décadas fuera de nuestras fronteras. De ahí el interés que revisten las reflexiones –realizadas precisamente a propósito de la figura de Rocamora– de Folch i Torres, uno de los primeros intelectuales en reivindicar el extraordinario servicio que el coleccionismo presta a la cultura (Rocamora 1933: 8):

“A allò que el colleccionisme pogués tenir, en aparença, als ulls del poble, de mania elegant, d'inútil snobisme, de luxe ofensiu, contrastant amb les necessitats materials de l'hora trista que ara passa el món, cal oposar-hi les realitats ineludibles que ve a servir, i això no pas amb un to escarrassadament justificatiu, sinó amb la veu alta amb què cal defensar, en mig dels alts i baixos de la vida material movedissa, els interessos eterns de la cultura i de l'esperit.

[...] I heus ací com, per aquest costat, es comprova l'eficàcia real de l'obra del colleccionista, col·laborador de l'Estat en la tasca de conservar el patrimoni artístic del pasta; complement necessari a tota nació civíllment organitzada, car l'interès que les coses del pasta comporten és infinit, i, limitat l'home en els seus punts de vista i en els seus esforços, calen molts d'homes, ço és, molts punts de vista i molts d'esforços, per a recollir les coses i apreciar tots el matisos d'interès que contenen.

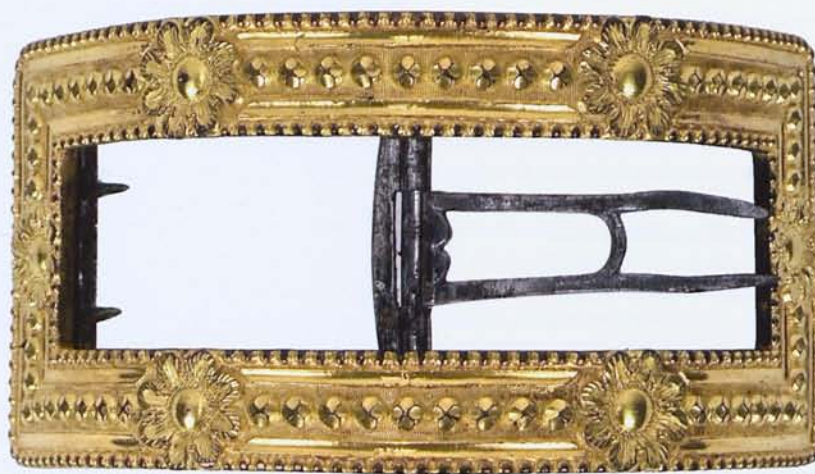
[...] Com en totes les obres fecundes, hi ha en el colleccionisme la part del goig. Aquesta col·laboració que el colleccionista aporta a la tasca de conservació del passat, no pressuposa pas una actitud dramàtica d'escarràs, sinó una joiosa disposició deportiva. Car, en realitat, el colleccionisme és un deport espiritual en el qual s'afinen les facultats d'apreciació de la bellesa i es desenvolupen considerablement les condicions absorbents del coneixement històric”.

[“A lo que el coleccionismo pueda tener, en apariencia, a los ojos del pueblo, de manía elegante, de inútil esnobismo, de lujo ofensivo, chocando con las necesidades materiales de la hora triste que vive el mundo, cabe oponer las realidades inexcusables a las que atiende, y eso no con ansia justificativa, sino con el orgullo con el que hay que defender, en medio de los altibajos de la inestable vida material, los eternos intereses de la cultura y del espíritu.

[...] hasta aquí vemos como, por este lado, se demuestra la eficacia real de la labor del coleccionista, auxiliar del Estado

² Por ejemplo, en el catálogo que Manuel Rocamora publicó en 1933, las hebillas están descritas a grandes rasgos y su cronología es muy poco precisa. Las entradas tampoco están acompañadas con fotografías, que servirían para ilustrar el comentario textual.

Figura 4. Hebilla de bronce dorado. Francia, ca. 1780. Colección de Antonio Correa Ruiz. Museo del Traje. CIPE (MT104466).
Figure 4. Golden bronze buckle. France, c. 1780. Antonio Correa Ruiz Collection. Museo del Traje. CIPE (MT104466).



of conserving the past does not necessarily entail an attitude of dramatic zeal but rather a merry, sporting disposition. Because collecting is, in fact, a spiritual sport in which faculties for the perception of beauty are honed and interest in historical knowledge notably developed.”]

As we have said, the original collection of buckles in today’s Museo del Traje reached us through Viscount Güell’s donation. In the course of the almost eighty years that have passed since then, other buckles have only trickled in, most of them acquired from antique dealers and occasionally from individuals. In this manner an important collection was formed – albeit with certain major gaps and, worst of all, with virtually no chance of it increasing either in quantity or quality. However, things changed completely in 2007, when Antonio Correa Ruiz donated his collection of over fifty buckles to the state. This timely gift not only doubled the number of buckles in the Museum’s collection, but thanks to the great diversity of provenances, materials and techniques inherent in it, also enriched it.

It is common knowledge that Antonio Correa (1923) is one of the most important figures in contemporary Spanish collecting. His personality – perhaps less well known than some of his collections – can only be described as unique, as it is marked by equal measures of passion and tranquillity, wisdom and humility, restlessness and patience. Some of his many virtues have recently been outlined by José Manuel Matilla (2007, p. 5): “If we had to describe him in just a few words, we would say that he is above all

a generous person who has placed his collections at the disposal of all those scholars who have asked him to do so. And we say collections in the plural because Antonio Correa is what today we would call a compulsive collector, since he has gathered together a vast array of objects (the common denominator of the majority being a lack of appreciation for them on the part of those who originally acquired them) which in time have borne out his foresight as regards the conservation of cultural heritage.”

For over half a century, driven solely by his unstinting enthusiasm for collecting, Correa dedicated rigorous study to extremely varied collections: prints, copperplates, wood blocks, illustrated books, medals, photographs and a long etcetera including – as in the case of the collectors mentioned above – garments, accessories, textiles and, of course, buckles. His story as a collector of these extraordinary gems began in Madrid’s El Rastro flea market, where such pieces abounded in the 60s and, more interestingly, at ridiculously low prices. After seeing the collection at the Northampton Museum, he realised that nothing similar existed in Spain and decided to assemble a collection of buckles in the likeness and image of the one in England, taking advantage of the favourable conditions of the Spanish market. Thus, although he made some purchases in London and Lisbon, he acquired most of his items in Madrid. His original idea proved to be very successful, as he managed to bring together pieces that are extraordinary in every sense of the word (figure 4).

en la tarea de conservar el patrimonio artístico del pasado; colaborador necesario de todo estado ordenado, pues el interés inherente a las cosas del pasado es infinito, y, siendo el hombre limitado en sus puntos de vista y en sus esfuerzos, caben muchos hombres, es decir, muchos puntos de vista y muchos esfuerzos, para recoger las cosas y para apreciar todos los grados de interés que encierran.

[...] como en todas las obras fecundas, también en el coleccionismo existe una parte de goce. Este apoyo que el coleccionista presta a la tarea de conservación del pasado no lleva aparejada una actitud de dramático afán, sino una alegre disposición deportiva. Porque, en realidad, el coleccionismo es un deporte espiritual en que se afinan las facultades de percepción de la belleza y se desarrollan notablemente los intereses relativos al conocimiento histórico”.]

Como se ha señalado, el núcleo primitivo de la colección de hebillas del actual Museo del Traje procede de la donación realizada por el Vizconde de Güell. A lo largo de los casi ochenta años transcurridos desde entonces, las hebillas fueron llegando a la institución con cuentagotas, habiendo sido adquiridas casi siempre en anticuarios y, en ocasiones, a particulares. Se formó así un conjunto significativo, aunque con lagunas importantes y, lo que era peor, con casi nulas posibilidades de crecer en calidad y cantidad. Esta situación dio un giro absoluto en 2007, cuando Antonio Correa Ruiz donó al Estado su colección de hebillas, formada por más de medio centenar de piezas. Tan oportuna circunstancia no sólo duplicaba la cuantía de la serie del Museo, sino que también la enriquecía gracias a la gran diversidad de lugares de procedencia, materiales y técnicas representados en ella.

No es ninguna novedad decir que Antonio Correa (1923) es una de las figuras capitales del coleccionismo contemporáneo en España. Su personalidad –quizás menos conocida que alguna de sus colecciones– sólo puede calificarse de singular, ya que en ella concurren equilibradas dosis de pasión y sosiego, de sabiduría y humildad, de inquietud y paciencia. Algunas de sus muchas virtudes han sido esbozadas recientemente por José Manuel Matilla (2007, p. 5):

“Si tuviésemos que definirlo en pocas palabras diríamos que es sobre todo una persona generosa que ha puesto sus colecciones a disposición de todo aquel

estudioso que se lo ha solicitado. Y decimos colecciones porque Antonio Correa es lo que hoy diríamos un coleccionista compulsivo, puesto que ha reunido una gran variedad de objetos, casi todos ellos bajo un denominador común, la falta de aprecio que se les daba en el momento en que los adquirió, y que con el tiempo han venido a demostrar su visión de futuro en lo referente a la conservación del patrimonio cultural”.

Impulsado tan sólo por un afán de acopio infatigable, Correa ha desarrollado a lo largo de medio siglo una rigurosa actividad intelectual en torno a colecciones muy diversas: estampas, láminas de cobre, tacos de madera, libros ilustrados, medallas, fotografías y un largo etcétera que incluye –como en el caso de los coleccionistas mencionados con anterioridad– indumentaria, accesorios, textiles diversos y, cómo no, hebillas. Su historia como coleccionista de estas extraordinarias joyas comienza en el Rastro madrileño, donde tales piezas abundaban en los años 60 y, lo que era más interesante, donde sus precios eran por entonces realmente irrisorios. Tras conocer la colección del Northampton Museum fue consciente de que en España no existía nada similar y se propuso reunir un conjunto de hebillas a imagen y semejanza del inglés, aprovechando para ello las favorables condiciones del mercado español. Por ello, aunque en ocasiones compró en Londres y Lisboa, la mayoría de los ejemplares fueron adquiridos en Madrid. Su propósito inicial alcanzó notables cotas de éxito, ya que consiguió compilar piezas extraordinarias en todos los sentidos (figura 4).

Las hebillas en el Museo del Traje

Al igual que sucede en el caso de otros objetos, cuando la hebilla recala en el museo añade un valor más a la larga lista de cualidades, formales y simbólicas, que la caracterizaron en su época de plena vigencia. Se convierte entonces, al menos en teoría, en una pieza susceptible de análisis, de estudio, de catalogación y de exposición pública. Ya he señalado más arriba algunos motivos por los que, en nuestra opinión, este proceso nunca se ha llegado a desarrollar en nuestro entorno inmediato. No obstante, la lista de obstáculos no acaba ahí. La conversión del Museo del Traje Regional e Histórico en Museo del

The buckles at the Museo del Traje

As in the case of other objects, when a buckle is included in a museum's holdings, further value is added to the long list of formal and symbolic qualities which characterised it during its time in use. At least in theory, it becomes apt for analysis, study, cataloguing and public exhibition. I have already mentioned some reasons why, in our opinion, this process never developed in Spain. Furthermore, the list of obstacles does not end there. When the Museo del Traje Regional e Histórico became the Museo del Pueblo Español, absolute priority was given to the objects connected directly with what was then understood as Spanish popular culture. Items like buckles – which played no part in, or were only incidental to, that partially simulated and always subjective plot in the history of Spanish dress – were set aside.

Indeed, by the 1920s and 30s, shoe buckles had become veritable relics of the past and their survival could only be documented in very specific items of women's footwear. The reasons leading up to this situation are easy to understand. The 18th-century buckle served a very specific purpose: it allowed the tongue of the shoe to be fastened to the instep. As the shoe evolved, the space hitherto reserved for the buckle grew smaller and smaller until it disappeared altogether and the addition of a fastener became pointless. Though it is true that between the mid-19th and early-20th centuries "old-style" shoes to which "old-style" buckles could be added in a more or less orthodox way for special occasions, particularly weddings, were still made to order, these were exceptions rather than the rule (figure 5). Furthermore, it must be taken into account that, while inherited garments could be altered to fit the physical characteristics of their new owners, adapting footwear in a similar way was much more complicated. Therefore, in most cases the wearing of modern shoes with so-called "popular" women's dress – except in some parts of the two Castiles and always due to special circumstances – finally became accepted. Hence the photographs dating from between the end of the 19th century and 1936 featuring a veritable repertoire of fashionable footwear (heel-less, with spool heels,

bows, etc.) in perfect harmony with the regional dress. Another liberty taken – often with better intentions than results – was that of adding old buckles to completely contemporary shoes. It was thus virtually impossible for the shoe buckle to be considered within the same context as popular dress.

At the same time, the collections of jewellery at the then Museo del Pueblo Español were also forced into the all-encompassing "popular" category. Nevertheless, many items of jewellery (including earrings, necklaces, brooches, watch chains, etc.) did not really fit the categories proposed for them and were systematically relegated to a secondary status for decades. Nor were shoe buckles, now confined to the very limits of the so-called "popular" attire and its footwear, able to meet the conditions required of the items of jewellery adorning the dress and so were doubly excluded.

Finally, the creation of the Museo Nacional de Antropología in the early 1990s led to the adoption of an objective, comprehensive work methodology, thanks to which partial or reductive labels – like the hackneyed term "popular" – gradually lost their emphasis and legitimacy. As we pointed out at the time, this enabled us to address general issues such as materials, techniques and dates as priorities in our research (1996, p. 137). From then on, buckles occupied their proper place within collections of jewellery and became one of the groups of items to benefit most from the new model of analysis.

General characteristics of the Museo del Traje's buckle collection

The buckle is a relatively simple type of fastener. Its visible face, resting on the tongue of the shoe, takes the form of a frame (round, oval, quadrangular, rectangular, etc.), can be made of various metals and alloys and is the area that bears the decoration. On the other side is a moving piece or chape consisting of a clasp (rectangular, kidney-shaped or shaped like a capital "D") which holds the tongue, and a variable number of teeth or spikes to hold the clasp at a desired point. This part is almost always made of steel or iron, although with higher-quality buckles it can be of silver or even gold.

Pueblo Español concedió primacía absoluta a los objetos relacionados directamente con lo que se entendía entonces por cultura popular española y dejó de lado piezas como las hebillas, que no participaban o lo hacían de forma tangencial, de esa parcela en parte simulada y siempre subjetiva de la historia indumentaria nacional.

En efecto, en la décadas de 1920 y 1930 las hebillas de zapato eran ya una auténtica reliquia del pasado y su pervivencia sólo podía documentarse en casos muy concretos del calzado femenino. Los motivos que habían conducido a esta situación son sencillos de entender. La hebilla dieciochesca cumplía una función muy determinada: aseguraba el ajuste de la lengüeta del zapato al empeine. Cuando el zapato evolucionaba, el lugar antes reservado a la hebilla se va reduciendo hasta su total supresión, de manera que carecía de sentido incorporar la pieza de cierre. Es cierto que desde mediados del siglo XIX hasta comienzos del siglo XX se estuvieron encargando zapatos de hechura “antigua”, en los que de manera más o menos ortodoxa podían colocarse hebillas también “antiguas”, para ocasiones especiales, bodas sobre todo; pero tales excepciones no pueden generalizarse (figura 5). Hay que tener en cuenta, además, que, mientras que las prendas de indumentaria heredadas podían adaptarse a las características físicas de las nuevas propietarias, amoldar el calzado era mucho más complejo. Por todo ello, en la mayoría de los casos el denominado traje popular femenino acabó admitiendo –salvo en ciertas áreas de las dos Castillas, y siempre en circunstancias particulares– zapatos modernos. De ahí que las fotografías fechadas entre finales del siglo XIX y 1936 muestren un auténtico repertorio de calzado a la moda (con tacón de carrete, con lazos, sin tacón, etc.) conviviendo en perfecta armonía con el atuendo regional. Otra licencia que se utilizó en numerosas ocasiones consistía en superponer, con mejor intención que fortuna, hebillas antiguas sobre un zapato estrictamente contemporáneo. Por todo ello fue prácticamente imposible mantener las hebillas de zapato en el mismo discurso del traje popular.

Paralelamente, también las colecciones de joyería reunidas en el entonces Museo del Pueblo Español se vieron empujadas a posicionarse en la órbita arrolladora de lo popular. No obstante, fueron muchas las joyas (entre ellas pendientes, collares, broches, cadenas de reloj, etc.) que quedaron

al margen del calificativo propuesto y que, por tanto, durante décadas fueron sistemáticamente relegadas a un segundo plano. Las hebillas de zapato, instaladas ya en los límites mismos del traje considerado popular y de su calzado, tampoco reunían las cualidades exigidas a las joyas que adornaban ese atuendo, de forma que acabaron siendo excluidas por partida doble.

Por fin, la creación del Museo Nacional de Antropología en los primeros años 90 propició la adopción de una metodología de trabajo objetiva y aglutinante, merced a la cual calificativos parciales y reductores –como el tan manido “popular”– fueron perdiendo gradualmente énfasis y legitimidad. Como apuntábamos entonces, de esta manera se abría el camino para que cuestiones de carácter general como materia, técnica y cronología se convirtieran para nosotros en prioridades a la hora de investigar (1996, p. 137). A partir de ahí las hebillas ocuparon el sitio que les correspondía en las colecciones de joyería, y se convirtieron en uno de los grupos de piezas que más se beneficiaron del nuevo modelo de análisis.

Características generales de la colección de hebillas del Museo del Traje

La hebilla es un elemento de cierre relativamente simple. Su cara visible, es decir, la que queda por encima de la lengüeta del zapato, adopta forma de marco (redondo, oval, cuadrangular, rectangular, etc.) y puede ser de diversos metales y aleaciones; es la zona que recibe la decoración. En el reverso se dispone un engranaje móvil, que se compone de una abrazadera (rectangular, arriñonada o en forma de letra “de” mayúscula) para recoger la lengüeta y de un número variable de púas o espigas para fijar aquélla en el punto deseado. Casi siempre este armazón es de acero o de hierro, aunque en las piezas de mayor calidad puede ser de plata e incluso de oro.

Quizás uno de los aspectos más interesantes de las hebillas sea el relativo a las materias utilizadas en su fabricación. La lista es extensa y coincide absolutamente con la que podría elaborarse a partir del examen de otras joyas de la época. Dejando a un lado el oro y las piedras preciosas, no representados en la colección del Museo del Traje, hay que iniciar la nómina mencionando el acero, que Gran



Figura 5. Zapatos femeninos de Lagartera (Toledo) con hebilla de plata, ca. 1850. Colección de Antonio Correa Ruiz. Museo del Traje. CIPE (MT8318).

Figure 5. Women's shoes from Lagartera (Toledo) with silver buckle, c. 1850. Antonio Correa Ruiz Collection. Museo del Traje. CIPE (MT8318).



Figura 6. Par de hebillas de acero. Inglaterra, ca. 1770. Colección de Antonio Correa Ruiz. Museo del Traje. CIPE (MT104331).

Figure 6. Pair of steel buckles. England, c. 1770. Antonio Correa Ruiz Collection. Museo del Traje. CIPE (MT104331).

Perhaps one of the most interesting aspects of buckles is the materials used in their making. The list is long and coincides completely with any list which could be drawn up on examining other items of jewellery from the time. Apart from gold and precious stones, which are not represented in the Museo del Traje's collection, the list begins with steel, popularised by the English in the 1760s. English steel buckles are characterised by their high shine and faceted studs which form countless floral or geometric decorative motifs (figure 6). They were exported all over Europe and are a perfect example of the "anglomania" dominating everything to do with fashion in the last decades of the 18th century.

The combination of silver and strass was also highly appreciated, as it made it possible to produce buckles with an exceptionally high sheen, thanks to facets cut in glass, at relatively moderate prices. Referred to in Spanish documents as *piedra de Francia* ("stone of France") strass or rhinestone was invented by Georges Frédéric Strass in

1734. Its excellent properties made it the perfect substitute for diamonds, and it was used in all kinds of imitation jewellery. In this respect we might recall that a corporation of *bijoutiers-faussetiers* ("false jewellers") specialising in imitation jewellery was established in Paris in 1767. Thus, and despite the fact that the English also excelled in the use of this decorative technique, it is not surprising that most of the buckles of this type in the Museo del Traje have French-made spikes (figure 7).

Thirdly, we must mention silver buckles, which are generally more sober in appearance than those of the previous group, despite the fact that the frame may display all kinds of decoration. They are the most numerous in all the collections we have mentioned above. As they were made by silversmiths, they were subject to guild regulations, which explains why they often bear the compulsory hallmarks and marks denoting the place of assay and the maker on the back of the frame, on the bridge or, in the case of silver, on the front of the frame. The details on the spikes are extremely valuable as they make it possible to establish date, place of origin and maker.

Although predominantly Spanish, the collection in question includes silver buckles from a number of European countries. As far as we know, in Spain it was only silversmiths who made pieces of this kind. It therefore appears that production was not as well organised in Spain as it was, for instance, in England, where some manufacturers made frames while others specialised in chapes. Furthermore, it is not known whether buckle factories existed in Spain, although according to Moral Roncal, this seems unlikely (op. cit., p. 393):

"Among the projects for arts and crafts factory-schools submitted between 1775 and 1818 is one for a buckle factory signed by Manuel Rodríguez and dated 1785. Although the Arts and Crafts Guild recommended that the project be submitted to the Council of Castile, which would ultimately decide on its feasibility, it was never actually implemented."

Among the silver buckles in the Museo del Traje's collection are items from Spain's most important silversmithing centres: Salamanca, Santiago

Bretaña puso en escena en la década de 1760. Las hebillas británicas de acero se caracterizan por su acusado brillo y por presentar unos clavos de cabeza facetada que componen un sinfín de motivos decorativos de inspiración floral o geométrica (figura 6). Fueron exportadas a toda Europa y constituyen un ejemplo perfecto de la anglomanía que inundó todo lo relativo a la moda en las décadas finales del siglo XVIII.

La combinación de plata y estrás también fue muy apreciada, ya que ofrecía un producto de coste relativamente moderado, pero asimismo dotado de un brillo singular gracias a las facetas talladas en el vidrio. El estrás –llamado en los documentos españoles “piedra de Francia”– fue inventado en 1734 por George Frédéric Strass. Sus excelentes propiedades le convirtieron en un perfecto sustituto del diamante, lo que propició su aplicación en todo tipo de joyas falsas. En este sentido hay que recordar que ya en 1767 se fundó en París una corporación de “bijoutiers-faussetiers” (o joyeros de falso), especializados en joyería de imitación. Por eso, y aunque sabemos que los británicos también sobresalieron en el empleo de este recurso decorativo, no es de extrañar que la mayoría de las hebillas de este tipo que se conservan en el Museo del Traje presenten punzones de fabricación franceses (figura 7).

En tercer lugar hay que mencionar las hebillas de plata, por lo general de aspecto más sobrio que las anteriores, a pesar de que sus marcos pueden presentar todo tipo de decoraciones. En todos los conjuntos mencionados más arriba constituyen, con diferencia, el grupo más numeroso. Estas piezas eran fabricadas por plateros y, por tanto, estaban sometidas a las regulaciones estipuladas por las cofradías del gremio. Por ello es muy frecuente que presenten las marcas preceptivas de localidad, artífice y contraste, situadas bien en el reverso del marco, bien en el puente o bien en el propio armazón (cuando éste es de plata). La información que ofrecen los punzones es muy valiosa, ya que gracias a ellos es posible establecer cronologías, lugares de procedencia y autorías.

La colección que nos ocupa comprende hebillas de plata provenientes de diversos países europeos, aunque predominan las españolas. Por lo que se sabe hasta ahora, en nuestro país sólo plateros fabricaron estas piezas. Parece, por tanto, que la producción no estaba tan organizada

aquí como, por ejemplo, en Gran Bretaña, donde unas manufacturas realizaban el marco mientras que otras estaban especializadas en fabricar el mecanismo de ajuste propiamente dicho. Asimismo se desconoce si existieron entre nosotros fábricas de hebillas, algo que no parece probable, a tenor de lo que afirma Moral Roncal (ob. cit, p. 393):

“Entre los proyectos de fábricas-escuelas de artes y oficios presentados entre 1775 y 1818 figura el de una fábrica de hebillas, cuyo autor fue Manuel Rodríguez y que lleva la fecha de 1785. Aunque la Clase de Artes y Oficios aconsejó que el proyecto fuera recomendado al Consejo de Castilla, que decidiría en última instancia sobre su viabilidad, tal proyecto nunca se puso en marcha”.

En la serie de hebillas de plata españolas de la colección del Museo del Traje figuran piezas procedentes de los más importantes centros plateros nacionales: Salamanca, Santiago de Compostela, Barcelona, Sevilla y, sobre todo, Córdoba. La producción platera cordobesa, sobresaliente cualitativa y cuantitativamente, es, además, bastante bien conocida, aunque es cierto que en pocas ocasiones se ha hecho hincapié en lo que podríamos denominar objetos menores como los que nos ocupan. No obstante, las referencias documentales al respecto son abundantes.

Por ejemplo, Valverde Fernández (2001, pp. 686-688) transcribe numerosas relaciones de piezas de platería sacadas a feriar por diferentes plateros cordobeses en la segunda mitad del siglo XVIII. Así, en 1765 el platero Gabriel Hidalgo saca con ese propósito “Más sesenta y tres pares de evillas lisas y caladas, de peso de a quatro, tres y dos onzas, y más pequeñas. Más cuatro evillas de corbatín”. En 1771, el platero de oro Juan de León saca “treinta y seis pares de evillas de distintos tamaños y echuras”, piezas que hay que suponer realizadas en oro, al igual que el resto de los objetos que quiere feriar. En 1778, Miguel Madrueno habla de “ochenta juegos de hebillas labradas y de cincuenta pares de hebillas lisas, así como de siete hebillas de corbatín”. Y en 1780, el artífice Francisco de Cáceres y Ayllón prepara una relación en la que figuran nada menos “dies dosenas de pares de ebillas lisas, chicas y grandes. Setenta pares de juegos de ebillas de moda de hombre y mujer. Dos ebillas de corbatín”.

Así pues, estos documentos permiten afirmar que la platería cordobesa cubrió,

Figura 7 Par de hebillas de plata y estrás. Francia, ca. 1780. Colección de Antonio Correa Ruiz. Museo del Traje. CIPE (MT104472).
Figure 7 Pair of silver and strass buckles. France, c. 1780. Antonio Correa Ruiz Collection. Museo del Traje. CIPE (MT104472).



de Compostela, Barcelona, Seville and above all Cordoba. Exceptional both in quality and quantity, Cordovan silver is relatively well-known, although it is true to say that the importance of what we might call "lesser objects" like those under discussion here has only rarely been emphasised. Nevertheless, there are many documentary references in this regard.

For example, there are a number of lists copied by Valverde Fernández (2001, pp. 686-688) of silverware taken to fairs by Cordovan silversmiths in the second half of the 18th century. Thus, in 1765 the silversmith Gabriel Hidalgo took "sixty and three pairs of plain and openwork buckles of four, three and two ounces and smaller in weight. Also four cravat clasps." In 1771, the goldsmith Juan de León took "thirty and six pairs of buckles of different sizes and styles", presumably made of gold like the rest of the objects he hoped to sell. In 1778, Miguel Madrueno spoke of "eighty sets of decorated buckles and fifty pairs of plain buckles, as well as seven cravat clasps." And in 1780, the craftsman Francisco de Cáceres y Ayllón drew up a list mentioning no less than "ten dozen pairs of small and large plain buckles. Seventy pairs of men's and women's buckles. Two cravat clasps."

These documents allow us to assert that Cordovan silversmiths made a significant percentage of the buckles of all types required by the Spanish society of the day, as confirmed by the museum's numerous examples (figure 8). Those designed for footwear are of two different types as regards the form of the shoe for which they were intended. The first includes 18th-century buckles in the European style, characterised by their large size and a pronounced curvature of as much as five centimetres in length. Their cast frames are adorned with flowers, bows or engraved ribbons and each has its own chape. The other type consists of smaller, almost flat, buckles made from a metal plate with folded edges. They are basically rectangular in shape, although they may display a combination of straight and curved sides and the decoration is engraved on the front of the frame. Another characteristic is that they lack an adjusting device and instead have two simple horizontal teeth on the back that allow them to be driven into the closed upper of the shoe. These, therefore, are exclusively decorative pieces and were used during most of the 19th century, i.e. until the buckle-jewel completely disappeared (figure 9). Nevertheless, they were very carefully made and often conscientiously adorned, indicating that, together with

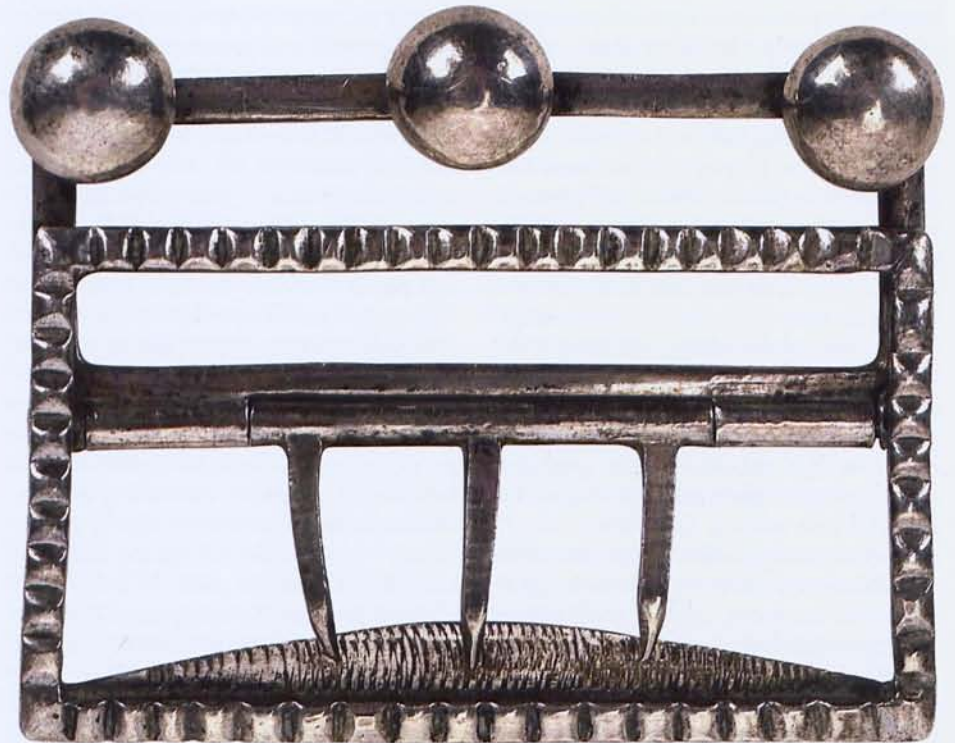


Figura 8. Hebilla de plata para corbatín. España, ca. 1790. Colección de Antonio Correa Ruiz. Museo del Traje. CIPE (MT104349).

Figure 8. Silver stock buckle. Spain, c. 1790. Antonio Correa Ruiz Collection. Museo del Traje. CIPE (MT104349).



Figura 9. Hebilla de plata. Córdoba, ca. 1880. Colección de Antonio Correa Ruiz. Museo del Traje. CIPE (MT104363).
Figure 9. Silver buckle. Córdoba, c. 1880. Antonio Correa Ruiz Collection. Museo del Traje. CIPE (MT104363).

al menos, una parte significativa de las hebillas de todo tipo demandadas por la sociedad española de la época, idea que confirman los numerosos ejemplares conservados (figura 8). Las reservadas al calzado presentan dos tipologías distintas, en función de la morfología del zapato para el que estuvieron destinadas. La primera incluye hebillas dieciochescas que siguen los modelos europeos; y se caracterizan por su considerable tamaño y por presentar una curvatura pronunciada que puede alcanzar los cinco centímetros de altura. Su marco, fundido, está decorado con flores, lazos, o cintas cinceladas y todas llevan el pertinente mecanismo de cierre. En la otra, se sitúan hebillas más pequeñas, casi planas, realizadas a partir de una plancha de metal de bordes plegados. Su forma es básicamente rectangular, aunque sus lados también pueden ser curvos o mixtilíneos, y su decoración está realizada grabando el anverso del marco. Otra de sus características es que carecen de dispositivo de ajuste, el cual es sustituido en su reverso por dos sencillas púas horizontales que permiten clavarla en la pala cerrada de un zapato. Son, por tanto, piezas de carácter exclusivamente decorativo, cuya

cronología se extiende por buena parte del siglo XIX, es decir, hasta la completa desaparición de la hebilla-joya (figura 9). No obstante, su factura está muy cuidada y suelen estar decoradas con esmero, circunstancia que, unida a los puntzones que presentan, nos indica que se trataba de un producto de calidad. Este tipo de hebillas no es privativo de la platería cordobesa, ya que se conservan ejemplares muy similares realizados en otros centros plateros nacionales. Pero, por lo que sabemos hasta ahora, estamos ante lo que podría ser un modelo característico de nuestro país, donde, como ya dijimos, la hebilla se usó durante más tiempo que en otros ámbitos europeos y donde se adoptaron soluciones específicas para cubrir una demanda que se resistía a prescribir.

Como se ha visto, son numerosas las cuestiones de interés relacionadas con las hebillas, unas joyas de otra época que por sus muchas cualidades intrínsecas, entre las que sobresale su preciosismo, merecen el mismo tratamiento científico dispensado a los demás objetos relacionados con las artes decorativas. De esta manera podrán ocupar el lugar que les corresponde en nuestros museos.

the spikes, they were of high quality. This type of buckle is not exclusive to Cordoba, as very similar examples from other Spanish silversmithing centres exist. But, as far as we know, this could be a characteristic model in Spain, where, as we have already said, the buckle was used longer than in other parts of Europe and specific solutions were used to meet a demand that died out slowly.

As we have seen, there are many questions of interest relating to buckles, those jewels of another age which, due to their many intrinsic qualities, particularly their highly ornamental detail, deserve the same scientific attention as that paid to other objects related to the decorative arts. In this way they will finally be able to take their rightful place in our museums.

Bibliografía

ARANDA HUETE, A., Las joyas de Fernando VI y Bárbara de Braganza. En *Estudios de platería: San Eloy 2006*. Murcia: Universidad, 2006.

BARRIO MOYA, J.L., La librería de Francisco Sáez, platero de joyas de Fernando VI y Carlos III. *Academia*, N. 69, (1989), pp. 207-222.

BOSSAN, M.J., *L'art de la chaussure*. New York: Parkstone, 2004.

Catalogue of Shoe and other Buckles in Northampton Museum. Northampton: Northampton Borough Council Museums and Art Gallery, 1981.

CHADOUR, A.B. y JOPPIEN, R., *Kunstgewerbemuseum der Stadt Köln: Schmuck*. Köln: Kunstgewerbemuseum, 1985.

CHRISMAN-CAMPBELL, K., L'Angleterre et la mode en Europe au XVIIIe. siècle. En VV.AA. *Modes en miroir: la France et la Hollande au temps des Lumières*. Paris: Musées de France, 2005, pp. 50-53.

CRUZ VALDOVINOS, J.M., *Catálogo de Platería: Museo Arqueológico Nacional*. Madrid: Patronato Nacional de Museos, 1982.

CRUZ VALDOVINOS, J.M., *El arte de la plata. Colección Hernández-Mora Zapata*. Murcia: Fundación Cajamurcia, 2006.

CRUZ VALDOVINOS, J.M., *El esplendor del arte de la plata. Colección Hernández-Mora Zapata*. Murcia: Fundación Cajamurcia, 2007.

DÍAZ MARCOS, A.Mª., *La edad de la seda*. Cádiz: Publicaciones de la Universidad de Cádiz, 2006.

FERNÁNDEZ, A. et al., *Marcas de la plata española y virreinal*. Madrid: Antiquaria, 1992.

HERRADÓN FIGUEROA, Mª A., Una revisión de las colecciones de joyería del Museo Nacional de Antropología. *Anales del Museo Nacional de Antropología*, N. III, (1996), pp. 104-140.

HUGES, BERNARD y THERLE, *Georgian Shoe Buckles*. London: Greater London Council, 1972.

LEIRA SÁNCHEZ, A., El traje en el reinado de Carlos III. *Moda en sombras*. Madrid: Dirección General de Bellas Artes, 1991, pp. 16-20.

MACKENZIE, *Shoes and Slippers: from Snoushill, one of the world's leading Collections of Costume and Accessories of the 18th and 19th Centuries*. London: The National Trust, 2004.

MARKEZANA, Y., *Les poinçons français d'or, d'argent, de platine de 1275 à nos jours*. [S. l.]: Vial, 2005.

MATILLA, J.M., Antonio Correa. La pasión por coleccionar, *Grabado y Edición*, nº 10, 2007, pp. 5-10.

MCGRATH, G.H., *Fashion buckles: common to classic*. Atglen: Schiffer, 1997.

MORAL RONCAL, A.M., *Gremios e Ilustración en Madrid: 1775-1836*. San Sebastián de los Reyes: Actas, 1998.

ORTIZ JUAREZ, D., *Punzones de platería cordobesa*. Córdoba: Monte de Piedad y Caja de Ahorros, 1980.

PHILLIPS, C., *Jewels and Jewellery*. London: Victoria & Albert Museum, 2000.

ROCAMORA, M., *Catàleg de la col·lecció d'indumentaria de Manuel Rocamora*. Barcelona: Junta de Museus, 1933.

ROCAMORA, M., *Un siglo de modas barcelonesas: 1750-1850*. Barcelona: Aymá, 1944.

SEMPERE Y GUARINOS, J., *Historia del lujo y de las leyes suntuarias de España*. Madrid: en la Imprenta Real, 1788.

VALVERDE FERNÁNDEZ, F., *El Colegio-Congregación de plateros cordobeses durante la Edad Moderna*. Córdoba: Universidad, 2001.

VEVER, H., *French Jewelry of the Nineteenth Century*. London: Thames and Hudson, 2001.

VV.AA., *Museo de Indumentaria Colección Rocamora*. Barcelona: Delegación de Servicios de Cultura, Museos de Arte, 1970.

VV.AA., *Museu Nacional dos Coches. Fundo Antigo (Seleção)*. Lisboa: Direcção-Geral do Património Cultural, 1976.

VV.AA., *Indispensables accessoires: XVIIe - XXe siècle*. Paris: Musée de la Mode et du Costume, Palais Galliera, 1983.

VV.AA., *Modes et Révolutions: 1780:1804*. Paris: Musée de la Mode et du Costume, Palais Galliera, 1989.

VV.AA., *La mode en France 1715-1815: de Louis XV à Napoléon Ier*. Paris: La Bibliothèque des Arts, 1990.

VV.AA., *O Traje Imperio e a sua época. 1792-1826*. Lisboa: Instituto Português de Museus. Secretaria de Estado da Cultura, 1992.

VV.AA., *El Marqués de Cerralbo*. Madrid: Ministerio de Cultura, 1996.

VV.AA., *La tonadilla escénica: paisajes sonoros en el Madrid del siglo XVIII*. Madrid: Museo de San Isidro; Concejalía de Cultura, Educación, Juventud y Deportes, 2003a.

WALFORD, J., *The seductive Shoe: four Centuries of Fashion Footwear*. London: Thames and Hudson, 2007.

WATTEMBERG GARCÍA, E., *Colección de platería: Museo de Valladolid*. Valladolid: Junta de Castilla y León, Consejería de Educación y Cultura, 1999.

Inmaculada Ledesma Cid

B.A. in Art History, Museum

technician at the Museo

del Traje. CIPE

macu.ledesma@mcu.es

How do U dress, How do U see yourself? Young people in the Museo del Traje. CIPE

ABSTRACT: The photography competition *¿Cómo T vistes, cómo T ves? Modos y modas de vestir entre los jóvenes* (How Do U Dress, How Do U See Yourself? Youth fashions and clothing styles) began in 2006, and since then it has become part of the annual activities programme of the Museo del Traje. CIPE.

It is aimed at young people, who have welcomed it as an opportunity to reflect their reality, their world and the way they relate to it.

The digital format of the photographs received, so in vogue among this age set thanks to the increasing popularity of websites such as Fotolog or MySpace, has enabled us to obtain a collection of images that grows larger each year and that, in future years, will serve as an accurate record of how young people over the years have understood fashion – a medium that makes them feel different from the rest while also helping them to feel identified with their peers.

KEYWORDS: Young people, photography, youth culture, fashion, testimonies.

An initiative for young people

In 2006, on the occasion of the International Museum Day dedicated to the theme “Museums and young people,” the Museo del Traje faced a new challenge with regard to its activities programme: persuading young people to visit a cultural institution in their free time.

Up until that point, younger visitors were offered the possibility of partici-

pating in guided tours organised by their schools, so we had to start from scratch and design an activity that would encourage young people to visit our centre of their own accord.

Given that the Museo del Traje houses numerous records and examples of how people dressed in past centuries, we decided to organise a photography competition in which kids could tell us how they dress and how they currently see themselves. The primary objective of this competition was to reflect the multiple aesthetics that flood their wardrobes, the differences and similarities that exist among them and the role that fashion plays in their world. From the outset, it was decided that digital photography would be the channel of communication. This photographic format was the best option because young people are so familiar with it that many of them do not hesitate to post their most personal photographs on the Internet, whether it be on blogs, photologs or MySpace.

We anticipated the difficulty inherent in reaching out to this audience. At our museum, the 12-to-18 age group presents the lowest visitor numbers. Therefore, in addition to publicising the activity on the Museo del Traje’s website and through our contacts with the specialised press, we focused almost all of our publicity efforts on schools and aimed the competition at high school, university and vocational training students. The decision to make this group the target of our informative campaign was undoubtedly a wise one for, in the

¿Cómo T vistes, cómo T ves? Los jóvenes en el Museo del Traje. CIPE

Inmaculada Ledesma Cid
Licenciada en Historia del Arte.
Técnica de Museos en el Museo
del Traje. CIPE
macu.ledesma@mcu.es

RESUMEN: El concurso de fotografía *¿Cómo T vistes, cómo T ves? Modos y modas de vestir entre los jóvenes* surgió en el año 2006 y desde entonces ha pasado a formar parte de la programación anual de actividades del Museo del Traje. CIPE.

Está dirigido a los jóvenes, que han visto en él un medio donde poder reflejar su realidad, su mundo y la manera que tienen de relacionarse con él.

El formato digital de las fotografías recibidas, tan de moda entre estas edades gracias a webs, *fotolog* o *myspace*, permite que obtengamos un banco de imágenes que irá creciendo cada año, de modo que en un futuro podamos contar con un fiel testimonio de cómo los jóvenes han ido entendiendo la moda: un medio que les hace sentirse diferentes a los demás, a la vez que les ayuda a identificarse con sus iguales.

PALABRAS CLAVE: jóvenes, fotografía, cultura juvenil, moda, testimonios.

Una apuesta por los jóvenes

En el año 2006, con motivo de la celebración del Día Internacional de los Museos, dedicado a "El museo y los jóvenes", el Museo del Traje se enfrentó a un nuevo reto en su programación de actividades: atraer a los jóvenes a una institución cultural en su tiempo de ocio.

Hasta este momento, el visitante más joven había podido participar en las visitas guiadas y concertadas por sus cen-

tros escolares, por lo que partíamos de cero a la hora de diseñar una actividad en la que los jóvenes viniesen libremente a nuestro centro.

Dado que el Museo del Traje custodia numerosos testimonios sobre cómo se vestía en los siglos pasados, decidimos organizar un concurso de fotografía en el que los chicos nos contasen cómo se visten y cómo se ven en la actualidad. El reflejo de las múltiples estéticas que inundan sus armarios, las diferencias y semejanzas que se encuentran entre ellos mismos y la manera en la que la moda tiene cabida en su mundo son los objetivos principales de este concurso. Desde un primer momento se decidió que la fotografía digital sería el canal de comunicación. Este formato fotográfico era el idóneo, ya que están familiarizados con él hasta tal punto que muchos jóvenes no dudan en colgar sus fotografías más personales en Internet, bien sea en *blogs*, *flogs* o *MySpace*.

Contábamos con la dificultad que supone llegar a este público. Entre los visitantes del Museo, los niveles de edad comprendidos entre 12 y 18 años son los menos representados. Así, además de difundir esta actividad en la página web del Museo del Traje y a través de nuestros contactos con prensa especializada, focalizamos casi toda la publicidad en los centros escolares y dirigimos el concurso a estudiantes de ESO, Bachillerato y Grado Medio. Sin duda, acertamos al elegirlos como núcleo informativo, ya que, en la evaluación realizada, tras el fallo del jurado, supimos que el 87 % de los parti-

evaluation completed after the jury's decision was finalised, we determined that 87% of participants had found out about the activity through their school.

Once the content and format of the competition had been determined, we established certain objectives for the kids to bear in mind and for the jury to apply when selecting the three winners:

The degree of dedication to and engagement with the message they hope to communicate.

The coherence of the discourse or story line of the photograph with the competition's theme.

The ability of the image to clearly communicate the idea that the participant wishes to get across.

The creativity and originality of the portrayal of the image.

The use of the technical tools that digital photography offers.

The results obtained were so satisfactory that we decided to make the competition a regular activity, and we organised a second edition in 2007 and a third in 2008.¹ As Graph 1 shows, the most successful was the latest edition, in which 190 participants submitted over 500 images.

In addition to the prizes awarded each year by the jury, which is made up of fashion journalists, professional photographers and museum staff members, we also offered our visitors the chance

to vote and help select the winner of the People's Choice Award (figure 1). During the month prior to the announcement of the final decision, our public was able to view the images, which were projected in the museum vestibule, in the conference hall and Bokado restaurant, and thus vote for their favourites. As a novelty, this year we offered the possibility of voting by email; in this way, many new visitors to the website were able to view the participating images and vote for their favourites.

How do they see themselves, how do we see them?

The museum has a photographic archive of 896 images that were entered in the competition. Viewing one after another, we realised that these photographs constituted a true documentary record of how young people see themselves in the 21st century.

This article makes no attempt to pigeonhole the kids who participated into youth cultures and subcultures (urban tribes) that have been stereotyped, labelled and created by adults; they are neither as uniform nor as obvious as we think. Urban tribes have always been considered groups of individuals who

Figura 1. Premio especial del público.
¿Y hoy qué me pongo? Daniel Pérez.
Figure 1. People's choice award.
What to Wear Today? Daniel Pérez.



¹ The winning images of the three editions of the photography competition *Cómo T vistes, cómo T ves* can be viewed on the website of the Museo del Traje. <<http://museodeltraje.mcu.es>>.

cipantes había conocido esta actividad en su centro escolar.

Decididos el contenido y el formato del concurso, establecimos unos objetivos que debían tener en cuenta los chicos, pero también el jurado, a la hora de elegir a los tres ganadores:

El nivel de compromiso e implicación en el mensaje que se quiere transmitir.

La coherencia entre el discurso o argumento de la fotografía con el tema del concurso.

La capacidad de resolución en una imagen con la idea que el participante quiere transmitir.

La creatividad y originalidad en el planteamiento de la imagen.

El uso de las herramientas técnicas que la fotografía digital ofrece.

Los resultados obtenidos fueron tan satisfactorios que decidimos hacer del concurso una actividad periódica, y convocamos una II Edición en 2007 y una III en 2008¹. Como se puede observar en el gráfico 1 esta última convocatoria ha sido la más exitosa, pues se recibieron más de 500 imágenes de 190 participantes.

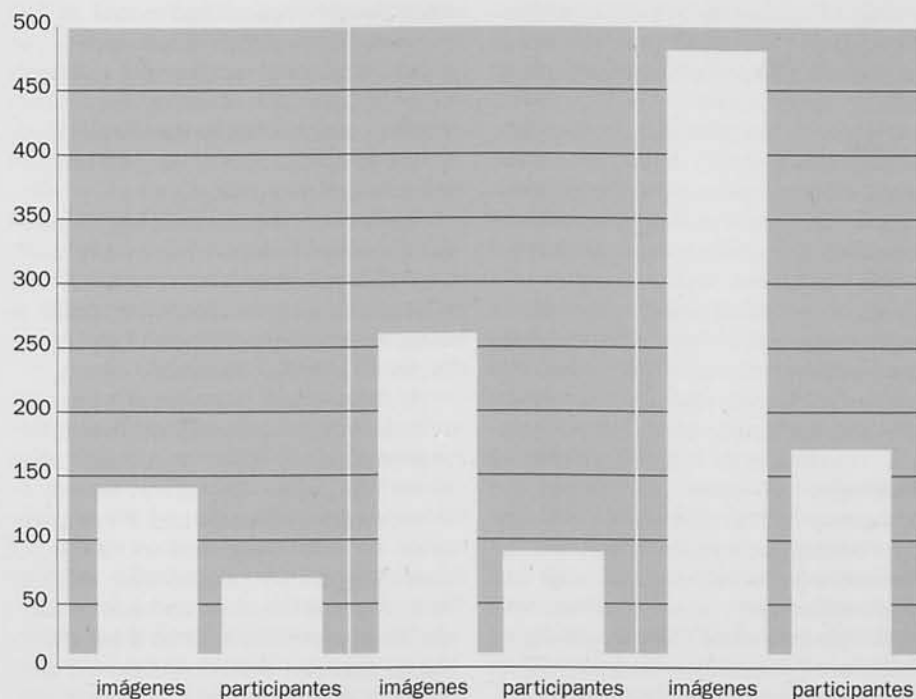
Junto a los premios que cada año concede el jurado, compuesto por periodistas especializados en moda, fotógrafos profesionales y personal del Museo, ofrecimos a nuestros visitantes la posibilidad de votar y participar en la elección del Premio Especial del Público (figura 1).

Nuestro público, durante el mes previo al fallo de los premios, pudo contemplar las imágenes, que eran proyectadas en el vestíbulo del Museo, en el salón de actos y en el restaurante Bokado, y así pudieron votar por su favorita. Este año se introdujo la novedad del voto por correo electrónico; de este modo, muchos nuevos visitantes a la web pudieron conocer las imágenes participantes y votar por su favorita.

¿Cómo se ven, cómo los vemos?

El Museo cuenta con un archivo fotográfico de 896 imágenes que han entrado a concurso. Al visualizar una tras otra, nos dimos cuenta de que aquellas fotografías suponían un verdadero testimonio de cómo se ven los jóvenes del siglo XXI.

En ningún momento este artículo pretende encasillar a los chicos que han participado dentro de culturas y subculturas juveniles (tribus urbanas) estereotipadas, etiquetadas y creadas por los adultos; no son tan uniformes ni evidentes como creemos. Las tribus urbanas siempre se han considerado agrupaciones de individuos con una misma estética y convicciones, pero hoy en día, dentro de ellas hay muchas personas que adoptan la estética pero prescinden de la ideología, los llamados *poseurs*.



¹ Las imágenes ganadoras de las tres ediciones del Concurso de fotografía *Cómo T veses, cómo T ves* se pueden ver en la página web del Museo del Traje. <<http://museodeltraje.mcu.es>>.

share the same aesthetics and convictions, but nowadays there are many people within these groups who embrace the aesthetic style yet reject the ideology – the so-called posers.

Thus, given the ambiguity of this issue, and since it is not the matter that presently concerns us, the images have not been classified according to the aesthetic they reflect but rather by what they communicate and how adults perceive them. The thematic categories are as follows:

- a. Personality and interests
- b. Group identity
- c. Metaphors (objects and bodies)
- d. Social commitment
- e. Fashion and trends
- f. Seduction

a. Personality and interests

This is the largest group of images, representing 70 % of all photographs submitted. This is undoubtedly due to the fact that one of the competition's initial proposals was to have the photographers reflect exactly how they see themselves; consequently, the kids embraced our theme as an incentive to portray themselves and show their identity in lieu of other thematic options.

The young people our activity targets are kids between the ages of 11 and 18. At this age, they are immersed in the process of finding their identity and asserting their individual personalities in the face of the plurality of their group and the rest of society.

Most of the photographs draw us into the lifestyles that they have chosen, the sports they practise, their musical preferences and even a few examples of belonging to urban tribes. All of the identifying factors (sports, dance, music, etc.) are indisputably reflected in the way they dress: a Real Madrid-Adidas shirt as opposed to a Barcelona-Nike shirt, a Quicksilver rucksack in contrast with another totally personalised rucksack covered with the signatures of classmates, a button advertising the rock group AC/DC contrasting with another bearing an anti-Nazi symbol... All of these aspects are elements that can be identified with certain urban-style youth cultures; all of these visual signs, which are ultimately consumer items that make them the same as other ur-

ban cultures, tend to lose meaning in the eyes of adults and gain significance in the eyes of young people. The codes of differentiation have a faithful ally in clothing and allow any social or cultural group to set itself apart: a T-shirt or a pair of shoes plays an important role when it comes to recognising their peers and distinguishing their style from others.

But on many occasions, appearances are deceiving. Nowadays all of our wardrobes are stocked with a pair of jeans, T-shirts and sports shoes. These items can change in meaning if small details are added to set them apart from the rest, as is the case among urban sub-cultures and, within them, urban tribes. Buttons with anti-Nazi messages, Palestinian scarves and bomber jackets are some of the accessories of the redskins (figure 2); the colour black, high boots and chains identify the punks. We could go on listing each of the dress codes of the different urban tribes that have cropped up across Europe in the 20th century, within the framework of specific political, economic and social contexts.

Since the 1960s, music and film have been the decisive factors in influencing young people to embrace a certain youth culture. Many of these cultures, most of which are urban tribes, have been inspired by these artistic expressions to adopt different styles, from the early mods, rockers and punks to the present-day indies, hip-hoppers or emos. Without a doubt, the aesthetics born in the 20th century are still in vogue today thanks to the so-called revivals, although part of their ideological content has been lost.

We have an enlightening testimony of how modern fashion is viewed by a 16-year-old girl thanks to Luna Nerea, whom the jury awarded first prize in 2006. In a statement made to the newspaper *El Mundo*, she said:

"I chose these photographs because I think they are very typical things that represent the rapper scene and also show the most important aspect of adolescence – friends [...] What I like most is that there are all kinds of clothes and that people take chances and play with colours and forms without caring too much about what others think. Actually, they do it because they do care, I don't know [...] even if you

Así pues, dada la ambigüedad de este asunto, y ya que no es el tema que tenemos entre manos, las imágenes no han sido agrupadas por la estética que reflejan sino por lo que comunican y cómo las percibe el adulto. Los grupos temáticos son los siguientes.

- a. Personalidad y aficiones
- b. Identidad de grupo
- c. Metáforas (objetos y cuerpos)
- d. Compromiso social
- e. Moda y tendencias
- f. Seducción

a. Personalidad y aficiones

Este grupo de imágenes es el más numeroso; supone un 70 % frente al resto de las fotografías. Seguramente esto se deba a que una de las propuestas iniciales del concurso consistía en que se reflejasen tal y como se ven ellos mismos, y, por lo tanto, los chicos han reconocido nuestro lema como una clave para retratarse y mostrar su identidad frente a otras opciones temáticas.

Los jóvenes a quienes está dirigida nuestra actividad son chicos de entre 11 y 18 años. En estas edades se encuentran en plena búsqueda de su identidad y están asentando su personalidad frente a la pluralidad de su grupo y del resto de la sociedad.

La mayoría de las fotografías nos hacen cómplices de los estilos de vida que ellos han elegido, los deportes que practican, sus preferencias musicales e, incluso, algunos ejemplos de pertenencia a tribus urbanas. Es indiscutible que todos los factores identitarios (el deporte, el baile, la música...) se ven reflejados en la moda: una camiseta del Real Madrid-Adidas frente a otra del Barcelona-Nike, una mochila de la marca Quiksilver enfrentada a una completamente personalizada con las firmas de sus compañeros de clase, una chapa del grupo de rock AC/DC frente a otra con un símbolo antinazi... Todos estos aspectos son elementos identificables de algunas culturas juveniles de estilo urbano; todos estos signos visuales, que no dejan de ser bienes de consumo que les igualan a otras culturas urbanas, suelen perder significado en la mirada del adulto y ganar en la del joven. Los códigos de diferenciación tienen un fiel aliado en la ropa y permiten a cualquier grupo social y cultural distinguirse del



Figura 2. Personalidad y aficiones. Varios autores.
Figure 2. Personality and interests. Various authors.

resto: una camiseta o un calzado cumple un papel fundamental a la hora de reconocerse entre iguales y distinguirse del resto de los estilos.

Pero, en muchas ocasiones, las apariencias engañan. Hoy en día no faltan en nuestros armarios un par de vaqueros, camisetas y calzado deportivo. Esas prendas pueden llegar a cambiar de significado si se le añaden pequeños elementos que las hacen distinguirse de las demás, como sucede en las subculturas urbanas y, entre ellas, las tribus urbanas. Chapas con mensaje antinazi, pañuelos palestinos y cazadoras *bomber* son algunos de los complementos del *redskins* (figura 2); el color negro, las botas altas y las cadenas pertenecen a los *punkies*. Y así, podríamos seguir enumerando cada uno de los códigos estilísticos de tribus urbanas que nacieron en el siglo XX por toda Europa, en el seno de una situación política, económica y social determinada.

Música y cine han sido, desde los años 60, los factores decisivos a la hora de que el joven se acerque a una cultura juvenil determinada. Muchas de estas culturas, en su mayoría tribus urbanas, han visto en esas manifestaciones artísticas el referente para adoptar estilos, desde los primeros *mods*, *rockers* y *punkies* hasta



Figura 3. Identidad de grupo.
Susana Alcalde.
Figure 3. Group identity.
Susana Alcalde.

want to be different, you can only buy a certain kind of clothing and, unless you customise it, you always have to buy the same thing. They sell the same thing everywhere.”²

These words confirm a reality that we all “suffer”: the standardisation of fashion today. Kids tend to buy their clothes in large chain stores like Zara, Blanco or other stores that mass-market styles which young people subsequently alter to suit their personal tastes and, more importantly, they dare to change them without caring what the rest of society thinks. Again, it is important to bear in mind that search for identity that most young people embark upon in the early adolescent years through their clothing, seeking to fit in with their group of friends rather than conform to the established system.

b. Group identity

Another significant percentage of the photographs submitted to the competition were those in which the participant appears surrounded by his or her friends. These are an expression of the

collective, as opposed to the individuality described above.

A detailed analysis of the images shows us two or more friends, boys and girls who look at the camera and pose in a natural and fun way. Normally they are taken in open spaces (gardens, squares, shopping centres, etc.) that they share to practise sports or chat, etc. Trips and school outings also serve as the perfect pretext for snapping a photo and immortalising the moments lived with the gang.

The infiltration of new technologies in private homes has led to many young people spending numerous hours in front of computers and videogame consoles; but even so, they still spend the best moments of their free time with their friends, the people with whom they create distinctive lifestyles that tend to be fleeting but are irreplaceable, unlike other leisure options.

In the teen years the value placed on friendship and the concept of a gang of peers is unusually high. Being together at the cinema, at a concert or the controversial *botellón* (an open-air drinking party) represents more than just fun; it means integration in a group that shares your musical, aesthetic and even political preferences. This gives rise to an apparent contradiction: young people assert their own individuality, but they need a community. In contemplating this phenomenon, we must not forget that adolescents, especially those between the ages of 11 and 14, need to define their personality and adjust it to fit certain roles that adults and society in general are instilling in them: they must belong to a community. They adopt attitudes and lifestyles in order to feel integrated in those gangs or groups. What differentiates them from adults is that the group also needs to be unique and special in comparison with other groups, and they find identifying signs that guarantee acceptance in music, language and fashion. As Pam Nilan asserts (figure 3):

“In order to belong to a gang you don’t just need to have the right appearance and language; you also need to have the right clothes, shoes, haircut, tattoos, piercings, jewellery, sports preferences, etc. What you wear, where you go and what you do, how you talk and about what, what music you like and who are your heroes and heroines are

² Comment taken from the article written by Miren Izquieta on the 1st edition of the competition and published in the *Aula* supplement of the newspaper *El Mundo*, 21 June 2006 (p. 5).

los actuales *indies*, *biphoperos* o *emos*. Sin duda, las estéticas que nacieron en el siglo XX siguen en boga hoy en día en los conocidos como *revivals*, aunque hayan perdido parte de su contenido ideológico.

Contamos con un testimonio esclarecedor de cómo entiende la moda actual una chica de 16 años, Luna Nerea, que fue la ganadora del primer premio del jurado en el 2006. En las declaraciones que hizo para el periódico *El Mundo* afirmó:

“Elegí estas fotografías porque creo que son cosas muy típicas, que representan el rollo rapero y también muestran lo más importante de la adolescencia, que son los amigos [...] Lo que más me gusta es que hay todo tipo de ropas y que la gente se atreve y juega con los colores y formas sin preocuparse mucho de lo que piensen los demás. Precisamente porque se preocupan, lo hacen, no sé [...] aunque quieras ser diferente, sólo puedes comprar un tipo de ropa y, a no ser que te la *customices*, siempre tienes que comprar lo mismo. Venden lo mismo en todos los sitios”².

Estas palabras confirman una realidad que todos “padecemos”: la estandarización de la moda hoy en día. Los chicos suelen adquirir la ropa en grandes cadenas comerciales como Zara, Blanco u otras firmas que, a gran escala, venden estilos que luego los jóvenes modifican según sus gustos y, lo que es más importante, se atreven a cambiar sin pensar en lo que el resto de la sociedad opine. De nuevo, es importante recordar esa búsqueda de identidad que la mayoría de los jóvenes adoptan en los primeros años de la adolescencia a través de sus vestidos, buscando no una integración en el sistema establecido sino más bien en su grupo de amigos.

b. Identidad de grupo

Otro gran porcentaje de las fotografías recibidas para el concurso son aquellas en las que el participante aparece rodeado de sus amigos. Son la expresión de lo colectivo frente a la individualidad que hemos visto con anterioridad.

Un análisis detallado de las imágenes nos muestra a dos o más amigos, chicos y chicas que miran a la cámara y posan de manera natural y divertida. Normalmente lo hacen en espacios abiertos (jardines, plazas, centros comerciales...) que

comparten para practicar deportes, charlar... También los viajes y excursiones escolares son la excusa perfecta para retratarse e inmortalizar los momentos vividos con la pandilla.

La irrupción de las nuevas tecnologías en los hogares ha hecho que muchos jóvenes pasen numerosas horas frente al ordenador y la videoconsola; pero, aun así, los mejores momentos de su tiempo libre los siguen dedicando a los amigos; esos con los que crean estilos de vida distintivos, no muy permanentes en el tiempo pero insustituibles frente a otras ofertas de ocio.

Durante estas edades hay una sobrevaloración de la amistad y del concepto de pandilla. El estar juntos en el cine, en un concierto o en el polémico botellón supone algo más que diversión; significa integración en un grupo que es afín a tus gustos musicales, estéticos e incluso políticos. Frente este hecho, se produce una aparente contradicción: el joven reivindica su propia individualidad pero necesita una comunidad. Frente este fenómeno, no podemos olvidar que el joven, sobre todo entre los 11 y 14 años, necesita afianzar su personalidad y encajarla dentro de unos roles que el adulto, y la sociedad en general, le están inculcando: debe pertenecer a una comunidad. Ellos adoptan actitudes y estilos de vida para sentirse integrados en esas pandillas. La diferencia con los adultos es que el grupo también necesita ser singular y especial frente al resto de los grupos, y encuentran en la música, el lenguaje, la moda... unas señas de identidad en las que ser aceptados. Como afirma Pam Nilan (figura 3):

“Para pertenecer a una pandilla no sólo hay que tener el aspecto y el idioma adecuado sino también la ropa, los zapatos, los cortes de pelo, los tatuajes, los *piercings*, la joyería, preferencias deportivas... Lo que se lleva, a dónde se va y lo que se hace, cómo se habla y de qué, qué música se prefiere y quiénes son los héroes y heroínas de uno son condiciones para ser miembro de un grupo” (NILAN, 2004, p. 45).

Al observar las fotografías del concurso, vemos cómo los grupos tienen una estética parecida. De hecho, la mayoría de los títulos de las imágenes juegan con frases que los definen como entidad, como conjunto de amigos con una estética en común, p.e. “los chulos”, “las guapas”, “las frikis”, “los cuerpos”... También se autodenominan con términos que los

² Comentario extraído del artículo escrito por Miren Izquieta, sobre la I Edición del concurso, y publicado en el suplemento *Aula* del diario *El Mundo*, el 21 de junio de 2006 (p. 5).

conditions for being a member of a group (NILAN, 2004, p. 45).

Upon observing the competition photographs, we see how the groups have a similar look. In fact, most of the image titles play with phrases that define them as an entity, as a group of friends with a shared aesthetic, such as “cocky guys”, “pretty girls”, “the freaks”, “the bodies”, etc. They also describe themselves using terms that make them feel different from others: “the four musketeers,” “the Marys,” “*las pilingües*” (“the hotties”), etc. They are concepts that, in most cases, escape us because only they know and understand their meaning. The use of language, specifically of street speak and youth slang, at these ages is quite significant, given that their interest in feeling like they belong leads them to invent and incessantly repeat new words that define, identify and differentiate them from the adult world.

According to Franky Devos, it is harder to get young people over 16 to admit they belong to a youth culture or subculture. They shy away from labels and stereotypes, but they use terms like “posh”, “rapper” or “*bakala*” (chav) to define others. He also asserts that at this age, the gang consists of individuals with different rather than identical interests. In this regard, Aurora Relinque, winner of the People's Choice Award in the first edition of the competition, commented:

“I think that boys and girls dress alike [...] I don't like being labelled because of the clothes you wear; if you wear gold chains, they call you a *macarra* (yobbo) and if you wear baggy trousers, you must be a *brincas* (badass).”³

c. Metaphors (objects and bodies)

This category includes all those images in which the young people have chosen different parts of their bodies and/or their favourite clothing items to immortalise them as symbols, beyond the purely aesthetic and evident aspects, of hidden messages that range from irony to pessimism.

The compositions they have created reflect a laborious creative process on the participant's part, and offer a striking contrast to the simplicity of portraits taken using webcams or touched up with Photoshop that would belong to the aforementioned thematic groups. In

this way, the metaphors they have designed take on the aspect of veritable still-lives, sculptures or landscapes.

In this category, it is surprising to note the quantity of images that feature feet and footwear portrayed in different compositions and places. Footwear is undoubtedly something that varies according to gender and occasion: high-heeled shoes or trainers. Shoes become a significant item of clothing, particularly for young girls who substitute their weekday athletic shoes for high heels on Saturday evenings. The boys' trainers are often “customised” with buttons, clips and pen markings, whether they be signatures of their friends or attempts at simulating the black-and-white checks of the fashionable Vans trainers.

The great protagonists, particularly in the most recent edition of the competition, have been the Converse All Stars (figure 4). These trainers, which were born in the early 20th century in the U.S. as athletic footwear, are characterised by the fabric used to make them and by the star printed on them. They are the best-selling shoes of all time and, since they were introduced, they have been identified with rule-breaking individuals such as James Dean, John Lennon and Kurt Cobain. Two of the Converse mottos are authenticity and independence, values that different cultures and subcultures must have assimilated given that these shoes are worn by punks, indies and posh kids alike.

In addition to the different variations on the portrayal of footwear and shoes, other parts of the body are also featured in this category. Photographs of piercings, tattoos, earrings, made-up eyes, etc., that interact with elements such as light, shadow or mirrors, create contrived compositions that enable them to convey something more profound than they would dare to show in a simple frontal portrait. While in the group photographs we saw a more optimistic outlook on life, these images reflect aspects that are not so upbeat. Certain titles are telling, such as *Des-abogo* (Relief/ Un-Drown), *Jaula* (Cage), *Suicidio* (Suicide) or *Desapercibido* (Unnoticed), which have much more negative and personal connotations and are very closely related to their identities. One specific example is the image entitled

³ See endnote 2.

hacen sentirse diferentes a los demás: “los cuatro mosqueteros”, “las marías”, “las pilingües”... Son conceptos que, en la mayoría de las ocasiones, se nos escapan porque sólo ellos conocen y entienden su significado. El uso del lenguaje, del argot callejero y de la jerga juvenil en estas edades es bastante significativo, ya que el interés por sentirse integrados les lleva a inventar y repetir hasta la saciedad nuevas palabras que los definan, los identifiquen y los diferencien del mundo adulto.

Según Franky Devos, a partir de los 16 años es más complicado que el joven admita pertenecer a una cultura o subcultura juvenil. Huyen de las etiquetas, de lo estereotipado, pero utilizan términos como “pijo”, “rapero” o “bakala” para definir a los demás. También afirma que en este momento en la pandilla no se agrupan personas con gustos afines sino dispares. A este respecto, Aurora Relinque, ganadora del Premio Especial del Público en la primera edición del concurso, comentó:

“Creo que las chicas y los chicos vestimos igual [...] No me gusta que te etiqueten por la ropa que llevas, que porque lleves oros te llamen macarra o porque te pongas unos pantalones caídos, tengas que ser una broncas”³.

c. Metáforas (objetos y cuerpos)

En este apartado se engloban todas aquellas imágenes en las que los jóvenes han elegido distintas partes de su cuerpo y/o sus prendas favoritas para inmortalizarlas como símbolo, más allá de lo puramente estético y evidente, de un mensaje oculto que va desde la ironía hasta el pesimismo.

Las composiciones que han realizado reflejan un laborioso proceso creativo por parte del participante, y llaman la atención frente a la simplicidad de los retratos hechos con la *webcam* o retocados con *Photoshop*, y que estarían incluidos en los grupos temáticos anteriores. De esta manera, las metáforas que han diseñado llegan a parecer verdaderos bodegones, esculturas o paisajes.

En este grupo, llama la atención la cantidad de imágenes en las que el pie y el calzado aparecen retratados en distintas composiciones y lugares. Sin duda, el calzado es una prenda que varía según el sexo y la ocasión: zapatos de tacón o zapatillas deportivas. El calzado se convier-



te en una prenda significativa, sobre todo en las chicas que alternan el zapato deportivo entre semana con el tacón los sábados por la tarde. Las zapatillas de los chicos suelen aparecer “customizadas” con chapas, clips y pintadas con bolígrafo, ya sea con firmas de los amigos o simulando los cuadros blancos y negros de las mandadas zapatillas *Vans*.

Las grandes protagonistas, sobre todo en la última edición del concurso, han sido las *All Star* de *Converse* (figura 4). Estas zapatillas, que nacieron a comienzos del siglo XX en EE. UU. como calzado deportivo, se caracterizan por su tejido y por la estrella que llevan impresa. Son las más vendidas de todos los tiempos y, desde su nacimiento, se han identificado con personajes que rompían con las reglas como James Dean, John Lennon o Kurt Cobain. Entre sus lemas están la autenticidad y la independencia, valores que deben haber adoptado diferentes culturas y subculturas, ya que es un calzado que llevan indistintamente *punkies*, *indies* o *pijos*.

Figura 4. *Converse*. Miriam García Sánchez-Rojo.

Figure 4. *Converse*. Miriam García Sánchez-Rojo.

³ Véase nota 2.

Cortar los sueños en pedacitos y no volver a decepcionarse (Cutting Dreams into Little Pieces and Never Being Disappointed Again) (figure 5), in which a girl, portrayed from the shoulders down and covered with a pink scarf and striped stockings, is sitting in her bedroom holding an open pair of scissors that capture the viewer's attention because they are situated at the vanishing point of the photographic composition.

Another aspect of the more intimate sphere is the depiction of bedrooms. Whereas in the images of groups and gangs we saw that the majority of the chosen sites were public venues, places where moments could be shared with friends, the young person also inhabits a private space – namely, the bedroom – of which we are afforded a glimpse through some of the participant's images. It is a space where he can share experiences on the phone and the Internet; the young person is not alone, but accompanied by thousands of other kids from different geographic locations that are online at that same moment.

In the images they also show us what their wardrobe is like, who their idols are (posters, youth magazines, etc.), what kind of clothes they like (brand labels, bags from clothes shops, etc.) and their hobbies (music players, videogame

consoles, etc.). They even dare to create new personas by means of compositions with their clothing and accessories (figure 6). Their universe is contained by four walls and they make us witnesses of that privacy to which not everyone has access.

d. Social commitment

Some of the young participants in the photography competition took the opportunity to make statements or defend their positions on problems they witness and, in many cases, are involved in personally. Concepts such as equality and inequality, freedom and companionship are accurately reflected in both the images submitted and the titles that accompany them.

The photographs are all group portraits, but they contain a message that is absent from the other images, which have been included in the category *Group identity*. This is due to the significant titles chosen for them.

Whether they are smiling faces looking into the lens, intimate scenes such as a girl's bedroom, open spaces for public drinking parties or raised hands making the victory sign, all of the images coincide in offering an optimistic and vindicating vision of reality, very different from the image that the not-so-



Figura 5. *Cortar los sueños en pedacitos y no volver a decepcionarse.*
Clara Rivillo.

Figure 5. *Cutting Dreams into Little Pieces and Never Being Disappointed Again.*
Clara Rivillo.

Además de las distintas variantes en la representación del calzado y los pies, otras partes del cuerpo son protagonistas de este apartado. Fotografías de *piercings*, tatuajes, pendientes, ojos maquillados, etc., que interactúan con elementos como la luz, la sombra o los espejos, crean composiciones artificiosas que les lleva a contar algo más profundo que no se atreverían a mostrar con un simple retrato frontal. Si en las fotografías de grupo veíamos una visión más optimista de la vida, en estas imágenes se reflejan algunos aspectos no tan alegres. Son significativos algunos títulos como *Des-abogo*, *Jaula*, *Suicidio* o *Desapercibido* que tienen una connotación mucho más negativa e intimista y que están muy relacionadas con sus identidades. Un ejemplo en concreto es la imagen titulada *Cortar los sueños en pedacitos y no volver a decepcionarse* (figura 5), en la que una chica, retratada de hombros para abajo y cubierta con un pañuelo rosa y con unas medias a rayas, está sentada en su dormitorio y sujetando unas tijeras abiertas, que acaparan la atención al ubicarlas en el punto de fuga de la composición fotográfica.

Otro aspecto del ámbito más íntimo es la representación de los dormitorios. Si en las imágenes de grupos y pandillas veíamos que la mayoría de los espacios seleccionados eran sitios públicos, sitios en los que compartir momentos con los amigos, el joven también habita un espacio propio, que es el dormitorio, y que tenemos la suerte de conocer en algunas de las imágenes de los participantes. Es un espacio donde compartir experiencias a través del teléfono y de internet; el joven no está solo, sino acompañado por miles de jóvenes, de diferentes lugares geográficos, que se encuentran conectados en ese momento.

En las imágenes también nos cuentan cómo es su armario, quiénes son sus ídolos (pósters, revistas juveniles...), qué tipo de ropa les gusta (etiquetas de marcas, bolsas de comercios de moda...) y sus *bobbies* (equipos de música, videoconsolas...). E incluso se animan a crear nuevos personajes mediante composiciones con su ropa y complementos (figura 6). Su universo está entre cuatro paredes y nos hacen testigo de esa intimidad a la que no todos pueden acceder.

d. Compromiso social

Algunos de los jóvenes participantes en el concurso de fotografía aprovecharon la oportunidad para hacer reivindicaciones o defender sus posturas frente a problemas de los que son testigos y, en muchas ocasiones, protagonistas. Conceptos como la igualdad y la desigualdad, la libertad y el compañerismo, tienen fiel reflejo tanto en las imágenes enviadas como en los títulos que las acompañaban.

Las fotografías coinciden en que son retratos de grupo, pero con un mensaje que no encontramos en las restantes imágenes, que se han agrupado en el apartado *Identidad de grupo*. Esto se debe a los significativos títulos que han elegido.

Ya sean caras sonrientes que miran al objetivo, escenarios íntimos como el dormitorio de una chica, espacios abiertos para hacer botellón o manos alzadas con el signo de victoria; todas las imágenes coinciden en ofrecer una visión optimista y reivindicativa de la realidad, muy diferente a la imagen que los no tan jóvenes suelen dar del adolescente no comprometido con los problemas sociales. Ante esta afirmación, muchos autores coinciden en confirmar la gran concienciación de los jóvenes del siglo XXI ante situaciones como la inmigración (figura 7), los problemas medioambientales, los conflictos bélicos, la violencia de género, la aceptación de posturas feministas y la homosexualidad. Sin duda, el joven de hoy

Figura 6. Metáforas y objetos. Varios autores.
Figure 6. Metaphors and objects. Various authors.



young usually paint of young people as indifferent to social problems. In contrast to this belief, many authors agree that the youth of the 21st century actually have a great awareness and commitment to issues such as immigration (figure 7), environmental problems, war conflicts, domestic violence and the acceptance of feminist attitudes and homosexuality. Without a doubt, today's young people are attuned to what goes on in their immediate vicinity and exhibit more openness to the social problems around them.

Aspects such as family and friendship have increased in value. Unity, love and companionship are the solutions that are found to smooth over the numerous differences that exist among groups of youth, not only because of their attire but also due to the diverse cultures that coexist daily in Spanish classrooms. As Gabriel Román García Fernández, a participant in the competition's third edition, put it: "My photos try to reflect that friendship goes beyond fashions, styles or social groups"⁴.

This group of images does not have a clear tie to fashion and what it means to them. In fact, there is no unifying aesthetic nexus. They simply show themselves just as they are. In this sense, it is very gratifying and commendable to see how young people choose to participate, using their photographs to show

us the values that move them each day and conferring on this competition a social function that had not originally occurred to us.

e. Fashion and trends

The appearance of brands in the images and Anglicisms in the titles are the primary defining traits of this group of photographs.

Everyone is aware of the phenomenon of "brand consciousness": the importance, or lack thereof, that many young people attach to associating their image with a certain brand name or logo. In effect, many of the shops that sell "brand-name" clothing are aware that they have an important client base among the youngest members of society, which is why their advertising campaigns and window displays target young people and why they update their collections weekly or biweekly (figure 8).

In the analysis of the *Group identity* category, we saw how outward appearance is closely connected to the youth culture to which the young person wishes to belong. The dependence that many kids between 11 and 14 have on their group of friends leads them to adopt styles, buy clothes and products that will allow them to belong. Clothing is not just another product; it can be the quickest way to gain access to a group

Figura 7. *Compromiso social.*
Estefanía Muñoz.
Figure 7. *Social commitment.*
Estefanía Muñoz.



⁴ Comment taken from the *Comments* section of the competition registration form submitted by Gabriel Román García Fernández, 2007.

en día está atento a lo que ocurre en su entorno más cercano y se muestra más abierto a los problemas sociales que le rodean.

Aspectos como la familia y la amistad se han revalorizado. La unión, el amor y el compañerismo son las soluciones que encuentran para salvar las numerosas diferencias que existen entre los grupos juveniles, ya no sólo por la indumentaria sino por las diversas culturas que conviven diariamente en las aulas españolas. Como afirmaba Gabriel Román García Fernández, participante de la III Edición del concurso: "Mis fotos intentan reflejar que la amistad va más allá de las modas, los estilos o los grupos sociales"⁴.

Este grupo de imágenes no tiene una asociación clara con la moda y lo que significa para ellos. De hecho, no hay ningún nexo estético de unión. Simplemente se muestran tal y como son. En este sentido, es muy gratificante y loable comprobar cómo los jóvenes optan por participar, mostrándonos mediante sus fotografías los valores que les mueven cada día, y conceden a este concurso una función social que, en un primer momento, habíamos obviado.

e. Moda y tendencias

La aparición de marcas en las imágenes y de anglicismos en los títulos son las características principales de este grupo de fotografías.

Es por todos conocido el fenómeno del "marquismo": la importancia que para muchos jóvenes, y otros que no lo son tanto, supone el asociar su imagen a una firma o un logo. Efectivamente, muchas de las tiendas donde se comercializa ropa conocida como "de marca" son conscientes de que tienen una cantera de clientes en el sector más joven de la sociedad, por lo que es a ellos a quienes se dirigen en sus campañas publicitarias, y para quienes diseñan sus escaparates y renuevan sus colecciones semanal o quincenalmente (figura 8).

Veámos en el análisis de la *Identidad de grupo* cómo la estética está fuertemente ligada a la cultura juvenil en la que el joven desea moverse. La dependencia que muchos chicos de entre 11 y 14 años tienen de su grupo de amigos les hace adoptar estilos, comprar prendas y productos que les permitan pertenecer a ellos. La ropa no es un producto más, puede ser la vía más rápida para acceder a un gru-



po y conformar una identidad colectiva. Son significativas las palabras que Guillermo Saldaña, de 12 años, dijo al ganar uno de los premios de la I Edición del concurso: "La gente va vestida como quiere, pero va cambiando de estilos muy rápido y muchas personas no son coherentes con su forma de vestir"⁵.

Frente a las generalidades, hay que diferenciar las distintas subculturas juveniles, como las tribus urbanas, cuyas estéticas se nutren de las influencias que ejercen sobre ellas su grupo de iguales. Las series de televisión, o los anuncios, no ejercen ningún efecto sobre estos jóvenes, que reciben influencias básicamente de sus semejantes y no tanto de lo que se les imponga desde los medios de comunicación.

La moda se diseña, publicita y comercializa por los adultos, que son los responsables de darle un primer significado a las marcas. Pero a ese prototipo de joven que crean los chicos le añaden otros valores y códigos. Como afirma Anka Moldovan: "Cuando los mayores se inventan lo que ha de ser lo joven, los jóvenes pueden hacer dos cosas: seguirles la corriente y acep-

Figura 8. Contrast. Denis Cherim.
Figure 8. Contrast. Denis Cherim.

⁴ Comentario extraído del apartado *Observaciones*, incluido en la hoja de inscripción del concurso de Gabriel Román García Fernández, 2007.

⁵ Véase nota 2.



Figura 9. Moda y tendencias.
Varios autores.
Figure 9. Fashion and trends.
Various authors.

and create a collective identity. The words spoken by 12-year-old Guillermo Saldaña when he won one of the prizes in the competition's first edition were significant: "People wear whatever they want, but they change styles very quickly and many people aren't consistent in the way they dress."⁵

Rather than generalities, it is important to differentiate between the different youth subcultures, such as urban tribes, whose appearances are inspired by the influences their peer groups exert on them. Television series or advertisements have no effect on these young people, who are basically influenced by their peers and not so much by what the media tries to impose on them.

Fashions are designed, advertised and sold by adults, who are responsible for giving brands their primary significance. But other values and codes are added to this prototype of a young person that the kids create. As Anka Moldovan stated, "When adults invent what young should be, young people can do one of two things: go with the flow and accept their proposals, or come up with their own" (MOLDOVAN, 2007, p. 178). Remember the words of Luna Nerea, who pointed out that the same clothing is sold at every shop. Yet it is young people, the top consumers of fashions, brands and styles, who generate street trends. Fashion houses are well aware of this, and take inspiration from these trends to create their designs. Margarita Rivière states:

"Young people who express their refusal to wear mainstream (fashion) designs through originality end up reproducing the same mechanisms as the ones they protest against. Not only this; their possible "anti-establishment" ideas can end up being completely assimilated by mainstream fashion. This was the case of denim jeans, punk and many other things." (RIVIERE, 2002, pp. 91-92).

This group, which we have called *Fashion and trends*, includes some images in which both boys and girls pose before the camera and pretend to be magazine models (figure 9). They touch up the backgrounds as if they were stage sets or use real photo studios, where they pose sporting what they consider fashion trends. What is more, many of the titles imitate fashion magazines and specify on what occasions each outfit should be worn, such as

"sport," "rococo" or "for a night out with the girls."

As stated earlier, the titles are also significant due to the abundance of Anglicisms in a Spanish context. They speak of things as *in* or *out*, of what is *fashionable*, *cool* and *trendy*; even the brand names themselves are part of the titles – for example, "Pantene girl" or "Gabanna boy." Most of the terms in modern fashion were created by fashion magazines aimed not necessarily at teens but at a young audience that undeniably exerts an influence on their styles.

f. Seduction

The images included in this category are characterised by the fact that 99% of their authors are girls. We know that, biologically speaking, girls develop faster than boys; therefore, their interest and questions about sexuality and everything that surrounds it surface much earlier than in male youths. This is combined with the prototype of the successful woman sold to us by the media, which explains some of the photographs submitted to the competition.

Nearly all of the young women portrayed are posing before the digital camera or webcam in seductive poses and attire. In front of the lens, they act as if they were models hoping to awaken the observer's curiosity. The preferred location for depicting their privacy is the bedroom, a holy of holies where they store away their clothes, makeup, photos of friends and romantic "conquests", etc. Staring directly at the camera, they parade clothing usually associated with adolescents: miniskirts, T-shirts and tight jeans – even a brief glimpse of underclothes (figure 10). This phenomenon, popularised by Calvin Klein when he made underwear a fashion statement in the 1990s, is very common among young people due to the influence of urban subcultures such as the rapper and hip-hop cultures. The titles they gave to their photographs also reveal the style that defines them: *Pa'xula yo* (Cocky Me), *Modelaje* (Modelling) or *Como si de un anuncio se tratara* (As If This Were an Ad).

Looking at these images, it is impossible to miss the connection between this fashion and, above all, this attitude with the advertising that floods our streets and our homes. The overwhelm-

⁵ Idem 2

tar sus propuestas o bien producir las suyas propias” (MOLDOVAN, 2007, p. 178). Recordemos las palabras de Luna Nerea, que afirmaba que se vende la misma ropa en todos los sitios. Pero son los jóvenes, los primeros consumidores de modas, de marcas y estilos, los que generan las tendencias en la calle. Esto bien lo saben las casas de moda que para vender juventud, la toman como referente para diseñar. Margarita Rivière afirma:

“Los jóvenes que afirman a través de la originalidad su negativa a vestir las ropas comunes (de moda) acaban reproduciendo los mismos mecanismos de los que protestan. No sólo eso, sino que sus posibles ideas ‘contestatarias’ pueden acabar completamente integradas en la moda oficial. Así ocurrió con los tejanos, con lo *punk* y con tantas otras cosas” (RIVIERE, 2002, pp. 91-92).

Dentro de este grupo, que hemos denominado *Moda y tendencias*, están agrupadas algunas imágenes en las que tanto chicos como chicas posan ante la cámara simulando ser modelos de revista (figura 9) Retocan los fondos como si fuesen escenografías o se sitúan en verdaderos estudios de fotografía, donde posan mostrando lo que consideran tendencias de moda. Es más, en muchos de los títulos especifican, como si fuera una revista de moda, en qué ocasiones se debe vestir cada traje, ya sea “*sport*”, “*rococó*”, o “para salir de fiesta con las amigas”.

Como se apuntaba al principio, los títulos también son significativos pues abundan los anglicismos. Nos hablan de lo que está *in* o *out*, de lo que es *fashion*, *cool* y *trendy*; incluso las propias marcas forman parte de los títulos, por ejemplo: “chica pantenne” o “chico Gabbana”. En la moda actual la mayoría de los términos han sido creados por revistas especializadas de moda que están dirigidas a un público joven, no tanto adolescente, pero que innegablemente ejerce influencia sobre sus estilos.

f. Seducción

Las imágenes agrupadas en este apartado coinciden en que el 99 % de sus autores son chicas. Sabemos que, desde el punto de vista biológico, las chicas se desarrollan antes que los chicos; por lo tanto, su interés y preguntas sobre la sexualidad, y todo lo que le rodea, afloran mucho antes que en el joven. A esto se le une el prototipo de mujer con éxito que desde los medios

de comunicación se nos vende, con lo que se explican algunas de las fotografías recibidas en el concurso.

Casi todas las jóvenes que aparecen retratadas posan ante la cámara digital o la *webcam* con posturas y ropa seductoras. Se comportan ante el objetivo como si fuesen modelos que esperan despertar la curiosidad del espectador. El lugar preferido para representar su intimidad es su dormitorio, un *sancta sanctorum* donde custodian ropa, maquillajes, fotos de sus amigos y “ligues”... Mientras miran fijamente a la cámara, lucen prendas habitualmente asociadas con los adolescentes: minifaldas, camisetas y vaqueros ceñidos..., e incluso nos muestran levemente la ropa interior (figura 10). Este fenómeno, que ya inició Calvin Klein cuando en los años 90 encumbró las prendas íntimas como moda, es muy habitual en los jóvenes por influencia de subculturas urbanas, como los raperos y hiphoperos. Los títulos que han dado a sus fotografías son también reveladores del estilo que las definen: *Pa'xula yo*, *Modelaje* o *Como si de un anuncio se tratara*.

Ante estas imágenes es inevitable descubrir la relación de esta moda y, sobre todo, de esta actitud con la publicidad

Figura 10. Seducción. Luna Nerea.
Figure 10. Seduction. Luna Nerea.



ing desire for maturity experienced by girls of this age set causes them to imitate any aesthetic example we impose, whether it be on a perfume ad at a bus stop or a television ad for shampoo. Those publicity images promise us fame and guarantee success, as long as we maintain a feminine, attractive and seductive appearance.

The profile of “successful girls,” of “attractive personalities” pushed by many youth magazines and TV series is another incentive to adopt a seductive attitude. Feminine identity is associated with a woman who uses certain cosmetic products, who buys risqué clothing

Figura 11. *El reflejo*. Guillermo Vázquez.
Figure 11. *The Reflection*. Guillermo Vázquez.



and relates easily to members of the opposite sex. Undoubtedly, 21st-century young people express their sexuality more freely, and they do not hesitate to discuss and show it if that will help them to accept themselves and be accepted by others.

Titles and formal aspects of the images

Verbal and written communication between young people in the 21st century has undergone numerous transformations, as we have seen reflected in the *Group identity* images. Youth slang and the lingo they use to relate to each other are the keys to belonging to a group. Moreover, the communication methods used in recent decades have also changed dramatically thanks to new technologies. Fifteen years ago, private homes had one or two telephones shared by everyone and located in the common areas of the house, but today every member of the family has a mobile phone they can talk on anywhere.

The mobile phone and the Internet have been the catalysts behind the creation of a new written language. SMS or text messages and emails have transformed words into letter codes that are shorter and faster to write. In many of the titles that the kids gave their photographs, this “SMS” language is common. The “x” stands for the preposition “por” (like “4” instead of “for”), the letter “T” represents the pronoun “te” (like “U” instead of “you”), and “x” can also represent the “ch” sound; these, together with Anglicisms, are the resources most frequently employed by young people when communicating with each other.

The treatment of visual communications has also changed. Modern-day digital cameras have democratized and allow us to snap photos constantly, sending the ones we don't like to the recycling bin on our computer desktops; we can also use various software programmes to touch up and alter the ones we wish to keep as mementos. Digital images allow us to change the frames, backgrounds, our appearance and other aspects (figure 11), and they offer higher quality definition, unlike the other kind of camera used frequently in this competition – the webcam.

que inunda nuestras calles y nuestros hogares. La madurez, que tanto ansían las chicas en estos tramos de edad, les lleva a imitar cualquier referente estético que impongamos, ya sea con un cartel de perfume en la parada de autobús o en un *spot* de champú. Esas imágenes publicitarias nos aseguran la fama y nos garantizan el éxito, siempre que mantengamos una imagen femenina, atractiva y seductora.

El perfil de "chica de éxito", de "atractiva personalidad", que promueven muchas revistas juveniles y series televisivas es otro detonante para adoptar una actitud seductora. Asocian la identidad femenina a una mujer que usa ciertos productos cosméticos, que compra prendas atrevidas y que se relaciona fácilmente con personas de otro sexo. Sin duda, los jóvenes del siglo XXI viven con más libertad su sexualidad y no dudan en hablar de ella y mostrarla, si ello les ayuda a aceptarse y ser aceptados.

Títulos y aspectos formales de las imágenes

La comunicación verbal y escrita entre los jóvenes del siglo XXI ha sufrido numerosas transformaciones, como hemos visto reflejado en el grupo de imágenes *Identidad de grupo*. La jerga juvenil y el argot que emplean para entenderse entre ellos son la clave para pertenecer a un grupo. Así mismo, los medios de comunicación empleados en las últimas décadas también han cambiado enormemente gracias a las nuevas tecnologías. Si hace 15 años en los hogares existían uno o dos teléfonos a compartir, y ubicados en las salas comunes de la casa, ahora todos los miembros de la unidad familiar cuentan con un teléfono móvil desde el que poder hablar en cualquier sitio.

El teléfono móvil e Internet han sido los causantes del nacimiento de un nuevo lenguaje escrito. Los mensajes "sms" y los *e-mails* han transformado las palabras en códigos de letras que resultan más cortos y rápidos. En muchos de los títulos que los chicos han dado a sus fotografías, este lenguaje "sms" es habitual. La "x", que sustituye a la preposición "por"; la abreviatura "T", al pronombre "te"; la "x", a la letra "ch"... son, junto con los anglicismos, los recursos más utilizados por los jóvenes a la hora de comunicarse.

El tratamiento de la comunicación visual también ha cambiado. Las actuales cámaras digitales se han democratizado y nos permiten tomar imágenes constantemente, desechando a la papelera de reciclaje de nuestros ordenadores aquellas que no nos gustan; también podemos retocar y modificar con diversos programas informáticos aquellas que queremos mantener en el recuerdo. Las imágenes digitales nos permiten cambiar los encuadres, los fondos, nuestro aspecto... (figura 11) y ofrecen más calidad en su resolución, lo que no ocurre con la otra cámara protagonista del concurso, la *webcam*.

Entre los jóvenes, la idea de compartir imágenes digitales no es ajena. Como comentábamos al comienzo de este artículo, muchos de ellos están familiarizados con el hecho de "colgar" imágenes en Internet, por ejemplo en *MySpace*, un *blog* o un *fotolog*. Este último sitio web es el que está más relacionado con los contenidos de este concurso y consiste en un medio gratuito donde se comparte y exhibe una galería de imágenes, generalmente personales, a las que les puedes agregar comentarios y donde tus amigos, ciberamigos y conocidos pueden opinar. No todas las imágenes que exponen en estas páginas están formalmente cuidadas, ya que el objetivo es simplemente mostrar cómo son y qué les gusta.

En *¿Cómo T vistes, cómo T ves?* los chicos se han enfrentado a la tarea de tomar decisiones no sólo en cuanto al tema de sus fotografías, sino también en relación con la composición formal (las luces, los colores, los posibles retoques con *Photoshop*...). Sin duda, la calidad fotográfica de muchas de las imágenes recibidas, sobre todo en la última edición, ha superado con creces nuestras expectativas iniciales.

Agradecimientos

Antes de finalizar este artículo, me gustaría dar las gracias a Mara Canela, jefa del Departamento de Difusión del Museo del Traje, por darme la oportunidad de llevar a cabo este gran proyecto. También agradecer a Nerea Goicoetxea y a Raphaela Maciel el entusiasmo y la colaboración en la coordinación de la II y III edición de este concurso de fotografía.

To young people, the notion of sharing digital images is nothing new. As we commented at the beginning of this essay, many of them are familiar with the act of “posting” images on the Internet, for example on MySpace, a blog or photolog. This last website is the one that is most closely related to the contents of this competition; it is a free space that shares and displays a gallery of images, generally of a personal nature, to which you can add comments and where your friends, cyber-friends and acquaintances can give their opinions. Not all of the images displayed on these pages are formally elaborate, because the idea is to simply show how they are and what they like.

In *¿Cómo T vistes, cómo T ves?*, the kids have shouldered the task of making decisions not only in terms of the theme of their photographs, but also

with regard to formal composition (lighting, colours, possible touch-ups with Photoshop, etc.). Undoubtedly, the photographic quality of many of the images submitted, particularly in the latest edition, have far exceeded our original expectations.

Acknowledgements

Before concluding this essay, I would like to thank Mara Canela, head of the Publicity Department of the Museo del Traje, for giving me the opportunity to carry out this great project. Thanks also go to Nerea Goicoetxea and to Raphaela Maciel for their enthusiasm and assistance in coordinating the 2nd and 3rd editions of this photography competition.

Bibliografía

DEVOS, F., *Jóvenes pero alcanzables. Técnicas de marketing para acercar la cultura a los jóvenes*, Madrid: Iberautor S.R.L., Fundación Autor, 2006; 139 p.

FEIXA, C., *Culturas juveniles en España (1960-2004)*, Madrid: INJUVE, 2004; 233 p.

FEIXA, C., "La habitación de los adolescentes". En *Papeles del CEIC* (Centro de Estudios sobre Identidad Colectiva) N. 16 [en línea]. Universidad del País Vasco, 2005. Disponible en Internet: <<http://ehu.es/CEIC/papeles/16/pdf>>. [16 de mayo de 2005]. ISSN: 1695-6494.

FEIXA, C.; Porzio, L., "Los estudios sobre culturas juveniles en España (1960-2003)". *Revista de Estudios de Juventud*, N. 64, (2004), pp. 9-28.

MÉNDIZ NOGUERO, A., "La juventud en la publicidad". *Revista de Estudios de Juventud*, N. 68, 2005, pp. 104-114.

MOLDOVAN, A., "Lenguaje y comunicación en la juventud: catálogo de moda". *Revista de Estudios de Juventud*, N. 78, 2007, pp. 177-191.

NILAN, P., "Culturas juveniles globales". *Revista de Estudios de Juventud*, N. 64, 2004, pp. 39-47.

REPISO PEÑA, I., "El motor joven de la blogosfera". *Revista de Estudios de Juventud*, N. 78, 2007, pp. 161-174.

RIVIÈRE, M., "Moda de los jóvenes: un lenguaje adulterado". En *Comunicación y cultura juvenil*, Madrid: Félix Rodríguez (ed.), 2002, pp. 87-91.

SOLÉ BLANCH, J., "Microculturas juveniles y nihilismos virtuales" en *Revista Textos de la CiberSociedad* N. 9 [en línea]. 2006. Disponible en Internet: <<http://www.ciber-sociedad.net>>. ISSN: 1577-3760.

Silvia Montero Redondo
Restorer of Cultural Assets
at the Museo del Traje. CIPE
silvia.montero@mcu.es

Insect extermination by anoxia in the collections of the Museo del Traje. CIPE

ABSTRACT: Pest control at the Museo del Traje. CIPE is an arduous task to which the Conservation Department dedicates a great deal of effort. One of the measures taken to prevent the presence and propagation of biological species that could pose a threat to the integrity of the pieces in the museum consists of insect extermination by anoxia. Given the enormous quantity of newly acquired pieces that have been added to the clothing collection in recent years and the increasing number of pieces loaned out for temporary exhibitions, this system allows the collection to be safeguarded against pests that could be brought in from the outside.

KEYWORDS: Conservation, Restoration, Pest Control, Insect Extermination, Clothing.

Insect extermination by anoxia in the collections of the Museo del Traje. CIPE

The Museo del Traje. CIPE is home to approximately 110,000 pieces divided into collections of apparel, textiles, ethnography, toys, painting, photography and jewellery. Each collection contains a wide diversity of pieces that share several common characteristics, one of which is the fact that they are made of organic materials such as wood, textiles, plastics, leather, paper, etc. In the course of their natural ageing processes, these materials are susceptible to presenting and developing biological deterioration

due to the presence of microorganisms and/or various insect species, each of which has a preference for a certain type of material.

Most of the insects that can infect a collection, thanks to their ability to digest cellulose and proteins, feed off the structural substrata of the pieces, but they have a special predilection for the substances applied on their surfaces in the form of fabric finishes, adhesives, pastes – materials that are easier to digest than those of the base. These insects do chemical, physical and even aesthetic damage to the collections, and they can actually eat away an entire piece.

In the Conservation Department of the Museo del Traje. CIPE, which is responsible for the physical care of the museum's collections, we try to protect the pieces and keep this kind of biological deterioration from occurring by applying preventive conservation control measures, both in storage and in the museum's exhibition halls. To this end, we have introduced different preventive policies based on a rigorous control of the museum's indoor atmospheric conditions. The Hanwell system allows us to take daily humidity and temperature measurements to detect any possible climate fluctuations that may occur. In addition to controlling the indoor environment of the building, we also have a policy of placing traps in strategic locations in the storage rooms and exhibition halls.

The causes of an infestation in a collection are numerous, but in the case of the Museo del Traje. CIPE it is important

Desinsectación por anoxia de las colecciones del Museo del Traje. CIPE

Silvia Montero Redondo
Restauradora de Bienes Culturales
en el Museo del Traje. CIPE
silvia.montero@mcu.es

RESUMEN: El control de plagas en el Museo del Traje. CIPE es una tarea ardua en la que el Departamento de Conservación vuelca sus esfuerzos. Una de las medidas tomadas, para impedir la presencia y desarrollo de especies biológicas que puedan poner en peligro la integridad de las obras custodiadas, consiste en la implantación del tratamiento de desinsectación por anoxia. Dada la ingente cantidad de piezas de nuevo ingreso que en los últimos años han pasado a formar parte de la colección de indumentaria y el aumento incesante de préstamos de piezas para exposiciones temporales, este sistema hace posible que se garantice la salvaguarda de la colección frente a un posible contagio desde el exterior.

PALABRAS CLAVE: Conservación, restauración, control de plagas, desinsectación, indumentaria.

Desinsectación por anoxia de las colecciones del Museo del Traje. CIPE

El Museo del Traje. CIPE alberga en torno a 110.000 piezas distribuidas en colecciones de indumentaria, textiles, etnografía, juguetes, pintura, fotografía, joyas. Todas ellas contienen piezas muy diversas caracterizadas, entre otros aspectos, por ser materiales orgánicos como madera, textil, plásticos, cuero, papel, etc. Estos materiales son susceptibles de presentar y desarrollar, en su proceso natural de envejecimiento, un deterioro biológico debido a la presencia de microorganismos

y/o insectos de diversas especies, cada una de ellas con preferencia por un tipo de material.

La mayoría de los insectos que pueden infectar una colección, gracias a su capacidad para digerir la celulosa y las proteínas, además de alimentarse del sustrato estructural de la obra, sienten especial predilección por las sustancias aplicadas sobre sus superficies en forma de aprestos, adhesivos, engrudos, etc., materiales más fácilmente digeribles que los de base. Los daños que producen sobre las colecciones son de carácter químico, físico e incluso estético, pudiendo llegar a hacer desaparecer la obra en sí.

En el Departamento de Conservación del Museo del Traje. CIPE, encargado del cuidado físico de las colecciones del Museo, tratamos de protegerlas y evitar que se produzca este tipo de deterioro biológico aplicando medidas de control de conservación preventiva, tanto en almacén como en las salas de exposición del Museo. Para ello, hemos puesto en marcha distintas políticas preventivas basadas en el control riguroso de las condiciones medioambientales del interior del Museo. Mediante el sistema Hanwell se realizan mediciones diarias de humedad y temperatura, para observar las posibles fluctuaciones climáticas que pudieran producirse. Además del control medioambiental del espacio interior del edificio, se realiza una política de colocación de trampas en zonas estratégicas de los almacenes y las salas de la Exposición.

Las causas de infestación de una colección son múltiples, pero en el caso

to bear in mind its location within the city of Madrid. Measures taken indoors can often be insufficient and even useless if we fail to consider other risk factors, such as the environs of the museum. The museum building is located in an exclusive area of northwest Madrid, on the university campus, characterised by large green spaces. Concretely, the building stands in the middle of a 30,000-square-metre plot of land: 4,000 metres are occupied by the permanent exhibition halls, 1,200 are allotted to the temporary exhibition halls and over 6,000 correspond to the storage rooms. The rest of the plot is covered by lawns and gardens which hold the café-restaurant and the museum shop. Therefore, the building is surrounded on every side by areas that pose an infestation risk, given that gardening activities are carried out on a daily basis and the arboreal and floral species that embellish the environs are constantly being watered and cared for.

In order to prevent any biological species from invading the building, the museum relies on the services of an outsourced company which takes the necessary measures to ensure its safety.

Even so, the collections are still at risk from possible infestations, and because these collections are so vulnerable to contamination by biological agents, we must work tirelessly to preserve them in a clean and pest-free environment to ensure their conservation for future generations.

There is another possibility or risk factor that we must consider in order to protect the collections. One of these biological species, no less important and dangerous than those named above, gains access to the museum on the very pieces brought in to join the collection. If an infected work were to enter the building, the rest of the collection would immediately be exposed to the pest. In the worst-case scenario, if the piece were stored after being inventoried, the collection would become infected and vulnerable to a biological plague within the space of a few short days or months.

Another risk factor to bear in mind is the possible infestation of one of the museum's pieces sent out on loan for a temporary exhibition. During its time in other venues, cities or even countries, the work may be exposed to contagion if the conservation measures stipulated for the loan are not observed. In recent

years, the museum's activity "outside the museum" has grown, and increasingly more pieces are being loaned for temporary exhibitions. Consequently, when they return, the rest of the collection may be exposed to a possible infestation.

For all of these reasons, and given the quantity of new works that have been added to the collection in recent years, as well as the continuous comings and goings of pieces loaned out for exhibitions, the museum's Conservation Department has begun to use insect extermination by anoxia as a measure of prevention and control to avoid possible infestations. This treatment is systematically applied to all new pieces entering the collection. Combined with the aforementioned measures, this method effectively eliminates the possibility of the existence of insect plagues inside the building.

Since my arrival at the Museo del Traje as a textile restorer, I have dedicated my time to, among other tasks, carrying out the anoxic insect extermination treatments on the museum's collections. Given that the majority of the pieces entering the museum pertain to the textiles and clothing collection, the supervision and observation of the museum's textile restorer was required.

Over the course of these years, I have completed exhaustive research on this treatment. To this end I have gathered information on the systems used in other museums and conservation centres, both in Spain and abroad. But my work is primarily based on the extensive bibliography compiled by Nieves Valentín, a biologist at the IPHE (Spanish Historical Heritage Institute) and an expert on the control of cultural heritage biodeterioration. Her professionalism and her advice have allowed me to explore this fascinating world and learn in order to carry out this task at the Museo del Traje with well-defined criteria and goals, adapting my ideas to the possibilities and unique circumstances of the museum with regard to available infrastructures and resources.

What do we look for? Insect species that can infect the museum's collections

The nearly one thousand insect species that pose a threat to the museum's collections can be grouped into two cate-

del Museo del Traje. CIPE no hay que olvidar su ubicación en la ciudad de Madrid. Muchas veces las medidas tomadas en el interior pueden resultar insuficientes e incluso inútiles si no tenemos en cuenta otros factores de riesgo como puede ser el entorno en el que se halla el Museo. El edificio en el que se sitúa está enclavado en una zona privilegiada del noroeste de Madrid, en la Ciudad Universitaria, caracterizada por grandes espacios ajardinados. En concreto, el edificio se enclava en el centro de una parcela de 30.000 metros cuadrados, de los cuales 4.000 están dedicados a las salas de la Exposición Permanente, 1.200 a las de exposiciones temporales y más de 6.000 al almacén. El resto son jardines en los que se encuentra la cafetería-restaurante y la tienda del Museo. Por tanto, el edificio queda rodeado, en todo su perímetro, por zonas de riesgo de infestación, ya que la actividad de cuidado de los jardines es diaria, con riego y saneamiento continuo de las especies arbóreas y florales que embellecen el entorno.

Para evitar la penetración de cualquier especie biológica en el interior del edificio, se contratan los servicios de una empresa externa que toma las medidas necesarias para conseguirlo.

Pero aun así, las posibilidades de infestación de las colecciones siguen existiendo y, al tratarse de unas colecciones tan susceptibles de ser contaminadas por agentes biológicos, no debemos cesar en el empeño de conservarlas en un entorno limpio y libre de plagas, asegurando su conservación para generaciones futuras.

Existe otra posibilidad o factor de riesgo que debemos tener en cuenta a la hora de proteger las colecciones. Una vía de acceso de estas especies biológicas en el Museo, no menos importante y peligrosa que las anteriormente citadas, está en la propia obra que ingresa para formar parte de la colección. En el supuesto de que una obra infectada entrara en el edificio, el resto de la colección quedaría inmediatamente expuesta al contagio. En el peor de los casos, si la obra fuera almacenada tras su inventariado, la colección, en pocos días o meses, podría quedar contagiada y desprotegida ante una plaga biológica.

Otro factor de riesgo a tener en cuenta es la posible infestación de una de las piezas del Museo, al salir en préstamo a

una exposición temporal. Durante su permanencia en otras sedes, ciudades o, incluso, otros países, la obra puede quedar expuesta al contagio si no se siguen las medidas de conservación exigidas para su préstamo. Durante los últimos años, la actividad del Museo "fuera del Museo" ha ido creciendo y cada vez se prestan más piezas para exposiciones temporales. De esta forma, cuando regresan, se abre una nueva posibilidad de infestación al resto de la colección.

Por todo ello, y ante la cantidad de obras nuevas que en los últimos años está ingresando en la colección, así como por el continuo trasiego de entrada y salida de piezas en préstamo para exposiciones, el Museo, a través del Departamento de Conservación, ha puesto en marcha el tratamiento de desinsectación por anoxia como medida preventiva y de control ante una posible infestación. Este tratamiento se aplica, de forma sistemática, a todas las piezas de nueva incorporación a la colección. De esta forma, junto con las medidas anteriormente expuestas, queda garantizada y sellada la posibilidad de existencia de plagas de insectos en el interior del edificio.

Desde mi llegada al Museo del Traje como restauradora textil, me he dedicado, entre otras funciones, a realizar los tratamientos de desinsectación por anoxia de las colecciones del Museo. Dado que la mayor parte de las piezas que ingresan pertenecen a la colección de textiles e indumentaria, se requería el cuidado y observación de la restauradora textil del Museo.

A lo largo de estos años, he realizado una exhaustiva labor de investigación sobre dicho tratamiento. Para ello me he informado de los sistemas implantados en otros Museos y Centros de Conservación, tanto nacionales como internacionales. Pero, principalmente, me he basado en la extensa bibliografía desarrollada por Nieves Valentín, bióloga del IPHE, y experta en el control del biodeterioro en patrimonio. Su profesionalidad y sus consejos me han permitido adentrarme en este fascinante mundo y aprender para poder realizar esta función en el Museo del Traje con criterio y objetivos definidos, adaptándome a las posibilidades y circunstancias particulares del Museo en cuanto infraestructuras y medios disponibles.



Figuras 1 y 2. Ciclo vital de insectos con metamorfosis simple y complicada.
 Figures 1 and 2. Life cycle of insects with simple and complex metamorphosis.

gories according to their life cycles: the first group of insects undergoes a simple metamorphosis and the second presents a complex metamorphosis. The life cycle of the first group includes a series of stages such as egg, larva and adult, while the second undergoes a more complex metamorphosis in which the egg transforms into larva, later into a nymph and finally reaches adulthood (figures 1 and 2).

Some of the most notable simple-metamorphosis insects that can attack the cultural assets in our care are termites of the Isoptera order, cockroaches of the Dictyoptera order and silverfish or *lepisma saccharina* of the Thysanura order.

Cockroaches are omnivorous, but they feed especially off starch and proteins. Their presence in the museum could be primarily due to the existence of left-over food in rubbish bins or the accumulation of dirt in corners and places of transit, as well as the proximity of the museum facilities to the café-restaurant. Therefore, in order to avoid their presence, the halls and storerooms must be cleaned daily, without forgetting work zones, corridors, toilet facilities, etc. Nevertheless, the museum's internal regulations prohibit the introduction of any kind of food into the building.

The damage that this species does to the collections can be physical-mechan-

ical, given that it feeds on substrata made using protein glues and starch – and starch is found on many textile items in the fabric finishes. But cockroaches can also do chemical damage, because the waste they leave on the objects that cross their paths can react chemically with the original materials of the pieces.

The silverfish is one of the most common pests in libraries, museums and buildings in general. It feeds off products with high carbohydrate content (starch) and proteins, but it also eats cellulose and fabrics made of plant fibres such as linen, cotton and rayon.

Generally speaking, they hide in dark places and avoid direct contact with sunlight. Once they detect food, they position themselves nearby. They have a preference for paper or starched silk fabrics. There are numerous species of silverfish: some prefer cold, humid surroundings, while others prefer hot but equally humid environments. In general, their optimal conditions for living and growing are a temperature range of between 22 and 27 °C and a RH of between 75 % and 95 %.

The damage they do to the museum collection, primarily to clothing, is fundamentally mechanical and takes the form of a superficial erosion of the cloth (figure 3).

However, our interest is focused more on complex-metamorphosis insects due to their taste and predilection for the plant or protein-based materials present in the textile and clothing collection. The most important are wood-worms and dermestid beetles, both of the Coleoptera order, and moths of the Lepidoptera order.

The most notorious of the dermestids are the museum beetle or *Anthrenus museorum*, the fur beetle or *Attagenus pelli*, the black carpet beetle or *Attagenus piceus* and the varied carpet beetle or *Anthrenus verbasci*. They all feed on protein-based materials such as silks, leathers, parchments, feathers, natural adhesives, whalebones, wools, animal skins, horsehair, etc., but they also eat fabrics made from plant fibres, which are often starched. The larvae are small, dark and have a furry appearance. They leave behind multiple larval skins or exuvias as they move from one phase to the next over a period of four or five months. The larvae transform into chrysalides in their last larval cocoon and,

¿Qué buscamos? Especies de insectos que pueden infectar las colecciones del Museo

El casi millar de insectos susceptibles de atacar las colecciones del Museo, se puede clasificar en dos tipologías, atendiendo a su ciclo vital: un primer tipo de insectos que desarrollan una metamorfosis simple y un segundo tipo con metamorfosis complicada. El ciclo vital de los primeros pasa por una serie de estadios como son huevo, larva y adulto, mientras los segundos sufren una metamorfosis más complicada, en la que el huevo pasa a larva, posteriormente, a ninfa y por último se convierte en adulto (figuras 1 y 2).

Entre los insectos de metamorfosis simple que pueden atacar los bienes culturales que custodiamos destacan las termitas del orden Isóptero, las cucarachas del orden Dictyóptera y el pececillo de plata o *lepisma saccharina*, del orden Thysanura.

Las cucarachas son omnívoras, pero se alimentan especialmente de almidón y proteínas. Su presencia en el Museo podría deberse, principalmente, a la existencia de restos de alimentos en papeleras o a la acumulación de suciedad en rincones y zonas de paso y a la cercanía a las instalaciones del Museo de la cafetería-restaurante. Por ello, para evitar su presencia, es necesaria una limpieza diaria de las salas y almacenes, sin olvidar las zonas de trabajo, pasillo, aseos, etc. No obstante, las normas de funcionamiento interno prohíben la introducción, en el edificio, de cualquier tipo de alimento.

El daño que provoca esta especie en las colecciones puede ser físico-mecánico, ya que se alimenta de sustratos realizados a base de colas proteínicas y almidón, presente este último en muchas piezas textiles como acabados de sus tejidos aprestados. Pero también produce daños químicos, ya que los productos de deshecho que deposita sobre los objetos por los que deambula pueden llegar a reaccionar químicamente con los materiales originales de las obras.

El pececillo de plata es una de las plagas más comunes de las bibliotecas, museos y edificios en general. Se alimenta de productos con alto contenido en hidratos de carbono (almidón) y proteínas, pero también de celulosa o tejidos realizados

con fibras vegetales como el lino, el algodón, el rayón.

Por lo general, se ocultan en espacios oscuros y evitan el contacto directo con la luz solar. Una vez que detectan el alimento, se sitúan en zonas próximas. Tienen predilección por el papel o los tejidos de seda almidonados. Hay múltiples especies de pececillos de plata: algunos prefieren entornos fríos y húmedos y otros cálidos pero igualmente húmedos. En general, sus condiciones óptimas para vivir y desarrollarse son una temperatura comprendida entre 22 y 27 °C y una HR entre el 75 y 95 %.

El daño que produce en las colecciones del Museo, principalmente en indumentaria, es fundamentalmente mecánico y adquiere forma de erosión superficial del tejido afectado (figura 3).

Pero son los insectos de metamorfosis complicada los que más nos interesan por su afinidad y predilección por los materiales de origen vegetal o proteínico presentes en la colección de textiles e indumentaria. Entre ellos destacan las carcomas y los derméstidos, ambos del orden Coleóptero, y las polillas, del orden Lepidóptero.

Entre los derméstidos destacan el gorgojo de los museos o *Anthrenus museorum*, el escarabajo negro o *Attagenus pelli*, el escarabajo de las alfombras o *Attagenus piceus* y el gorgojo de los tejidos o *Anthrenus verbasci*. Todos ellos se alimentan de materiales de naturaleza protéica como sedas, cueros, pergaminos, plumas, adhesivos naturales, ballenas, lanas, pieles, crin, etc., pero también de fibras vegetales, a menudo aprestadas. Las larvas son pequeñas, de color oscuro y aspecto peloso. Van abandonando múltiples pieles larvales o exuvias conforme mudan de una fase a otra a lo largo de un periodo de 4 o 5 meses. Las larvas se transforman en crisá-



Figura 3. Pececillo de plata (*Lepisma Saccharina*). Ilustración de Silvia Montero.

Figure 3. Silverfish (*Lepisma Saccharina*). Illustration by Silvia Montero.

Figura 4. *Attagenus pellio* larva.
Ilustración de Silvia Montero.
Figure 4. *Attagenus pellio* larva.
Illustration by Silvia Montero.

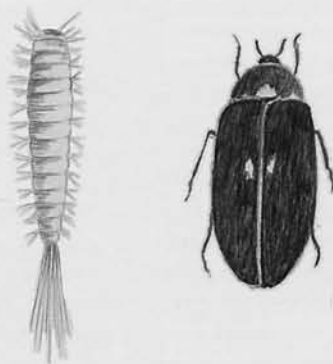


Figura 5. *Attagenus pellio* adulto.
Ilustración de Silvia Montero.
Figure 5. *Attagenus pellio* adult.
Illustration by Silvia Montero.

once they reach adulthood, they live for nearly a month. After laying eggs, the female usually dies a few days later (figures 4, 5, 6 and 7).

Their presence in the museum collections is devastating, above all to the clothing items. The damage they do to fabrics is mainly physical-mechanical, given that the larva feeds off the fibres it finds in its path and creates small holes. In animal skin or leather pieces, the damage takes the shape of tunnels measuring 1-2 mm in diameter.

In the museum we have discovered a few pieces affected by this insect, which have had to be treated and the bugs exterminated. Exuvias have been found in the silk lining of a 19th-century dress, and we have even discovered a live larva.

A fearsome member of the Lepidoptera order is the webbing clothes moth or *Tineola bisselliella*, which is responsible for serious damage to protein-based fabrics, especially wool, and can be found in countless items of popular and historical clothing in the museum (figures 8 and 9).

The larvae of the clothes moth can wreak havoc in a storeroom full of clothing, given that they primarily feed on proteins and have a particular taste for keratin, found in materials such as ani-

mal skins, feathers, hair, wool, silk, etc.

The larva measures 10 mm in length and is cream-coloured with a dark brown head. Over the course of its larval phase it sheds its skin on several occasions, leaving its exuvias spread on the substrata on which it feeds.

The webbing moth is a silver dun colour and has narrow, shiny golden wings with rows of long hairs on the edges. The female adult does not feed and dies once her eggs are laid, as her source of energy is consumed rapidly. This species lives in dark spaces and, unlike other moths, avoids the light.

Dead specimens of *Tineola Biselliella* have been found in the temporary exhibition halls of the museum. In the storerooms there are examples of clothing items on which we have detected traces of their past presence, with their characteristic tracks of small-diameter holes (figure 10).

In every one of the aforementioned cases, the larval phase of both simple and complex-metamorphosis insects is the most prejudicial to cultural assets because it does the greatest damage. During this stage, the worm or larva feeds off the substrata in which it lives. Therefore, depending on the species, the damage may appear in the form of larger or smaller tunnels, holes, surface erosions, etc. Nevertheless, their presence in any of the other life stages is a threat to cultural assets because they can attract other species that feed on them, and their excrement can cause irreversible damage in the form of acidic or basic stains that degrade the substrata on which they are deposited.

As we have seen, the direct consequences of insect attacks are chemical, physical and aesthetic transformations that threaten the integrity of the piece and the rest of the collection, and therefore they must be eradicated using insect extermination treatments.

Figura 6. *Anthrenus vervasci*, larva. Ilustración de Silvia Montero.
Figure 6. *Anthrenus vervasci*, larva. Illustration by Silvia Montero.

Figura 7. *Anthrenus vervasci*, exuvia. Ilustración de Silvia Montero.
Figure 7. *Anthrenus vervasci*, exuvia. Illustration by Silvia Montero.

Figura 8. *Anthrenus vervasci*, adulto. Ilustración de Silvia Montero.
Figure 8. *Anthrenus vervasci*, adult. Illustration by Silvia Montero.



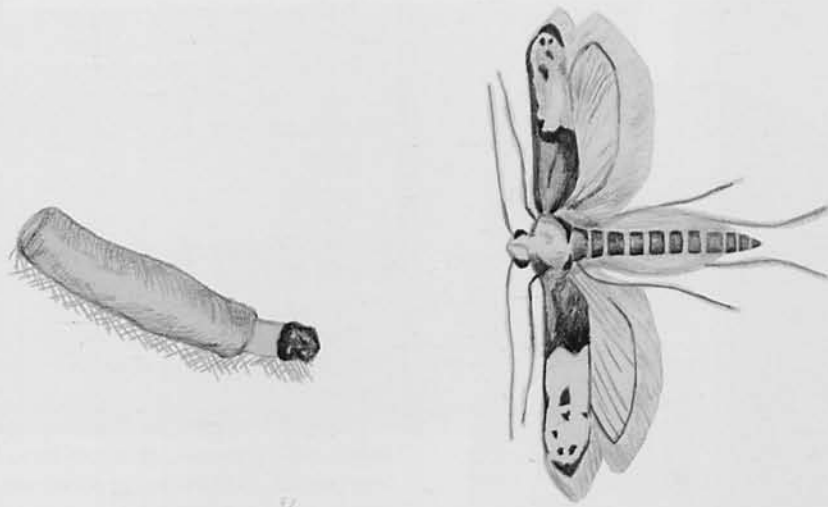


Figura 9. *Tineola bisselliella*, larva.
Ilustración de Silvia Montero.
Figure 9. *Tineola bisselliella*, larva.
Illustration by Silvia Montero.

Figura 10. *Tineola bisselliella*, adulto.
Ilustración de Silvia Montero.
Figure 10. *Tineola bisselliella*, adult.
Illustration by Silvia Montero.

lidas en su última envoltura larval y, una vez adultos, viven cerca de un mes. Después de poner los huevos, la hembra suele morir pasados unos días (figuras 4, 5, 6 y 7).

Su presencia en las colecciones del Museo es devastadora, principalmente en las de indumentaria. Los daños que produce sobre los tejidos son principalmente físico-mecánicos, ya que la larva se va alimentando de las fibras que encuentra a su paso, y produce roturas en forma de pequeños agujeros. En piezas de piel o cuero, el daño adquiere forma de galería de 1-2 mm de diámetro.

En el Museo se han detectado algunas piezas con presencia de este insecto, por lo que han tenido que ser tratadas y desinsectadas. Se han encontrado exuvias en el forro de seda de un vestido del siglo XIX. Incluso hemos encontrado una larva viva.

Dentro del orden Lepidóptero destaca la temible polilla de la ropa o *Tineola bisselliella*, responsable de los graves daños ocasionados en tejidos proteínicos, en particular la lana, y presente en innumerables ejemplares de indumentaria popular e histórica del Museo (figura 8 y 9).

Las larvas de las polillas de los vestidos o de la ropa pueden causar estragos en un almacén de indumentaria, ya que se alimentan principalmente de proteínas, con predilección por la queratina, presente en materiales como las pieles, plumas, pelo, lana, seda, etc.

La larva tiene un tamaño de 10 mm de longitud y es de color crema, con la cabeza más oscura de color marrón. A lo largo de su fase larval va mudando en varias oca-

siones, y deja sus exuvias depositadas sobre el sustrato del que se alimenta.

La polilla tejedora es de color pardo plateado y posee unas alas estrechas, doradas y brillantes, con bandas de largos pelos en los bordes. El adulto hembra no se alimenta y muere una vez ha desovado, al consumirse rápidamente su fuente de energía. Vive en zonas oscuras y, a diferencia del resto de las polillas, huye de la luz.

Se han detectado ejemplares muertos de *Tineola bisselliella* en las salas de exposiciones temporales del Museo. En los almacenes existen ejemplos de piezas de indumentaria en las que hemos detectado su antigua presencia, con sus huellas características en forma de agujeros de pequeño diámetro (figura 10).

En cualquiera de los casos anteriormente expuestos, tanto en los insectos de metamorfosis simple como en los de complicada, la fase larvaria es la más perjudicial para los bienes culturales, pues es la que mayor daño produce. En esta fase cuando, en gusano o larva, se alimenta del sustrato en el que vive. Por ello, en función de cada especie, el deterioro provocado presenta forma de galerías de mayor o menor diámetro, agujeros, erosiones superficiales, etc. No obstante, su presencia en cualquiera de las demás fases vitales es perjudicial para los bienes culturales, ya que puede ser motivo de colonización por parte de otras especies que se alimenten de ellas, y, además, sus productos de deshecho pueden ocasionar daños irreversibles en forma de manchas ácidas o básicas que degraden el sustrato sobre el que se depositan.



Figura 11. MT000905. Chupa del siglo XVIII con huellas de ataque de polilla. *Tineola Bisselliella*. Museo del Traje. CIPE.
 Figure 11. MT000905. 18th-century jacket with traces of moth damage. *Tineola Bisselliella*. Museo del Traje. CIPE.

Insect extermination by anoxia

The goal of extermination by anoxia is to eradicate and eliminate any kind of insect that may be present in the museum's collections.

It consists of creating a transformed atmosphere in which oxygen is replaced by an inert gas (nitrogen or argon) until oxygen levels drop below 0.1% and certain humidity and temperature conditions are achieved. This produces an anoxic atmosphere in which insects cannot survive.

In this atmosphere, created in an airtight space, the different pieces to be treated are introduced and remain there for a period of time that varies depending on the species being exterminated. The treatment is effective at any biological stage – egg, larva or adult.

The duration of the treatment depends on the insect species being eradicated and the developmental phase it is in (adult, larva or egg) as well as the temperature and RH inside the bubble. The nature, size and state of conservation of the work are also taken into account.

Studies done by Nieves Valentín have determined that this is an inert method; in other words, the treated work does not suffer any chemical alterations in its substratum after application (Valentín, N. 1998).

Methodology used at the Museo del Traje. CIPE

At the Museo del Traje, treatment is applied at two different times for different reasons.

Firstly, it is applied to all new pieces arriving at the museum, after they have been inventoried and labelled to avoid any possible misplacements or unnecessary confusion. This measure is purely preventive and attempts to protect the rest of the collection from possible pest invasions. Secondly, given the large number of new pieces entering the museum in recent years, this measure enables the Conservation Department to maintain a feasible work pace, because it does not have the time or resources to examine each piece in detail before they enter storage¹.

The treatment is also applied periodically to pieces in which the presence of insects has been detected that might pose a threat to their integrity. Prior to treatment, the work is analysed and closely examined in places where eggs or insect remains might be hidden, such as seams, finishes, hems, linings, etc. The insect is then isolated and identified, and finally the infected piece is given a mechanical micro-vacuum cleaning before and after the anoxic treatment. Any insect remains that are found are classified for study and identification. (figures 11, 12, 13, 14 and 15).

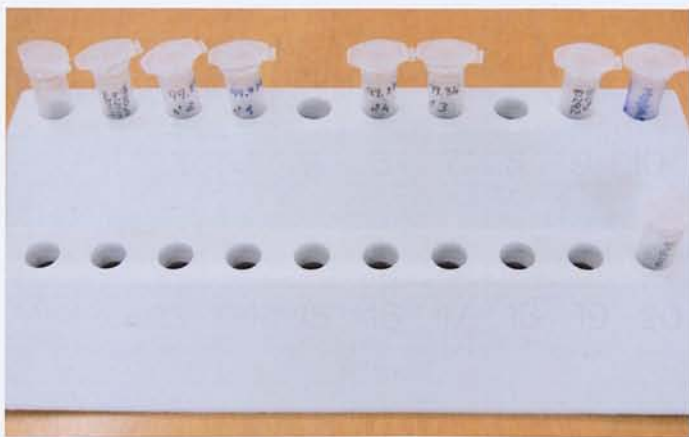
The treatment requires a daily and exhaustive control of the conditions in which it is being applied and a correct and careful handling of each of the treated items.

Methodology and documentation

Prior to treatment, different aspects of the pieces are analysed and then classified according to the information we discover.

Firstly, the pieces are analysed and grouped according to size, morphology and nature.

¹ According to the DOMUS database, between 2004 and the present date a total of 7,600 clothing items have entered.



Como hemos visto, las consecuencias directas del ataque de insectos suponen unas transformaciones químicas, físicas y estéticas que ponen en peligro la integridad de la obra y del resto de la colección, por lo que es necesaria su erradicación por medio de tratamientos de desinsectación.

Tratamiento de desinsectación por anoxia

El tratamiento de desinsectación por anoxia tiene como objetivo la erradicación y exterminio de cualquier tipo de insecto que pudiera estar presente en las colecciones del Museo.

Consiste en la creación de una atmósfera transformada en la que el oxígeno es sustituido por un gas inerte (nitrógeno o argón) hasta alcanzar unas concentraciones de oxígeno inferiores a 0,1 %, y unas determinadas condiciones de humedad y temperatura. Se crea, por tanto, una atmósfera anóxica incompatible con la vida de los insectos.

En dicha atmósfera, creada en un espacio estanco, se introducen las distintas piezas a tratar y en ella permanecen durante un tiempo variable en función de la especie a exterminar. El tratamiento es efectivo en cualquiera de sus fases biológicas; es decir, huevo, larva o adulto.

La duración del tratamiento depende de la especie de insecto que se quiere erradicar y de la fase de desarrollo en que se encuentre (adulto, larva o huevo), así como de la temperatura y HR del interior de la burbuja. De igual forma se tendrá en cuenta la naturaleza, tamaño y estado de conservación de la obra.

Estudios de Nieves Valentín determinan que se trata de un método inerte; es decir,

que tras su aplicación no se producen alteraciones físico químicas en el sustrato de la obra tratada (Valentín, N. 1998).

Metodología empleada en el Museo del Traje. CIPE

En el Museo del Traje el tratamiento se aplica en dos momentos distintos con casuísticas diferentes.

Por un lado, se aplica a todas las piezas de nuevo ingreso en el Museo, una vez que éstas han sido inventariadas y sigladas para evitar posibles extravíos o confusiones innecesarias. Esta medida es puramente preventiva e intenta evitar el contagio del resto de la colección. Por otra parte, dado el elevado volumen de piezas de nuevo ingreso que están entrando en el Museo en los últimos años, esta medida permite un ritmo de trabajo asequible para el Departamento de Conservación, que no puede abarcar la revisión minuciosa de cada una de las piezas, antes de que entren en los almacenes¹.

Por otro lado, se aplica puntualmente a las piezas en las que se ha detectado presencia de insectos que sean susceptibles de poner en peligro su integridad. Previamente al tratamiento, se analiza la obra buscando pormenorizadamente en lugares en los que pueda haber presencia de huevos o restos del insecto detectado, tales como costuras, remates, dobladillos, entretelas, etc. Posteriormente, se aísla e identifica el insecto y, por último, la pieza infectada se somete a un tratamiento de limpieza mecánica por microaspiración antes y después del tratamiento de anoxia. Los restos de insecto encontrado, se clasifican para su estudio e identificación (figuras 11, 12, 13, 14 y 15).

Figuras 12 y 13. Clasificación de los restos de insectos encontrados.

Figures 12 and 13. Classification of insect remains detected.

Figura 14. Restos de exuvias de derméstidos encontrados en piezas del Museo.

Figure 14. Traces of dermestid exuviae found on pieces in the museum.



Figura 15. Ejemplar adulto de *Tineola*.

Figure 15. Adult specimen of *Tineola*.

¹ Según consta en la base de datos DOMUS, desde el año 2004 hasta la fecha actual, han ingresado un total de 7600 piezas de indumentaria.

TRATAMIENTO DE ANOXIA MUSEO DEL TRAJE. CIPE				
Número de bolsa: /2008		Inicio crecimiento: Fin crecimiento Duración de crecimiento completo		
Número total de piezas:		Condiciones sanolora transformada:		
		Cap mede ARGON Temperatura: Humedad:		
MEDICIONES				
Nº de días	Fecha	Hora de medición	Concentración Oxígeno	Rascuradería

Figuras 16 y 17. Documentos de “control de piezas” y “mediciones” en los que se detalla el proceso.
 Figures 16 and 17. “Piece control log” and “measurement log” documents containing detailed records of the process.

Secondly, their state of conservation is analysed, taking into account the process and degree of deterioration presented.

The piece is then checked to make sure it is correctly labelled with its corresponding inventory number.

Finally, as the pieces are introduced, those subjected to anoxic treatment are recorded in two kinds of documents, the “Piece Control Log” and “Measurements Log,” where daily oxygen levels are recorded. Any incidents or variation in conditions that arise during treatment are also noted (figures 16 and 17).

After said process has been completed, the information is introduced into the conservation database of the DOMUS museographic documentation system, thus generating a specific conservation file for the treatment. In this way, the anoxic treatment applied to the piece is recorded and described, with details of the dates, person applying the treatment, type of gas used, required atmospheric conditions, oxygen level and any incidents that may have occurred during the process².

Treatment process

The pieces are treated over a 15-day period with an oxygen level of less than 0.1 %, maintaining a temperature of between 20 and 30 °C and a RH of 30-40 %.

Over the years two systems have been used: airtight bags and hermetic chambers.

Insect extermination by anoxia in airtight bags

This consists of making an airtight bubble of polyethylene plastic into which the pieces to be treated are introduced.

This bubble must meet a series of requirements in order for the treatment to work. It must be made of polyethylene plastic with low permeability to avoid leaks or the passage of gases between the interior and the exterior of the bubble; it must be transparent so that the interior can be seen and the state of the piece can be observed at all times; it

² This kind of conservation file began to be generated in 2006 through DOMUS. In this way, the DOMUS database keeps a record of treatments of insect extermination by anoxia as well as other treatments applied to the piece.

El tratamiento requiere un control diario y exhaustivo de las condiciones en las que se desarrolla y una manipulación correcta y delicada de cada una de las piezas tratadas.

Metodología y documentación

Previamente al tratamiento se analizan distintos aspectos de las piezas, para, posteriormente, proceder a agruparlas en función de las casuísticas con las que nos encontremos.

En primer lugar, se analizan las piezas y se agrupan en función de su tamaño, morfología y naturaleza.

Posteriormente, se estudia su estado de conservación, teniendo en cuenta el grado y proceso de deterioro en que se encuentran.

A continuación, se comprueba que la pieza está debidamente siglada, con su número de inventario correspondiente.

Por último, a medida que se van introduciendo las piezas, se hace un control de las que pasan por anoxia en dos tipos de documentos: el "Control de piezas" y el de "Mediciones", en el que se anotan los resultados de las mediciones de oxígeno diarias. También se anotan las posibles incidencias o variación de las condiciones que pudieran acontecer durante el tratamiento (figuras 16 y 17).

Una vez concluido dicho proceso, los datos son introducidos en el sistema de documentación museográfica DOMUS, en su base de datos de conservación; de forma que se genera un expediente de conservación específico del tratamiento. De este modo, se registra y describe el tratamiento de anoxia aplicado a la obra especificando fechas, autor, tipo de gas empleado, condiciones ambientales requeridas, porcentaje de oxígeno, así como posibles incidencias surgidas durante el mismo².

Desarrollo del tratamiento

Las piezas se tratan durante un periodo de 15 días con una concentración de oxígeno inferior al 0,1 %, manteniendo una temperatura entre 20 y 30 °C y una HR del 30-40 %.

A lo largo de estos años se han utilizado dos sistemas: en bolsa estanca y en cámara hermética.

TRATAMIENTO DE ANOXIA MUSEO DEL TRAJE. CIPE Restauradora:				
Número de bolsa:		Inicio crecimiento:		
Número total de piezas:		Fin crecimiento:		
		Duración de crecimiento completo:		
		Salida de Anoxia:		
PIEZAS				
Nº de pieza	Número de inventario	Tipo de pieza	Domus	Observaciones

Tratamiento de desinsectación por anoxia en bolsa estanca

Consiste en la fabricación de una burbuja de plástico de polietileno estanca, en la que se introducen las piezas a tratar.

Esta burbuja requiere una serie de características que hacen posible el tratamiento. Ha de ser de plástico de polietileno de baja permeabilidad, para evitar pérdidas, fugas o intercambio de gases entre el interior y el exterior de la burbuja; transparente, para que se vea el interior y se pueda observar el estado de la obra en todo momento; flexible, para que se adapte a la morfología de las piezas tratadas y evite dañarla; resistente, para que no se altere; y, por último, termofusible, para que permita el sellado completo de la burbuja convirtiéndola en una bolsa estanca.

La bolsa lleva instalada una válvula por la que penetra el gas inerte y otra válvula de salida, de mayor sección. El gas se introduce en la bolsa con una presión suave de 0,5 bares, estableciéndose a través

² Este tipo de expediente de conservación se empezó a generar en el año 2006, en DOMUS. De esta forma, en la base de datos DOMUS queda registrado, junto con el resto de tratamientos recibidos por la pieza, el tratamiento de desinsectación por anoxia.



Figuras 18, 19 y 20. Fases del tratamiento de desinsectación por anoxia en bolsa estanca.
Figures 18, 19 and 20. Stages of anoxic insect extermination treatment in an airtight bag.

must be flexible to adapt to the morphology of the treated pieces and avoid damaging them; it must be resistant so that there are no alterations; and finally, it must be thermofusible so that the bubble can be sealed, making it perfectly airtight.

The bag is fitted with a valve through which the inert gas is pumped in and another larger exit valve. The gas is introduced in the bag at a gentle pressure of 0.5 bars while the exit valve simultaneously extracts the air, allowing for a gradual replacement of atmospheric air with argon or nitrogen. To facilitate the substitution of the air inside with the inert gas, the contents of the bag can be sucked out by closing the gas entry valve once the bubble is filled. This system can be combined with the constant entry-exit flow.

An analyser or oximeter is used to measure oxygen levels. A sample is taken through a valve connected beside the exit valve and, while the bag is being emptied of air, the oxygen levels are thus recorded. An oxygen concentration of less than 0.1 % indicates that insects can no longer survive inside. When this level of oxygen is reached in the bag, the gas is disconnected and the valves are hermetically sealed.

Materials used:

- SARANEX low-permeability plastic.
- Permagum low-permeability silicon.
- Entry and exit valves with hermetic seals.
- High-purity argon or nitrogen.
- Thermohigrometer: 0-40 °C temperature range; 0-100 % humidity range.
- Polyethylene thermosealer (figures 18, 19 and 20).

The bag anoxia system has several advantages such as the ability to make different sized bags according to the number of pieces to be treated, the pos-

sibility of adapting the bag to the piece's morphology, and the fact that it can be easily transported and used in any prepared space.

However, it also presents some inconveniences, because this system requires slow and meticulous work prior to treatment, namely making the bag and assembling its sealing phases, installing valves, etc. It also has low output efficiency because each bag can only contain a maximum of 80 or 100 pieces.

This system is not advisable for pieces in a very fragile state of conservation whose mechanical and structural resistance has been severely compromised, because when a vacuum is created as the oxygen is being extracted, pressure builds up inside the bag and crushes the pieces. For the same reason, it is not advisable for pieces of a delicate nature and morphology, such as objects with a complex structure and designs made with feathers.

Insect extermination by anoxia in a hermetic chamber

The museum has been using a chamber to apply anoxic treatments since 2007, when a hermetic chamber was acquired and installed. This chamber has an interior space of 9 m³ and is specially prepared to carry out insect extermination by anoxia (figure 21).

The process consists of creating a transformed atmosphere inside a hermetic chamber, where oxygen is replaced by inert gas using atmospheric pressure and a system of cleansing by dilution. The chamber permits the use of both argon and nitrogen, but nitrogen is used because it is more inexpensive and absolutely effective for anoxic extermination³.

de ambas válvulas un barrido continuo que permite la sustitución del aire atmosférico por argón o nitrógeno. Para facilitar la sustitución del aire interior por el gas inerte, es posible succionar el contenido de la bolsa cerrando la válvula de entrada del gas una vez que éste ha llenado la burbuja. Este sistema se puede combinar con el barrido continuo.

Para la medición del oxígeno, se utiliza un analizador u oxímetro. Se toma una muestra a través de una válvula conectada junto a la válvula de salida y, durante la purga de la bolsa, se conoce la concentración de oxígeno. Una concentración inferior a 0,1 % de oxígeno indica que a partir de ese momento la mortalidad de los insectos comienza a ser efectiva. Al alcanzar esta concentración de oxígeno en el interior de la bolsa, se desconecta el gas y se cierran herméticamente las válvulas.

Materiales empleados:

Plástico de baja permeabilidad SARA-NEX.

Permagum, silicona de baja permeabilidad.

Válvulas de entrada y salida con cierre hermético.

Argón o nitrógeno de alta pureza.

Termohigrómetro Rango Temperatura 0-40 °C; Humedad 0-100 %.

Termoselladora de polietileno (figuras 18, 19 y 20).

El sistema de anoxia en bolsa tiene una serie de ventajas como son la capacidad de fabricación de la bolsa de un tamaño determinado en función del número de piezas que vayan a ser tratadas. Posibilidad de adaptar la bolsa a la morfología de la pieza. Es un sistema móvil que se puede realizar en cualquier espacio habilitado.

Pero también presenta una serie de inconvenientes, ya que se trata de un sistema que requiere de un trabajo lento y meticuloso, previo al tratamiento, que consiste en la fabricación de la bolsa con sus fases de sellado, colocación de válvulas, etc. Su rentabilidad es baja, pues cada bolsa puede contener un número máximo de 80 o 100 piezas.

Este sistema es desaconsejable para piezas cuyo estado de conservación sea muy frágil y se vea afectada en un alto grado su resistencia mecánica y estructural, ya que, al producirse el vacío durante la fase de extracción del oxígeno, se provoca una gran presión en el inte-



Figura 21. Cámara de desinsectación por anoxia del Museo del Traje. CIPE.
Figure 21. Anoxic insect extermination chamber of the Museo del Traje. CIPE.

rior y como consecuencia el aplastamiento de las obras. Por el mismo motivo, tampoco es recomendable para piezas delicadas por su naturaleza y morfología como puede ser el caso de objetos de estructura y diseño complejo, realizados con plumas.

Tratamiento de desinsectación por anoxia en cámara hermética

El tratamiento de anoxia en cámara se realiza en el Museo desde el año 2007, año en que tuvo lugar la adquisición e instalación de una cámara hermética, con un espacio interior de 9 m³, especialmente preparada para realizar el tratamiento de desinsectación por anoxia (figura 21).

Consiste en la creación de una atmósfera transformada en el interior de una cámara hermética en la que, a presión atmosférica y mediante un sistema de arrastre por dilución, el oxígeno es sustituido por el gas inerte. La cámara permite la utilización tanto de argón como de nitrógeno, pero se utiliza el nitrógeno dada su mayor economía y su garantizada eficacia en la desinsectación por anoxia³.

La cámara está provista de una válvula de entrada del gas inerte, que penetra en el interior a través de una instalación de tubería de acero con manómetros que permiten graduar la presión de entrada del gas hasta 1 bar de presión. En el extremo opuesto se sitúa la zona de evacuación del aire o gas del interior,

³ Estudios de Nieves Valentín demuestran cómo el tratamiento con gas argón y nitrógeno son igual de efectivos para el tratamiento. En su artículo *Comparative analysis of insect control by nitrogen, argon and carbon dioxide in Museum, Archive and Herbarium collections* establece un cuadro comparativo de tiempos necesarios para la desinsectación de distintas especies de insectos, en función del tipo de gas empleado.

The chamber is fitted with an entry valve for the inert gas, which enters via a steel pipe installation with gauges that can regulate the pressure of gas intake up to 1 bar. On the opposite end is the area where the interior air or gas is evacuated by means of an extraction nozzle: a tube located in the upper part of the chamber that allows the gas inside to be piped outside the building. It is made with check valves that impede the entrance of oxygen from the outside. On the side, another valve serves to measure the oxygen inside the chamber.

The chamber also has a manual flowmeter that regulates the quantity of nitrogen that enters the room, depending on the requirements of each different treatment phase – in other words, when being filled or during the maintenance stage.

The nitrogen is supplied in liquid state in Ranger containers, characterised by their ability to use interior resistances to transform the contents into a gas state. In compliance with current safety regulations, these containers are located outside the building and are connected to a semi-automatic distribution mainframe that pumps the nitrogen to the chamber.⁴

The chamber's inner area is completely clear and has rods on the ceiling for the clothes hangers that hold the clothing items, facilitating a better use of available space as needed.

The chamber is entered via a 1-metre-wide door that admits large pieces and clothes racks with a considerable number of items. It is made of steel plating with a security lock, which allows the chamber to be hermetically sealed. The door also has a glass window that provides a view of the inside at every stage of treatment.

The chamber has an interior humidity and temperature sensor that transmits data by telemetry to the mainframe located outside. This control centre stores and reports the data recorded both inside and outside the chamber.

The room in the museum used for insect extermination by anoxia is equipped with all safety measures required by the regulations in effect: a sensor for detecting oxygen levels in the air, double folding doors at point of entry and ventilation through door and window vents.

The chamber treatment system is more effective because it demands less time and can apply the insect extermination treatment to a greater number of pieces at once. The preliminary prepara-

tions are also simpler, and consist merely of hanging pieces on the inside rods and introducing clothes racks in the lower area. The system can treat approximately 800 clothing items at a time. However, the most important advantage in terms of conservation is the limited handling of the pieces, because they are not subjected to strong pressure as in the airtight bags.

Post-treatment results. How does treatment affect the pieces?

The insect extermination methods that have been used for over twenty years in museums and institutions with collections that require such treatments are based on chemical treatments which attempt to eradicate the insects infesting the items by either soaking them in liquid chemical substances or sublimating toxic solid materials. The kind of products used – ethylene oxide, methyl bromide, para-dichlorobenzene and even naphthalene – require restorers to take special protective measures because they are highly toxic and some can even cause cancer. Today many of the products have been taken off the market and their use is prohibited. However, others are still sold, even for domestic use, despite their negative health side effects. But the damage they can do is not limited to the handler; these kinds of substances, applied directly to the pieces or placed near them, were absorbed and retained inside the pieces. Over time, it has been proven that such products have caused irreversible physical-chemical alterations. Many treated items have developed crystalline efflorescence on their surfaces, which in many cases needs to be analysed.

However, Nieves Valentín asserts that the presence of the nitrogen or argon used for anoxic insect extermination, because they are inert gases, does not affect the organic materials of which the pieces to be treated are made. This is particularly true for textiles, but the gases have proven equally harmless to other materials of organic origin such as wood, leather, paper and plastics, which can be found in most of the pieces in the museum's collection.

The experience I have gained over the past four years leads me to conclude that this treatment is effective in eradi-

³ Studies by Nieves Valentín show how treatments with argon and nitrogen gas are equally effective for treatment. In her article *Comparative analysis of insect control by nitrogen, argon and carbon dioxide in Museum, Archive and Herbarium collections*, she provides a comparative table of the times required to exterminate different insect species according to the kind of gas used.

⁴ At present we are considering the possibility of replacing the nitrogen supply through Rangers with a high output capacity nitrogen generator that would produce and store the gas, with a nitrogen humidification system, before it entered the chamber.

mediante una tobera de extracción: una tubería ubicada en la parte superior de la cámara que permite la extracción del gas interior hasta el exterior del edificio. Está realizada con válvulas antirretorno que impiden la entrada de oxígeno del exterior. En el lateral, otra válvula sirve para realizar las mediciones de oxígeno del interior.

Además, la cámara dispone de un caudalímetro manual que permite regular la cantidad de nitrógeno que pasa al interior, en función de las necesidades de las distintas fases del tratamiento; es decir, durante el llenado o mantenimiento.

El nitrógeno se suministra en estado líquido en envases tipo *ranger* que se caracterizan por gasificar el contenido por medio de resistencias interiores. Cumpliendo con la normativa de seguridad vigente, estos envases se sitúan en el exterior del edificio y están conectados a una central de distribución semiautomática que hacen llegar el nitrógeno hasta la cámara⁴.

El espacio interior de la cámara es diáfano y dispone de barras en el techo para colgar las perchas que soportan las piezas de indumentaria, posibilitando un mejor aprovechamiento del espacio en función de las necesidades.

Se accede al interior por medio de una puerta de 1 m. de ancho que permite el paso de piezas de gran tamaño y de percheros con una considerable cantidad de piezas. Está realizada en chapa de acero con cierre de seguridad, que permite el cierre hermético de la cámara. En ella, se sitúa una ventana de cristal que permite ver el interior en cualquier momento del tratamiento.

La cámara dispone de un medidor de humedad y temperatura interior que, mediante telemetría, transmite los datos a la central situada en el exterior. La central almacena e informa de los datos registrados tanto en el interior como en el exterior de la cámara.

La sala del Museo destinada a los tratamientos de desinsectación por anoxia dispone de todas las medidas de seguridad que exige la normativa vigente: alarma de detección de oxígeno en el ambiente, accesibilidad por medio de doble puerta de hojas abatibles y ventilación asegurada por rejillas en puertas y ventanas.

El sistema de tratamiento de cámara permite una mayor rentabilidad del trabajo tanto en tiempo de dedicación como en incremento del número de piezas des-

insectadas por tratamiento. Los preparativos previos son más sencillos, ya que únicamente consiste en introducir las piezas en las barras del interior y meter los percheros en la zona inferior. El sistema permite desinsectar en un solo tratamiento un número aproximado de 800 piezas de indumentaria. Pero la ventaja más importante desde el punto de vista de la conservación, es la minimización de la manipulación de las piezas que ya no son sometidas a fuertes presiones como en el caso de la bolsa.

Resultados tras el tratamiento. ¿Cómo afecta el tratamiento a las obras?

Los métodos de desinsectación empleados desde hace más de veinte años en los Museos e instituciones que custodian colecciones que requieren dichos tratamientos estaban basados en tratamientos químicos en los que, bien por impregnación de sustancias químicas en estado líquido o bien por sublimación de materias sólidas tóxicas, trataban de eliminar los insectos presentes en ellas. Este tipo de productos utilizados como el óxido de etileno, bromuro de metilo, paradiclorobenceno, incluso el naftaleno, requerían medidas de protección especiales para el restaurador, ya que son productos altamente tóxicos, incluso cancerígenos. Hoy día muchos de estos productos han sido retirados y prohibido su uso. Sin embargo, otros se siguen comercializando incluso para uso doméstico aunque sus efectos sobre la salud sean perjudiciales. Pero los daños no sólo afectaban al manipulador; este tipo de sustancias, aplicadas directamente sobre las obras o colocadas en su proximidad, quedaban retenidas en el interior de la pieza. Con el tiempo se ha comprobado que esta clase de producto ha originado alteraciones físico-químicas de carácter irreversible. Muchas obras tratadas han desarrollado en su superficie eflorescencias cristalinas que en muchos casos habría que analizar.

Sin embargo, la presencia tanto del nitrógeno como del argón, empleados en el tratamiento de desinsectación por anoxia, según afirma Nieves Valentín, al tratarse de gases inertes, no afecta a los materiales orgánicos con los que están constituidos las obras a tratar. En particular, a los textiles, pero tampoco a otro tipo de material de origen orgánico como son madera, cuero,

⁴ En la actualidad estamos estudiando la posibilidad de sustituir el suministro de nitrógeno a través de rangers, por la adquisición de un generador de nitrógeno de alta capacidad productiva que permita la producción y almacenaje del gas, con un sistema de humidificación del nitrógeno, antes de entrar en la cámara

cating any living being found among the pieces. After conducting an exhaustive analysis of the treated pieces, I have not detected any kind of alteration in the materials that make up the pieces after the process.

This treatment does not pose a threat to the restorer if the necessary precautions are taken, in accordance with the regulations in effect, both when handling the gas and using the bags or chamber.

Working capacity

Since the insect extermination treatment was first introduced at the museum in 2004, and over the four years it has been used up to the present day, the operating system and applied methodology have evolved to the point of achieving optimum results in terms of the system's capacity, cost-effectiveness and improved treatment for the conservation of the pieces.

The chamber system currently in use offers a monthly output of approximately 800 pieces per treatment as opposed to the 80 pieces that can be treated using a bag or bubble.

Conclusion

In summary, pest control in a museum requires the daily and disciplined efforts of a team working to ensure the conservation of its collections. Insect extermination by anoxia is only a small part of this work.

Avoiding the biodeterioration of the collections is an important goal, but there are other no less important threats that require our attention and effort. Identifying, controlling or eliminating these threats is part of the work we do every day. There are many factors that can cause deterioration and damage to the collections we care for, and we must also control and prevent them. All of our efforts are aimed at ensuring that the pieces are conserved and preserved for the future as intact and unaltered as possible.

Every treatment is founded on a solid scientific basis that combines biological, chemical and physical sciences with the conservation and restoration of cultural assets, and each one requires correct and expert handling and observation of the pieces to be treated, methodical and rigorous data gathering during the process and strict control of the conditions in which it is applied. All of this is necessary in order to ensure effectiveness and eradicate any trace of insects from the pieces without affecting them, bearing in mind their state of conservation, and without causing further deterioration.

Treating a piece does not mean that it will be immune to new infestations in the future. Therefore, this is just one phase in the prevention work carried out by the museum department responsible for the physical care of the collections. The observation and care of items in both the storerooms and the exhibition halls is an ongoing task.

papel o plásticos, presentes en la mayoría de las obras de la colección del Museo.

Mi experiencia a lo largo de cuatro años me hace concluir que el tratamiento es efectivo en cuanto a la erradicación de cualquier individuo vivo presente en las obras. Tras un análisis exhaustivo de las obras tratadas, no se ha detectado ningún tipo de alteración en los materiales constituyentes de las piezas, tras el proceso.

Es un tratamiento inofensivo para el restaurador si se toman las medidas de precaución necesarias, de acuerdo con la normativa vigente, tanto para la manipulación del gas como para el manejo de las bolsas o cámara.

Rendimiento del trabajo

Desde la instalación del tratamiento de desinsectación en el Museo, en 2004, y a lo largo de los cuatro años de funcionamiento hasta la fecha actual, el sistema de realización y la metodología empleada han evolucionado hasta obtener unos resultados óptimos en cuanto a rendimiento del sistema, rentabilidad económica y mejora del tratamiento para la conservación de las piezas tratadas.

El sistema actual en cámara permite un rendimiento mensual de aproximadamente 800 piezas por tratamiento frente a las 80 tratadas mediante bolsa o burbuja.

Conclusión

Para concluir, únicamente decir que el control de plagas en un museo exige una labor diaria y disciplinada de un equipo de trabajo cuya función es la conservación

de sus colecciones. El tratamiento de desinsectación por anoxia es sólo una pequeña parte.

Evitar el biodeterioro de las colecciones es un objetivo fundamental, pero existen otros riesgos no menos importantes y que requieren nuestro trabajo y esfuerzo. Identificar, controlar o eliminar sus agentes es una parte de la labor en la que nos esforzamos cada día. Existen muchos factores de deterioro y riesgos que sufren las colecciones que custodiamos, y que, de igual forma, debemos controlar y hacer que no se produzcan. Todo ello para garantizar su conservación y permanencia en el futuro lo más intactas e inalterables posibles.

Cada tratamiento se sustenta en una sólida base científica en la que confluyen tanto las ciencias biológicas, químicas y físicas como la conservación y restauración de bienes culturales; y cada uno requiere una correcta y especializada manipulación y observación de las piezas a tratar, una metódica y rigurosa toma de datos durante el proceso y un exigente control de las condiciones en que debe desarrollarse. Todo ello es necesario para hacerlo efectivo y conseguir la desinsectación de las obras, y, al mismo tiempo, no afectar a las obras, teniendo en cuenta su estado de conservación, y evitando que se produzcan nuevos deterioros.

Una vez tratadas las piezas, no significa que no puedan ser infestadas en cualquier otro momento de su vida. Por ello, ésta es sólo una fase del trabajo de prevención en la que trabaja el departamento del Museo encargado del cuidado físico de las colecciones. El trabajo de vigilancia y cuidado continúa tanto en el almacén como en las salas de exposición.

Bibliografía

AIVARADO, I. *et al.*, *Manual de conservación preventiva de textiles*. Comité Nacional de Conservación Textil. Fundación Andes, 2002.

BATTÁN HORENSTEIN, M., *Procedimientos para el diagnóstico y control de plagas en archivos, bibliotecas y museos*. [en línea]. Museo de Antropología, FFYH. Disponible en Internet: <<http://www.bmayor.unc.edu.ar/curso%20control%20de%20plagas.ppt>>.

BUCES, J.A. y HERRÁEZ, J.A., El almacén de los bienes culturales. En RICO J.C., *Museos, arquitectura, arte. Los conocimientos técnicos*, pp. 407-431.

DANIEL, V. y HANLON, G., *Non Toxic Methods for Pest Control in Museums*. Proceedings, 3rd International Conference, *Biodeterioration of Cultural Property*, Bangkok, Thailand, 1994.

KERSTIN ELERT, SHIN MAEKAWA, *Rentokil Bubble in nitrogen anoxia treatment of museum pests*. Studies in Conservation. IIC. Vol. 42, N. 4, 1997.

LINDBLOM PATKUS, B., *Control integral de plagas*, [en línea]. En Manejo de emergencias. Disponible en Internet: <<http://www.z0ro.com/Conservacion/Plagas.pdf>>.

PARKER, Thomas A., *Estudio de un programa de lucha integrada contra las plagas en los archivos y bibliotecas*. Programa General de Información y UNISIST. París, UNESCO, 1988.

PELLAS, J., "Conservation matérielle des collections textiles". *Anales del Museo Nacional de Antropología*, N. 8, 2001, pp. 61-77.

PINNIGER, D.B., *Insect Pests in Museums*. London, UK: Archetype Press, 1994.

REGER DE, D., "Les insectes k ratophages dans les mus es". *Anales del Museo Nacional de Antropología*, N. 8, 2001, pp. 84-95.

VALENTÍN RODRIGO, N., *La conservación y preservación de las colecciones históricas en el museo*. En RICO, J.C., *Museos, arquitectura, arte. Los conocimientos técnicos*. pp. 265-318.

WALLENBORG, I. *DDT. An insecticide which can be found on museum textiles*. pp. 63-65 en Conferencia internacional de colecciones y museos de indumentaria. ICOM. Museo Nacional del Pueblo Español. Madrid, 1993.

VALENTÍN RODRIGO, N. "Comparative analysis of insect control by nitrogen, argon and carbon dioxide in Museum, Archive and Herbarium collections". *International Biodeterioration & Biodegradation*. N. 32, 1993, pp. 263-278.

VALENTÍN RODRIGO, N. y GARCÍA ORTEGA, R., "El biodeterioro en el Museo". *Arbor*. N. 645, septiembre 1999, pp. 85-107.

VALENTÍN RODRIGO, N., *et al.* "Microbial control in archives, libraries and museums by ventilation systems". *Restaurator*. 1998, pp. 85-107.

Museo del Traje

2004-2007.

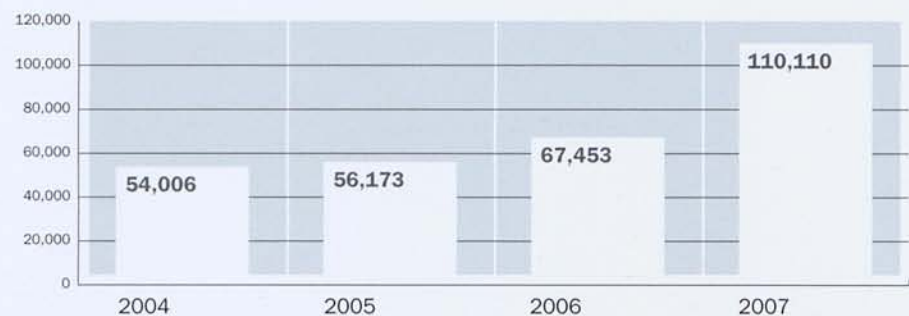
Activity indicators

This report offers a summary of certain basic numerical indicators related to the activity carried out by the Museo del Traje in its first four years of existence, from the public opening on 1 April 2004 to the end of 2007. A more detailed analysis of the data outlined here can be consulted in the institution's annual reports and different sections of the museum's website.

During this time, the Museo del Traje has made great progress, engaging in an intense internal activity of compilation, conservation and documentation of collections, making itself known to the public through numerous activities and, in the absence of other institutions with a similar theme, experimenting with various lines of action to diversify the demographic segments at which its activity is aimed.

Visitors

During the four years that the Museo del Traje has been open to the public, the number of visitors has notably increased, especially in 2007, when the museum consolidated its activities and inaugurated a temporary exhibition hall, bringing in over one hundred and ten thousand visitors.



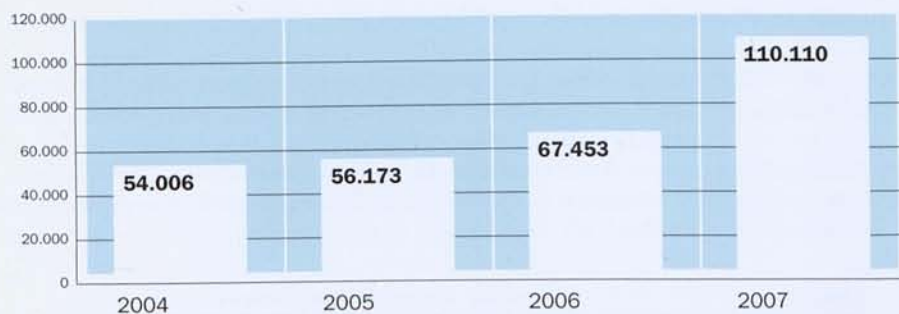
Museo del Traje 2004-2007. Indicadores de actividad

El presente informe recoge una síntesis de algunos indicadores numéricos básicos de la actividad desarrollada por el Museo del Traje en sus primeros cuatro años de vida: desde su apertura al público el día 1 abril de 2004 hasta el final del año 2007. El análisis de los datos aquí esbozados puede verse con mayor detalle en las memorias anuales de la institución y en los diversos apartados del sitio Web del Museo.

Durante este tiempo, el Museo del Traje ha ido abriéndose camino; manteniendo una intensa actividad interna de acopio, conservación y documentación de colecciones; dándose a conocer al público a través de numerosas actividades; y, ante la falta de paralelos claros en instituciones de similar temática, experimentando con variadas líneas de actuación para diversificar los segmentos de público a los que se dirige.

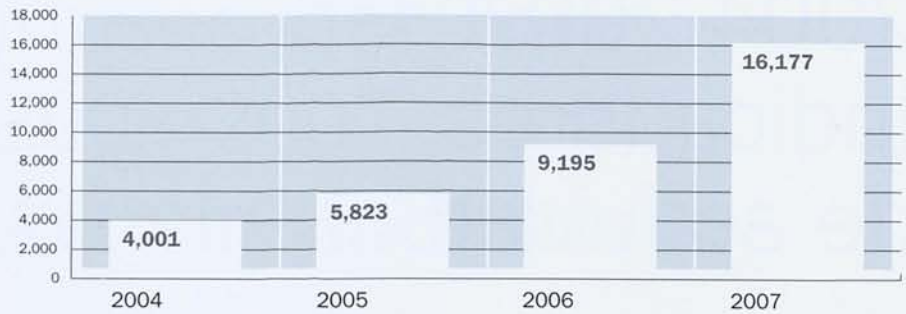
Visitantes

A lo largo de los cuatro años de apertura al público del Museo del Traje se constata un claro incremento del número de visitantes, especialmente notable en 2007, año en el que el Museo ha estabilizado sus actividades, dispone de una sala de exposiciones temporales y ha terminado superando la cifra de los ciento diez mil visitantes.



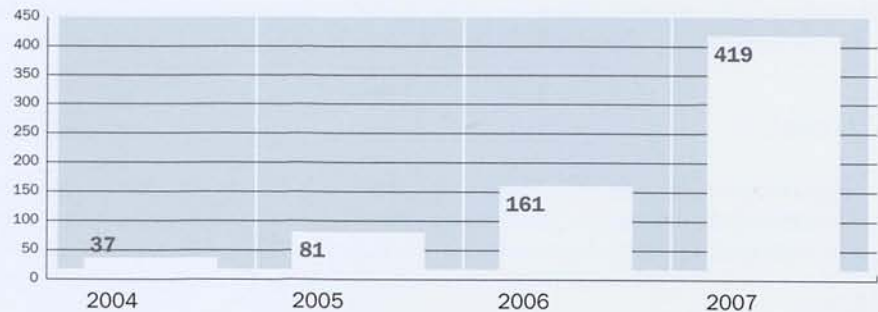
Children and student visitors

Within the general rise in visitor numbers, the underage public experienced a particularly significant increase due to family-oriented activities as well as the publicity campaign carried out in collaboration with various teaching centres, which has been part of the museum's activity for the last two years.



Workshops for children and students

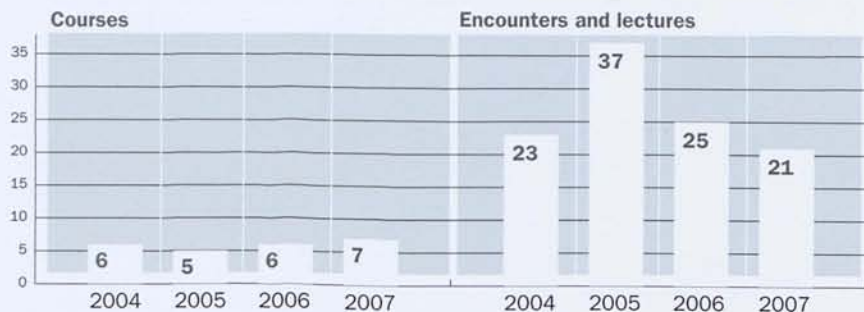
The aforementioned collaboration campaign has led to the creation of numerous workshops and activities designed especially for children. These sessions are usually completely booked from the beginning of the academic year for pre-school and primary school levels, as well as the more difficult secondary school level.



Courses, encounters and lecture series: number

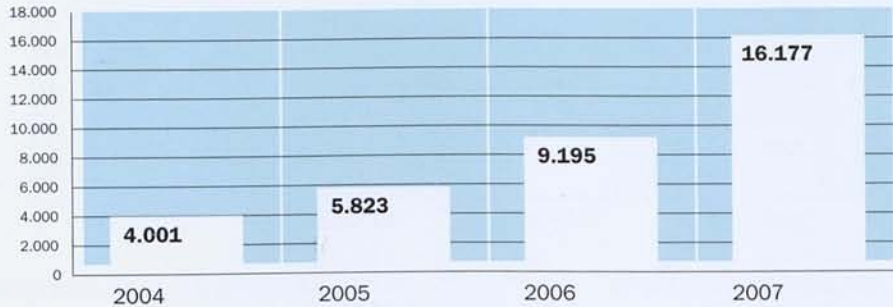
Some of the diverse activities for adults include courses (between five and seven per year), encounters with designers (between four and six per year), lecture series (at least one per year) and outfit-of-the-month (ten per year).

In an attempt to cater to the diversity of the audience, the themes of the courses vary widely, from fashion history and corporate marketing to fashion sociology and the anthropology of the body.



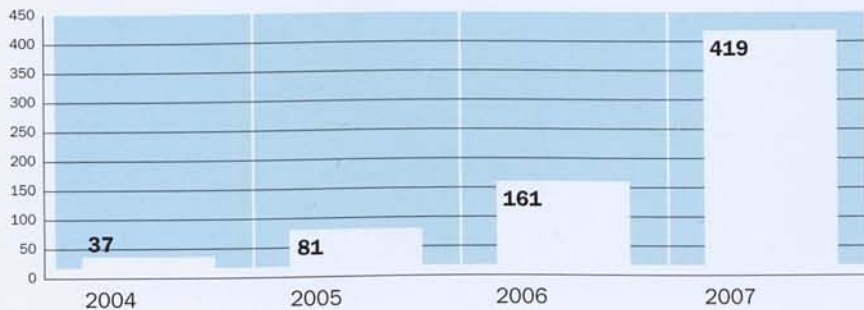
Público infantil y escolar

Dentro del aumento general de visitantes se observa un incremento especialmente significativo del público infantil, debido tanto a las actividades destinadas a los grupos familiares como a la campaña de atracción desarrollada en colaboración con diversos centros de profesorado, tarea a la que se han dedicado los dos últimos años de actividad del Museo.



Talleres infantiles y escolares

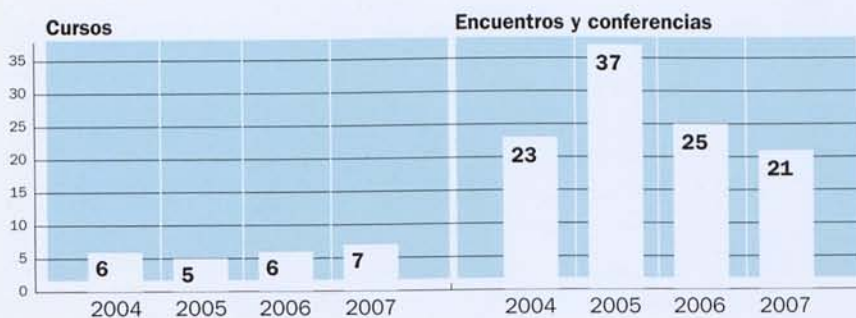
Campaña de colaboración que ha llevado al desarrollo de numerosos talleres y actividades específicamente destinadas al público infantil (cuyo cupo de sesiones está habitualmente reservado por completo desde el comienzo del curso escolar, tanto en los niveles de Infantil y Primaria, como en la etapa, mucho más difícil, de Enseñanza Secundaria).



Cursos, encuentros y ciclos de conferencias: número

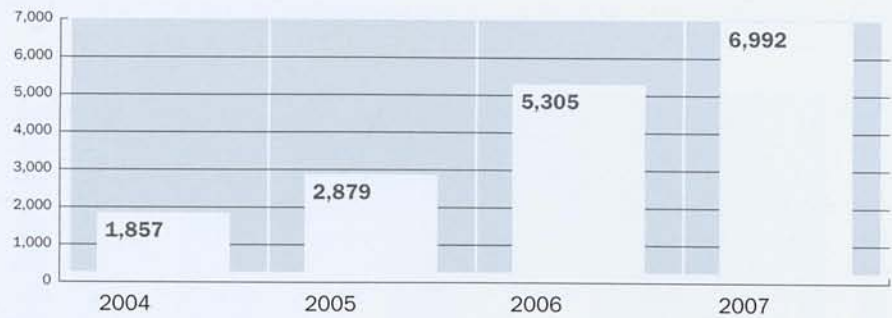
Entre las diversas actividades para adultos destacan los cursos (entre cinco y siete anuales), encuentros con diseñadores (entre cuatro y seis anuales), ciclos de conferencias (al menos uno anual) y modelos del mes (diez anuales).

En atención a la diversidad del público interesado, la temática de los cursos es muy variable: desde la historia de la indumentaria al *marketing* empresarial pasando por la sociología de la moda o la antropología del cuerpo.



Courses, encounters and lecture series: attendance

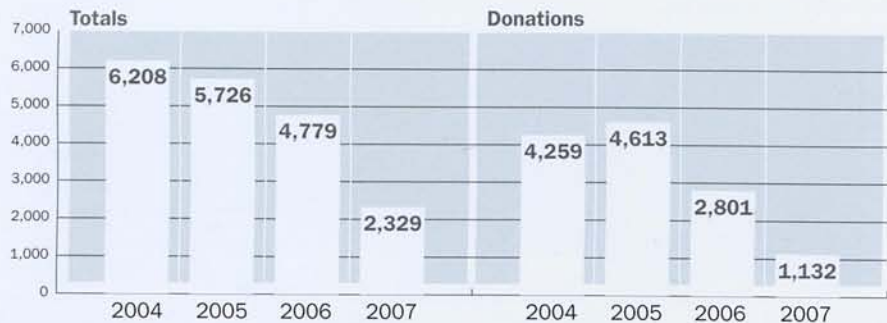
Although the number of events varies little due to management limitations, the number of persons who attend has clearly increased over the period analysed. In the last year analysed, the auditorium has regularly been filled to capacity and there are often waiting lists to sign up for many of the events.



Collection acquisitions

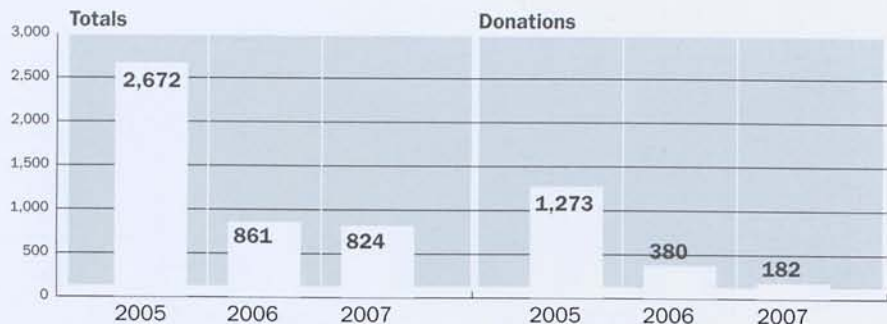
The museum maintains a steady flow of new incoming collections (primarily from donations); however, the flow tends to become more moderate as the basic areas of the collection are completed.

Despite the apparent volume, new acquisitions are increasingly more sporadic and specialised, as evidenced by the drop in the number of donations accepted by the museum's Acquisitions Committee. Purchases are usually reserved for historical garments that are difficult to obtain through donations.



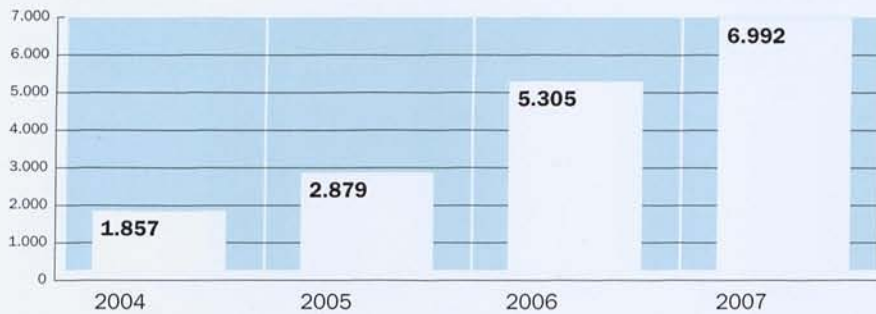
Documentary acquisitions

A special case in terms of the acquisition of new cultural assets is that of the documentary collections, which has been the focus of particular attention in recent years. From photographs featuring donors wearing the donated garments to sketches, technical specifications, fashion show documentation or the designers' personal files, every item constitutes an essential tool for putting the museum's collection into context for both exhibition and study purposes.



Cursos, encuentros y ciclos de conferencias: asistentes

Si el número de actos se mantiene bastante estable por los límites de la gestión, el número de asistentes muestra un claro progreso a lo largo del plazo analizado. En el último año considerado, la norma ha sido la ocupación completa del auditorio y el establecimiento de listas de espera para las inscripciones en muchos de los actos.



Ingreso de colecciones

El Museo mantiene un fuerte ritmo de ingreso de colecciones (en su mayor parte por donación) que, no obstante, tiende a moderarse a medida que se completan las áreas básicas de la colección.

Los ingresos, a pesar del aparente volumen, son cada vez más puntuales y especializados, como demuestra la reducción del número de donaciones que admite la Comisión de Ingresos del Museo. Los ingresos por compra suelen dedicarse a las prendas históricas que difícilmente pueden llegar a través de donaciones.



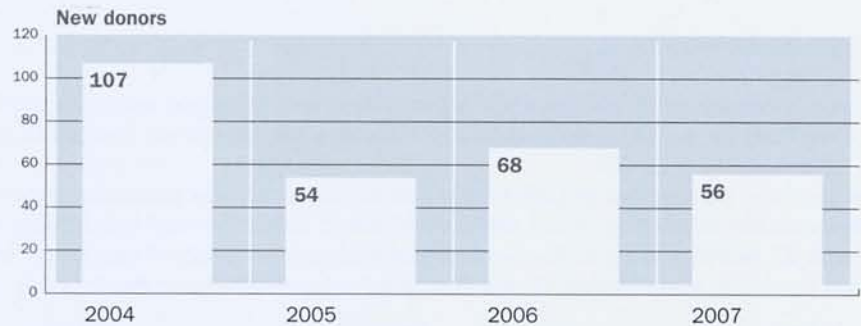
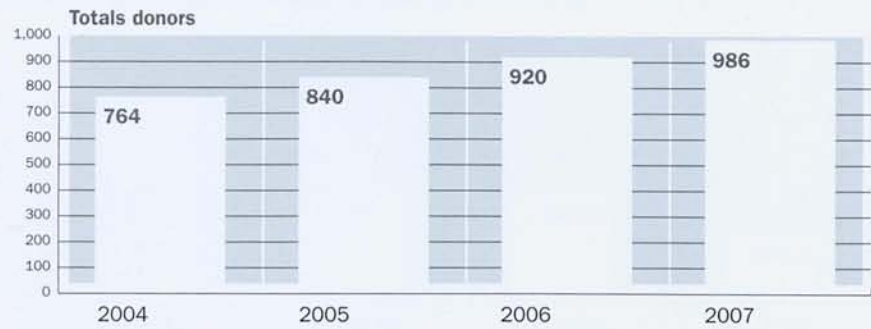
Ingreso de fondos documentales

Caso especial de ingreso de bienes culturales es el de los fondos documentales, a los que se viene prestando especial atención en los últimos años. Desde las fotos en que los donantes aparecen utilizando las prendas donadas hasta los bocetos, las fichas técnicas, la documentación de los desfiles o los archivos personales de los diseñadores, todos se convierten en complementos esenciales para contextualizar la colección del Museo, tanto en exposición como en su estudio.



Donors

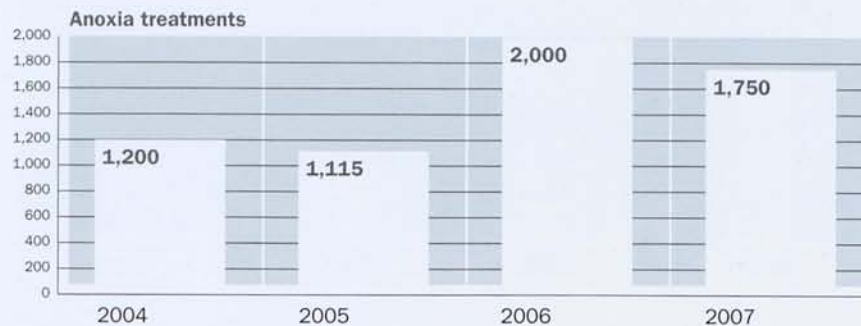
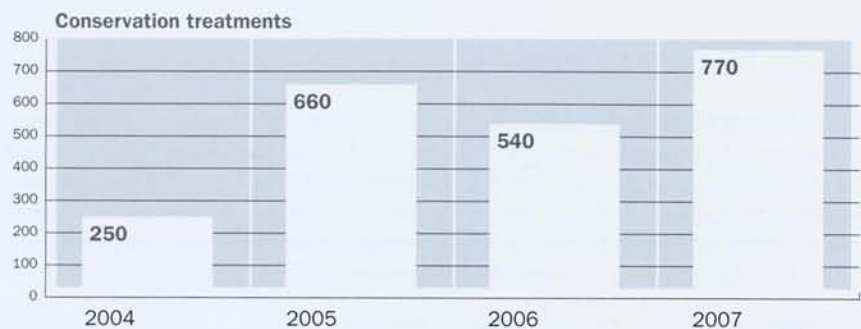
The number of donations shows that the museum enjoys extensive support from society, with over 900 donors over the course of its history and a continuously increasing number of people who wish to add their personal affects to the museum's collections.



Conservation treatments

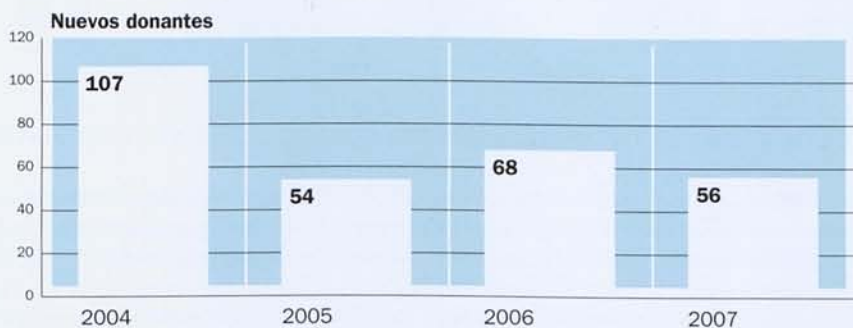
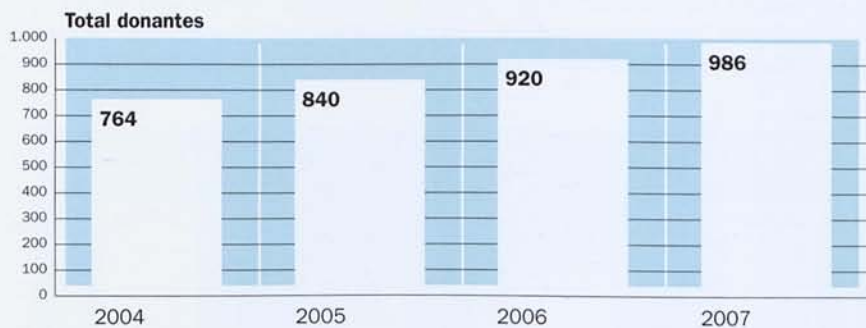
With limited human resources, the Conservation Department works at a constant and steady pace, applying conservation and restoration treatments according to the need to refresh the permanent exhibition, the requirements of pieces loaned out for temporary exhibitions or the state of certain new entries.

In addition, practically all new pieces brought into the museum are subjected to treatments of insect extermination by anoxia to protect the rest of the collections from possible contamination.



Donantes

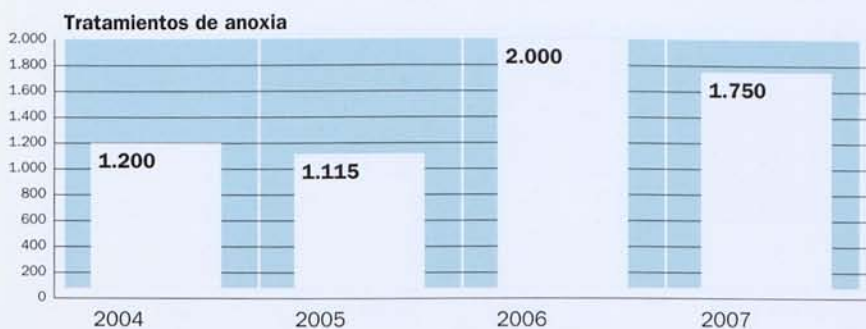
El número de donaciones demuestra que el Museo cuenta con un gran apoyo social, con más de 900 donantes a lo largo de su historia, y un continuo incremento del número de personas que desean que sus objetos vitales se integren en las colecciones del Museo.



Tratamientos de conservación

El Departamento de Conservación, con limitados medios humanos, mantiene un ritmo de trabajo constante realizando tratamientos de conservación y restauración según las necesidades de la renovación de la Exposición Permanente, de los préstamos a exposiciones temporales o del estado de algunos ingresos.

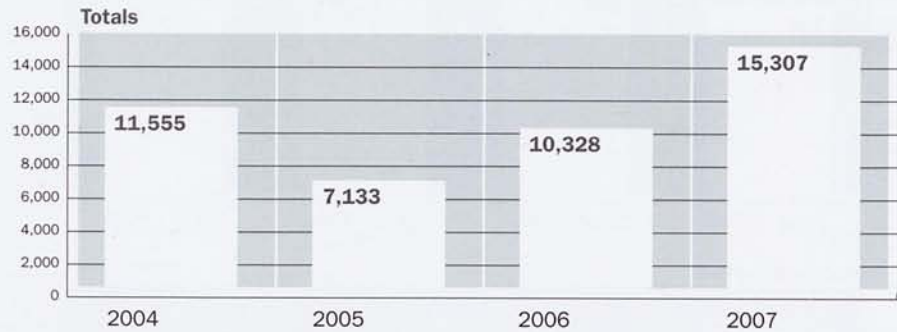
Suplementariamente, la práctica totalidad de los fondos de nuevo ingreso son sometidos a tratamientos de desinsectación por anoxia para evitar la posible contaminación del resto de las colecciones.



Graphic documentation of collections

A basic element in the management of museum collections is the graphic documentation of pieces which, in addition to being useful for meeting the demands of researchers, temporary exhibition organisers and others, often avoids the need to physically handle the cultural assets.

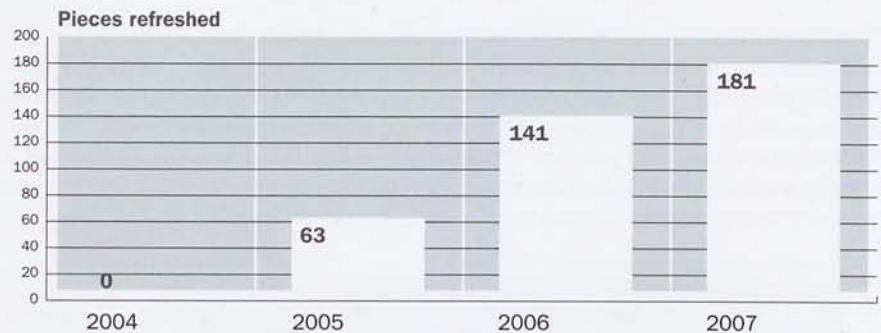
Over these past years a large number of new photographs have been taken, and practically all of the old analogue image files have been digitalised.



Refreshing the permanent exhibition

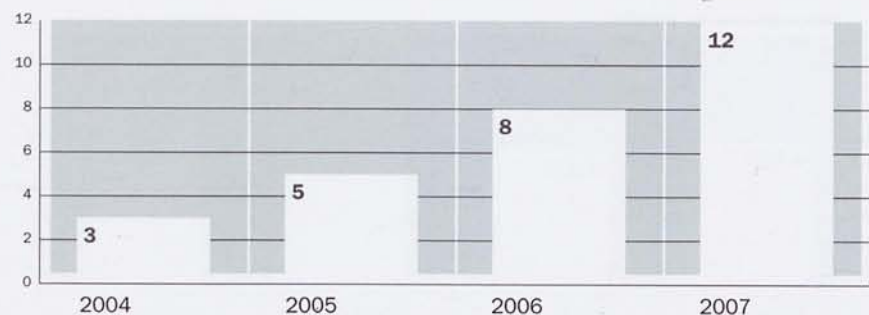
The extreme fragility of most of the pieces displayed in the museum mean that the contents must constantly be rotated and refreshed. The changes maintain the discourse and the spirit of the halls and display cases as much as possible, which is why alterations often go unnoticed by visitors.

Despite its invisibility, this task of refreshing the permanent exhibition entails a heavy workload for the Collections, Conservation and Dissemination Departments.



Temporary exhibitions

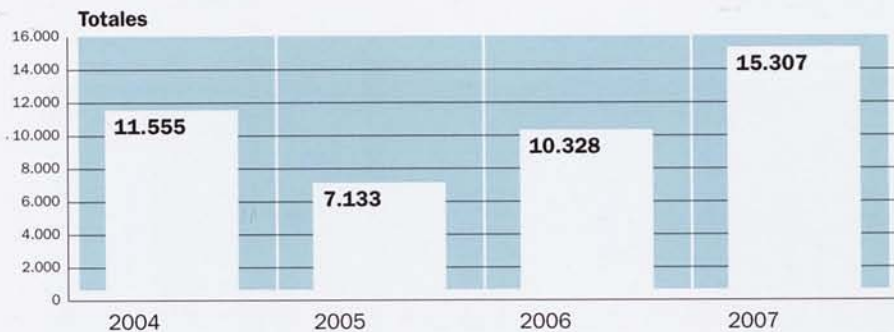
The organisation of temporary exhibitions, an elemental resource for enhancing the tour and rounding out aspects of the permanent exhibition, has been limited by the lack of a proper space; until late 2006 the museum had no specific hall for such events and temporary shows had to be held in marginal areas that did not permit large-scale projects. Despite these drawbacks, the number of exhibitions has grown consistently.



Documentación gráfica de colecciones

Un elemento básico en la gestión de las colecciones museísticas es la documentación gráfica de los fondos que, además de servir para atender demandas de investigadores, organizadores de exposiciones temporales, etc., a menudo evita el manejo de los propios bienes culturales.

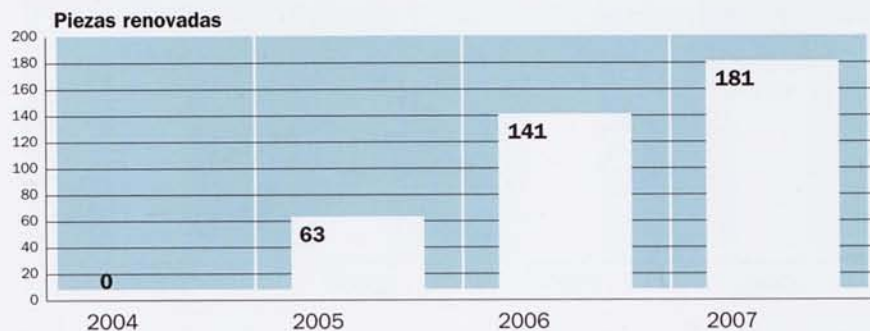
Durante estos años se han realizado un gran número de nuevas fotografías y se ha digitalizado la práctica totalidad del antiguo archivo de imágenes en soportes analógicos.



Renovación de la exposición permanente

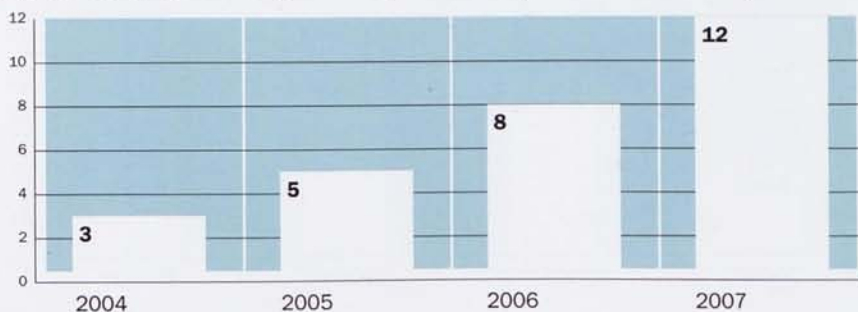
La extrema fragilidad de la mayor parte de las piezas expuestas en el Museo obliga a una continua renovación del contenido de la muestra. En la medida de lo posible, los cambios mantienen el discurso y el espíritu de las salas y vitrinas, por lo que a veces pasan inadvertidos para los visitantes.

A pesar de esta invisibilidad, este trabajo de renovación de la Exposición Permanente supone una pesada carga para los Departamentos de Colecciones, Conservación y Difusión.



Exposiciones temporales

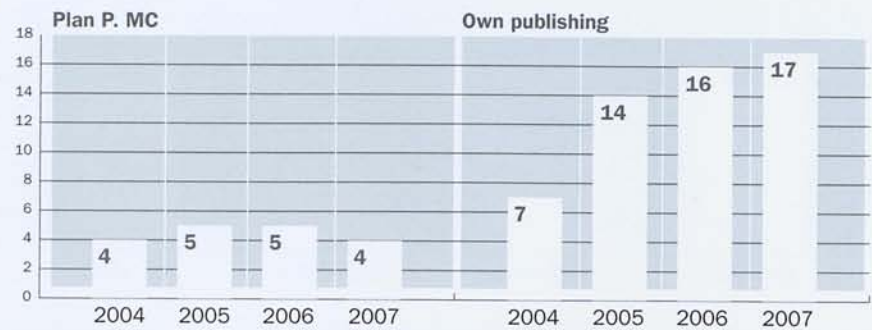
La realización de exposiciones temporales, elemento básico para dinamizar la visita y completar aspectos de la Exposición Permanente, se ha visto afectada por la falta de un espacio adecuado, ya que hasta finales de 2006 no se ha podido contar con una sala específica, y las muestras han debido realizarse en espacios marginales que no permitían compromisos de gran envergadura. A pesar de ello, el número no ha dejado de crecer.



Publications

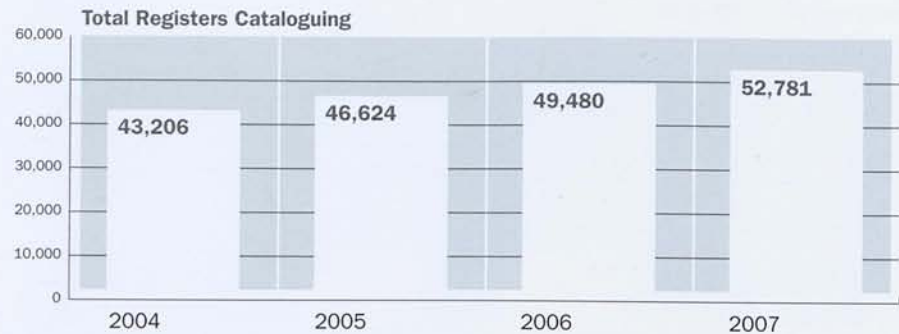
The museum's publishing activity is continuous and maintains a graphic identity that users can instantly recognise based on the initial design created by Manuel Estrada's studio.

In addition to the titles included in the Publications Plan of the Ministry of Culture, the museum uses its own resources (and occasional sponsorships) to publish a number of pamphlets and small publications for its exhibitions and activities with the public.



Library: growth

The library service has grown along with the other activities of the museum: acquisitions and institutional exchanges expand the collection at a rate of approximately 3,000 volumes per year, and OPAC searches have doubled.



Library: loans

In the same vein, the personal user service on site has increased, and the number of books borrowed by readers has nearly tripled. Unfortunately, our current resources do not allow us to extend opening hours in response to user request or offer a similar service for the museum's entire document collection.



Publicaciones

La actividad editorial del Museo es continua, y mantiene una identidad gráfica claramente reconocible por los usuarios a partir del diseño inicial del estudio de Manuel Estrada.

Además de los títulos incluidos en el Plan de Publicaciones del Ministerio de Cultura, el Museo produce con sus propios medios (y ocasionales patrocinios) un buen número de folletos y pequeñas publicaciones para sus exposiciones y actividades con el público.



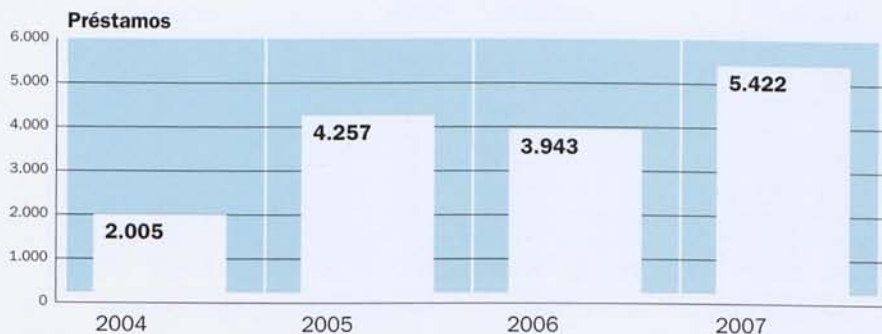
Biblioteca: crecimiento

El servicio de la biblioteca ha crecido paralelamente con el resto de la actividad: las adquisiciones e intercambios institucionales incrementan el fondo a un ritmo aproximado de 3.000 volúmenes por año, y las consultas al OPAC se han duplicado.



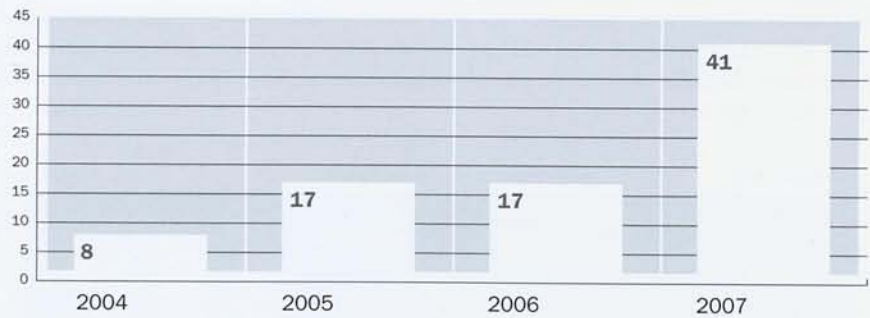
Biblioteca: préstamos

Igualmente, la atención a usuarios en sala ha crecido, y casi se ha triplicado el número de préstamos a los lectores. Lamentablemente, los medios actuales no permiten acometer la ampliación de horarios que reclaman los usuarios ni ofrecer un servicio similar para el conjunto del fondo documental del Museo.



Events in collaboration with other institutions

In addition to the activities organised in-house, the Museo del Traje co-organises events and hosts the activities of other institutions or companies with increasing frequency.



Awards

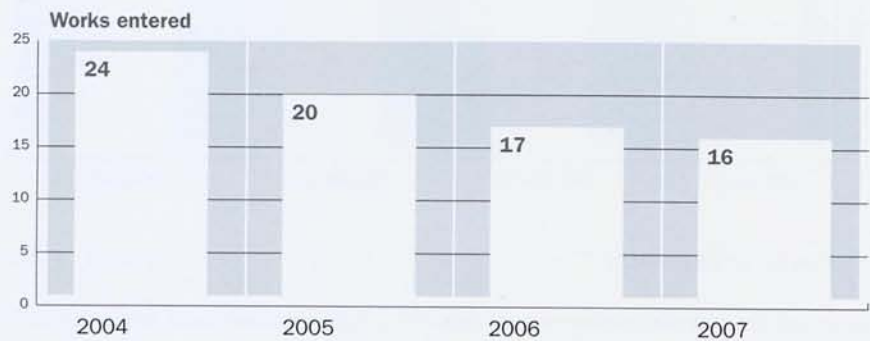
The Museo del Traje grants four different awards each year.

The two oldest distinctions, which are awarded for analysis and documentation of Spanish cultural diversity and were inherited from the former Museo Nacional de Antropología (National Museum of Anthropology), are the Premio de Investigación Cultural Marqués de Lozoya (Marqués de Lozoya Award for Cultural Research) and the Certamen de Fotografía sobre Cultura Popular (Popular Culture Photography Contest).

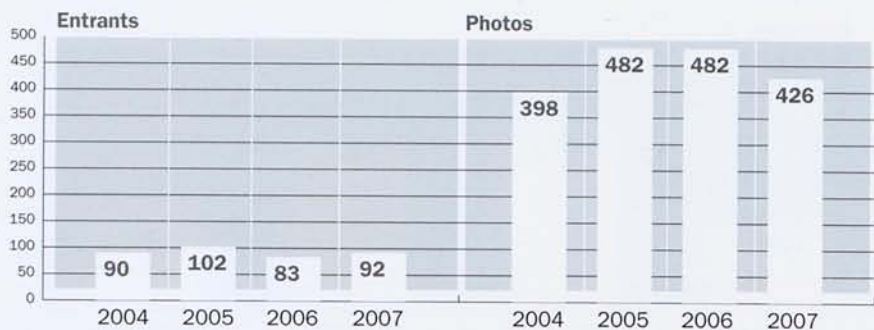
A third prize is aimed at encouraging young people to express themselves. *¿Cómo T vistes, cómo T ves?* (How do U dress, how do U see yourself?) is a photographic contest in which secondary school and university students express their views on clothing and life in general.

The fourth and most recent prize, the *Aguja de Oro del Diseño de la Moda* (Golden Needle for Fashion Design), is awarded to a fashion creator whose work stands out for its special originality and quality.

Marqués de Lozoya Award for Cultural Research

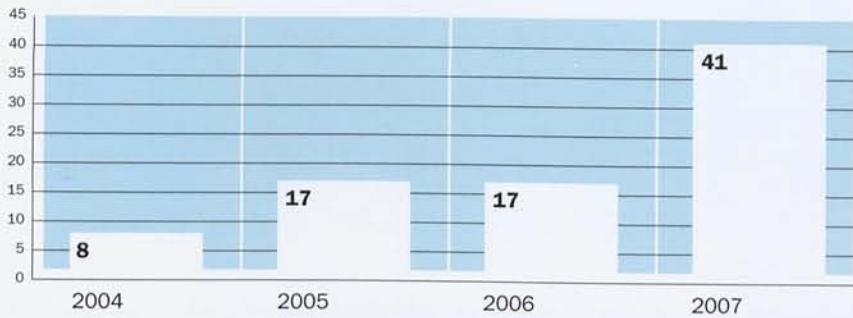


Popular Culture Photography Contest



Eventos en colaboración con otras instituciones

Además de las actividades de organización propia, el Museo del Traje co-organiza actos y acoge las actividades de otras instituciones o empresas en número creciente.



Premios

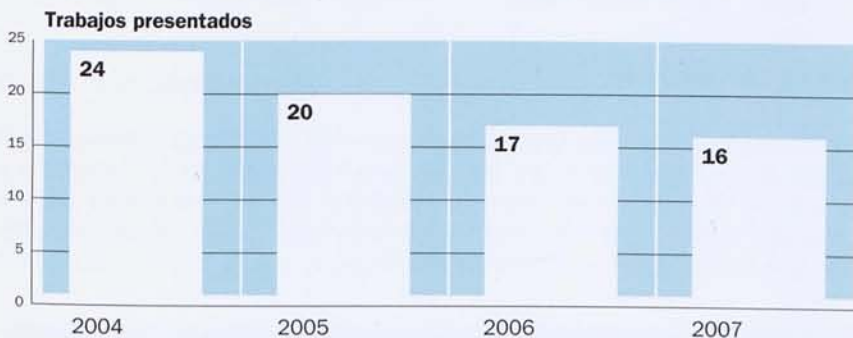
El Museo del Traje convoca anualmente cuatro premios.

Los dos premios más antiguos, destinados al análisis y documentación de la diversidad cultural española, y heredados del antiguo Museo Nacional de Antropología, son el *Premio de Investigación Cultural Marqués de Lozoya* y el *Certamen de Fotografía sobre Cultura Popular*.

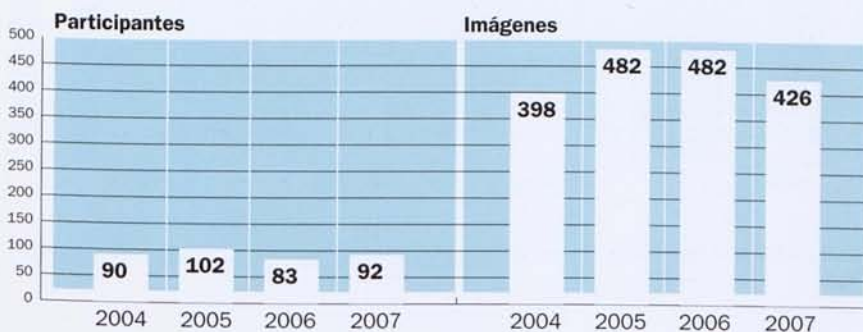
Un tercer premio se ha destinado a la expresión de los más jóvenes: *¿Cómo T ves, cómo T ves?* es un concurso fotográfico en el que los alumnos de Enseñanza Secundaria (y Bachillerato) muestran su visión de la indumentaria y de la vida.

Y el cuarto premio, el más reciente, *La Aguja de Oro del Diseño de Moda*, se dedica a premiar a un creador de moda cuya obra sobresalga con especial originalidad y calidad.

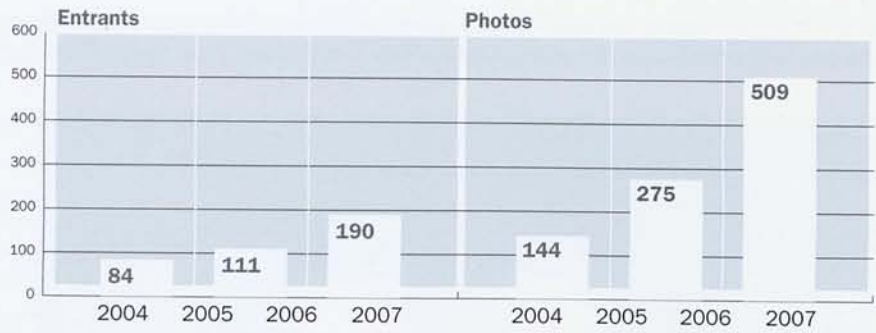
Premio de Investigación Cultural Marqués de Lozoya



Certamen de Fotografía sobre Cultura Popular

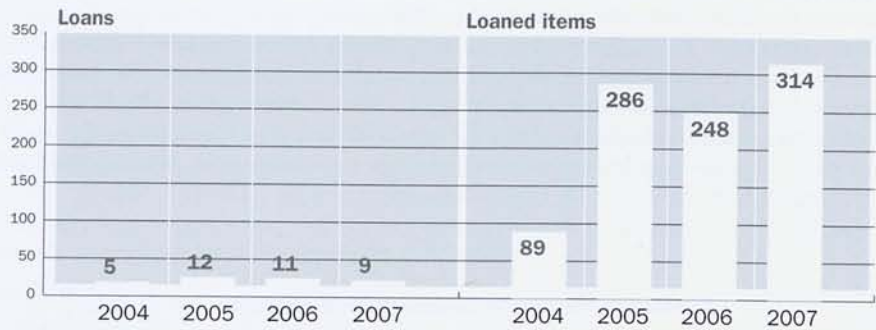


How do U dress, how do U see yourself?



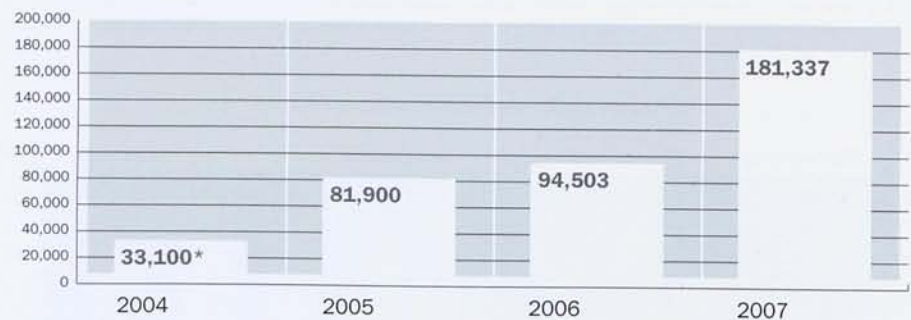
Collections loaned for temporary exhibitions

The clothing collections and the rest of the ethnographic pieces are constantly being requested on loan to organise exhibitions at other institutions. In fact, the museum's opening and the spread of information via its website have helped to make its ethnographic collections much better known and more frequently requested than in previous years.



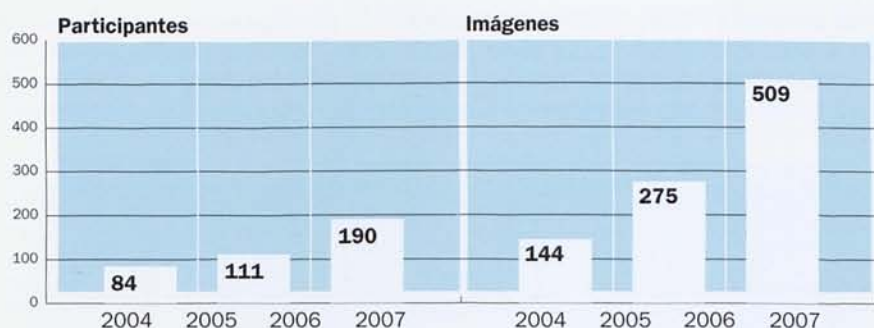
Access to the website

The website of the Museo del Traje <<http://museodeltraje.mcu.es>> registers notable activity and has become a basic tool for obtaining information on the centre and its activities, receiving a constantly increasing number of hits. In addition, the museum is present on MySpace <http://www.myspace.com/MUSEO_DEL_TRAJE> and other Web 2.0 sites that appeal to a younger audience.



* The website became operational in June 2004.

¿Cómo T vistes, cómo T ves?



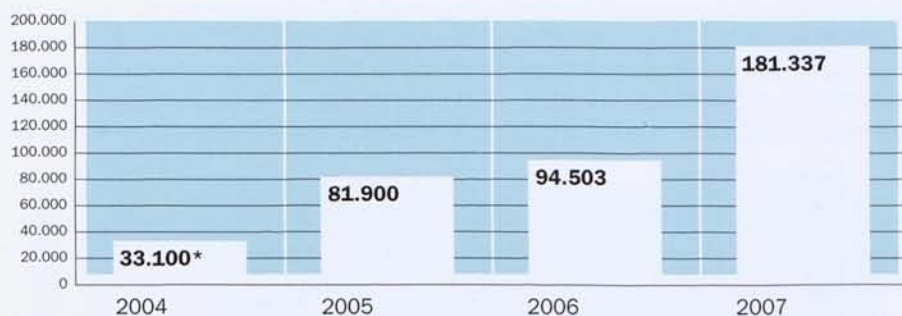
Préstamo de colecciones para exposiciones temporales

Tanto las colecciones de indumentaria como el resto del fondo etnográfico son objeto de continuas peticiones para la realización de exposiciones en otras instituciones. De hecho, la apertura del Museo y la difusión de información a través de su página web hace que hoy sus colecciones etnográficas sean mucho más conocidas y solicitadas que años atrás.



Acceso a la página web

El sitio web del Museo del Traje, <<http://museodeltraje.mcu.es>>, mantiene una notable actividad, y se ha convertido en un elemento básico de información sobre el centro y sus actividades, con un incremento incesante del número de accesos. Suplementariamente el Museo está presente en MySpace <http://www.myspace.com/MUSEO_DEL_TRAJE> y otros portales web 2.0 que atraen a un público más juvenil.



* La página web comenzó a funcionar en junio de 2004.

Users who sign up to receive information on activities

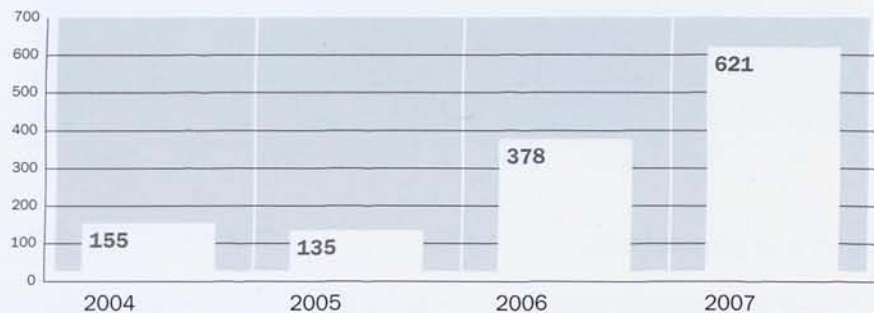
On the museum's website, users have the option of signing up for a digital newsletter to receive information about the activities of the museum, and since 2006 visitors to the exhibition are also offered forms to fill out requesting that information be sent to them. Both options are becoming increasingly popular.



Media coverage

The increase in news coverage of the Museo del Traje's activities in the media has been exponential over the past four years. Over 200 journalists have registered with our Directory (at their own initiative) to receive constant updates, and the Press section of the website has received more than 300,000 hits.

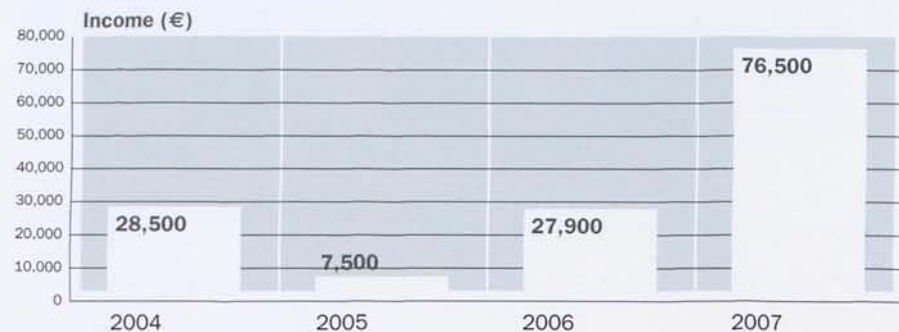
The original goal of "one daily mention" in the printed press was achieved in 2006 and has nearly doubled in 2007, as shown in the graph below.



Private sponsorship of activities

Since the day the museum opened, various events have been held pursuant to the Order of 18 January 2000 regarding the use of spaces in museums and other cultural institutions (B.O.E. 26-01-2000), which help bring in funding for the centre to a limited degree and open it up to a wide variety of audiences.

After a period of reflection in 2005, in 2006 this course of action was pursued with enthusiasm, and in 2007 the rentals of spaces for private events in exchange for sponsoring the museum's own activities have covered 6.1 % of the centre's expense budget.



Usuarios que solicitan recibir información de actividades

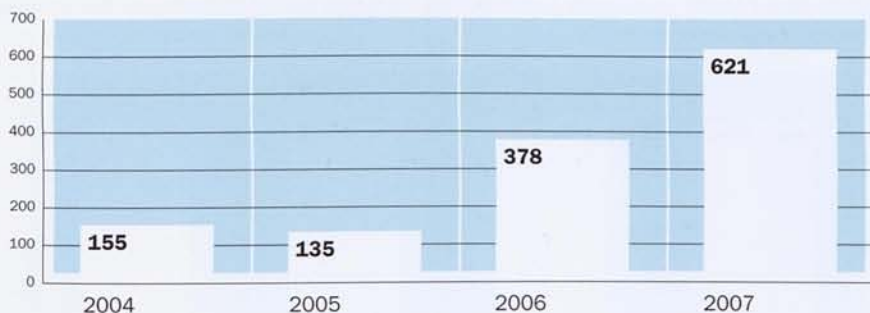
Dentro del sitio web del Museo, el usuario tiene la opción de inscribirse en un boletín digital para recibir información sobre las actividades del Museo, y desde 2006 los visitantes a la Exposición disponen igualmente de formularios que pueden cumplimentar para que se les envíe información, opciones cada vez más utilizadas.



Apariciones en medios de comunicación

El incremento de noticias sobre las actividades del Museo del Traje en los medios de comunicación ha sido exponencial a lo largo de los cuatro años, incluyendo la inscripción de más de 200 periodistas en nuestro Directorio (a solicitud propia) para recibir información de manera continua, y más de 300.000 accesos a la sección Prensa de la página web.

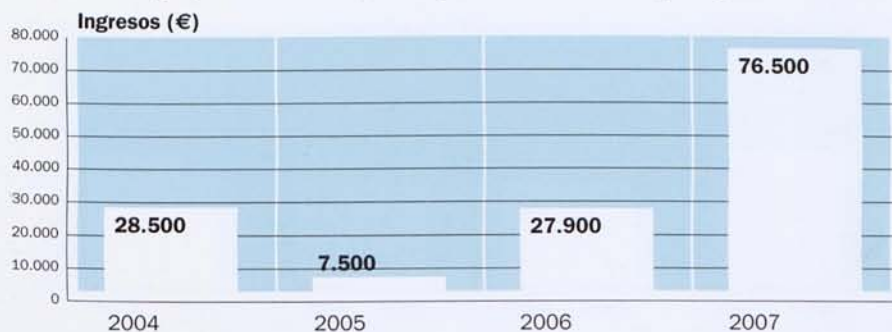
La meta inicial de "una aparición diaria" en los medios escritos se logró en 2006, y casi se ha duplicado en 2007, como refleja el gráfico.



Patrocinio privado de actividades

Desde el momento de apertura del Museo se están realizando diversos eventos, al amparo de la Orden de 18 de enero de 2000 sobre utilización de espacios en museos y otras instituciones culturales (B.O.E., 26-01-2000), que ayudan en pequeña medida a la financiación del centro y lo abren a públicos muy variados.

Tras un periodo de reflexión en 2005, en 2006 se retomó la línea con energía, y en 2007 las cesiones de espacios para eventos privados, con la contrapartida del patrocinio de actividades propias del Museo, han supuesto un 6,1 % del presupuesto del centro.

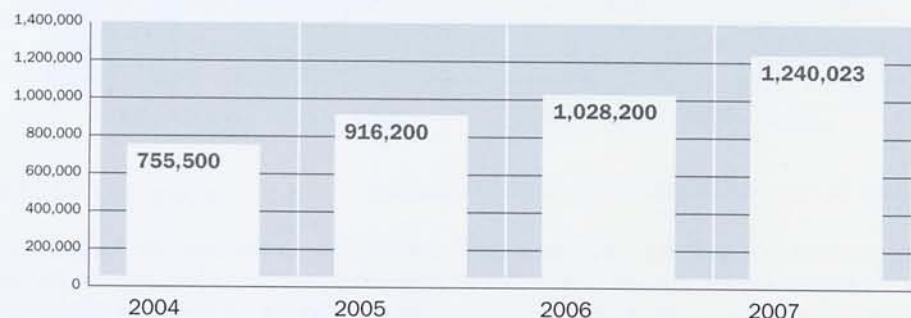


Budget (operating costs)

As activities and services have expanded and facilities improved, the museum's general budget of operating costs has progressively increased over the last four years, although some expense categories are inevitably limited.

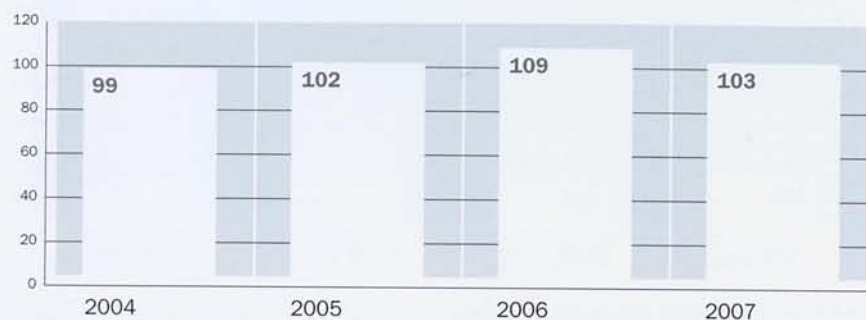
It is important to bear in mind that the real running cost of the museum is higher. These figures only reflect the so-called "operating cost," which is paid from the museum's Outgoing Payments, and does not include the categories of Staff and Investments or other expenses centralised in the Ministry of Culture such as security or collection acquisitions.

It must also be noted that a large part of these amounts are spent on the maintenance and upkeep of the building, facilities and services.



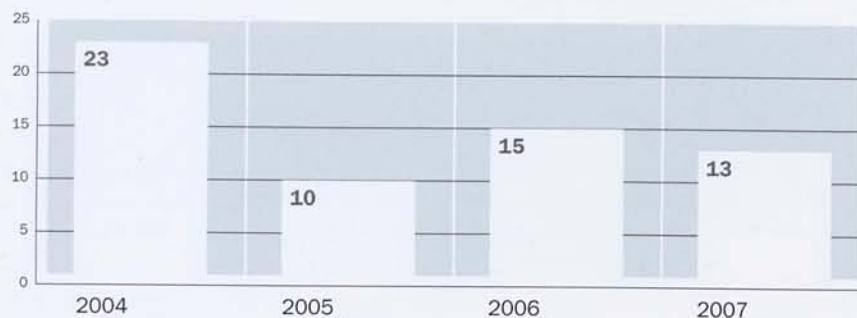
Staff

Over the period in question, the number of staff employees has also increased slightly, albeit with inevitable fluctuations, in response to continuously growing needs and requirements.



Staff hired on a temporary basis

Nevertheless, a substantial part of the regular staff consists of administrative workers, customer service representatives, maintenance personnel, etc., and the proportion of different types of technical specialists is very small. This has made it necessary to hire external technical workers, the number of which varies according to the funds available at the Central Services of the Ministry of Culture.

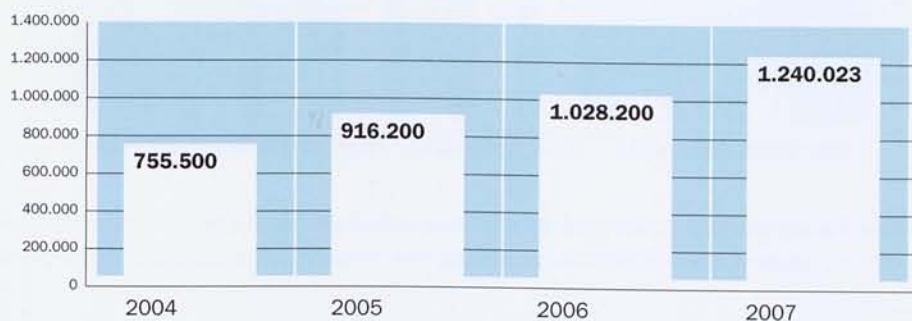


Presupuesto (gastos corrientes)

De manera acorde con la ampliación de las actividades y servicios, y la mejora de instalaciones, el presupuesto general de gastos corrientes del Museo ha crecido escalonadamente a lo largo de los cuatro últimos años, aunque, de manera inevitable, algunos conceptos resultan limitados.

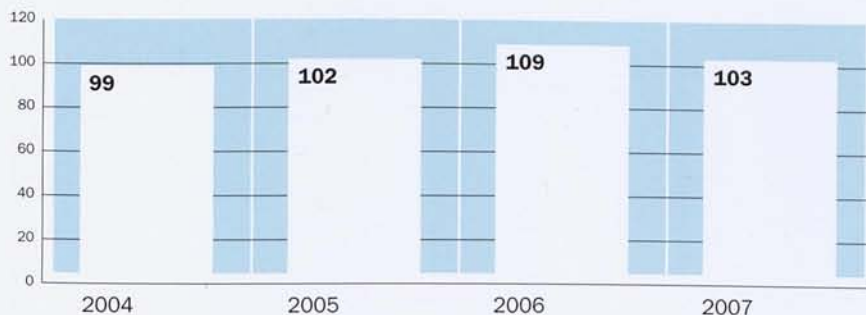
Debe tenerse en cuenta que el coste real de funcionamiento del Museo es mayor. Estas cifras sólo incluyen el denominado "Gasto Corriente", que se atiende desde la caja pagadora del Museo, no los apartados de Personal e Inversiones, ni algunos otros gastos centralizados en el Ministerio de Cultura como la Seguridad o la Adquisición de Colecciones.

Del mismo modo debe tenerse en cuenta que gran parte de esas cifras se destinan al mantenimiento del inmueble, las instalaciones y los servicios.



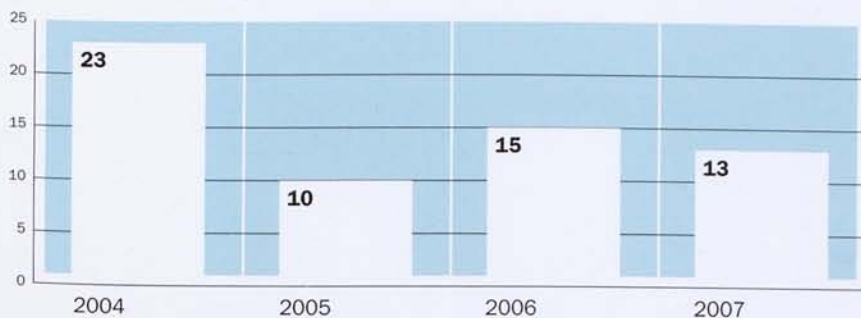
Personal

Igualmente a lo largo del período, el volumen de personal en plantilla ha crecido ligeramente, aunque con fluctuaciones inevitables, para dar respuesta a la continua ampliación de necesidades.



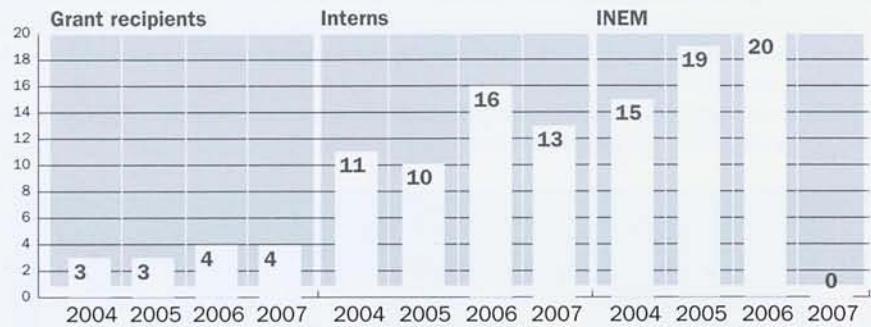
Personal contratado con carácter temporal

No obstante, buena parte de la plantilla fija se compone de personal administrativo, de atención al público, mantenimiento, etc., y es muy reducida la proporción de personal técnico en sus diversas categorías, por lo que ha resultado necesario recurrir a la contratación de asistencias técnicas externas, con cifras variables en función de las disponibilidades presupuestarias de los Servicios Centrales del Ministerio de Cultura.



Work grant recipients and interns

Finally, carrying on a long tradition of training new technicians, the museum always maintains a small group of work grant recipients and interns from museology courses at various Spanish and foreign universities, and from the agreements between INEM (Spanish Unemployment Agency) and the Ministry of Culture (not signed in 2007), which provide solid support to the institution's activity.*



* Given that this kind of collaborator usually remains with the museum for a period of between three and six months, the figures provided must be adjusted when calculating the total figure of persons/year.

Becarios y personal en prácticas

Y, por último, siguiendo una larga tradición de formación de nuevos técnicos, el Museo mantiene siempre un pequeño grupo de becarios y personal en prácticas formativas procedentes de los Cursos de Museología de diversas universidades españolas y extranjeras, y de los convenios INEM - Ministerio de Cultura (no firmado en 2007), que suponen un sólido apoyo a la actividad de la Institución*.



* Dado que el periodo de permanencia de este personal colaborador suele oscilar entre tres y seis meses, deben corregirse las cifras indicadas si se quiere obtener un cálculo de personas/año.

Curricula

PABLO PENA GONZÁLEZ

Mr. Pena is a professor of design history at the schools of Visual Arts and Design of the Region of Madrid. He also works with the Museo del Traje, where he gives lectures, and has authored a dozen scientific articles on subjects that range from ancient dress to fashion sociology. He received the 2006 Marqués de Lozoya Prize for cultural research for his doctoral thesis, *El traje en el Romanticismo* (Costume during Romanticism), which will be published by the Ministry of Culture this coming winter.

MECEDES PASALODOS

Ms. Pasalodos obtained a doctorate in Art History from the Complutense University with a thesis on *El traje como reflejo de lo femenino. Evolución y significado. Madrid 1898-1915* (Costume as a reflection of the feminine. Evolution and meaning. Madrid 1898-1915). She is part of the Museum Assistant Association and works at the Museo del Ejército. A specialist on clothes and fashion she has published on these topics in several journals and magazines, as well as exhibition catalogues. She has taken part in congresses on this topic and she is a regular lecturer at different institutions.

LUIS CASABLANCA MIGUELES

Mr. Migueles obtained his doctorate in fine arts from the University of Granada, where he teaches part-time. He also collaborates with the Pasarela Fortuny fashion show in Granada. Guest lecturer at the Fundación Jesús del Pozo.

M^a CONCEPCIÓN HERRANZ RODRÍGUEZ

Ms. Herranz completed her undergraduate studies in Philosophy and Arts, specialising in Art History, at the Complutense University of Madrid. Since 1985 she has worked as a civil servant at the Ministry of Culture, and since 1995 as Curator of the Professional Museum Curators Association. She has always worked for the same institution, known nowadays as Museo del Traje. CIPE (previously known as Museo Nacional de Antropología and initially as Museo del Pueblo Español). At present she is working as Curator of clothes and textiles. She has published several works on jewellery, photography and fabrics and textiles and she has curated several exhibitions.

IRENE SECO SERRA

Ms. Seco obtained a doctorate in archaeology from the UAM (Autonomous University of Madrid) after completing research in Rome and Oxford. In 2004 she joined the Professional Museum Curators Association, and she currently oversees the Department of Popular Attire of the Museo del Traje. CIPE

M^a ANTONIA HERRADÓN FIGUEROA

Ms. Herradón completed her undergraduate studies in Ancient History and Art History at the Complutense University of Madrid. In 1993 she became a member of the Professional Museum Curators Association and since then has been a member of the

Curricula

PABLO PENA GONZÁLEZ

Profesor de Historia del Diseño en las escuelas de Artes Plásticas y Diseño de la Comunidad de Madrid. Colaborador del Museo del Traje, donde imparte conferencias, y autor de una docena de artículos científicos que abarcan desde la indumentaria antigua hasta la sociología de la moda. Por su tesis doctoral, *El traje en el Romanticismo*, que ha publicado el Ministerio de Cultura, ha recibido el *Premio de investigación cultural Marqués de Lozoya 2006*.

MERCEDES PASALODOS

Doctora en Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid, con su tesis *El traje como reflejo de lo femenino. Evolución y significado. Madrid 1898-1915*. Pertenece al Cuerpo de Ayudantes de Museos y trabaja en el Museo del Ejército. Especialista en Indumentaria y Moda, ha realizado numerosas publicaciones sobre el tema en diferentes revistas de investigación y divulgación, así como en catálogos de exposiciones. Igualmente participa en congresos relacionados con el tema y es conferenciante habitual en diferentes instituciones.

LUIS CASABLANCA MIGUELES

Doctor en Bellas Artes por la Universidad de Granada, donde desarrolla labores como profesor asociado. Colaborador de la Pasarela Fortuny de Granada. Docente invitado por la Fundación Jesús del Pozo.

M^º CONCEPCIÓN HERRANZ RODRÍGUEZ

Es licenciada en Filosofía y Letras, especialidad de Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid. Desde 1985 trabaja como funcionaria del Ministerio de Cultura, como Técnico Superior hasta 1995, y después como Conservadora del Cuerpo Facultativo de Conservadores de Museos.

Ha desarrollado su trabajo siempre en el mismo centro, hoy denominado Museo del Traje. CIPE (anteriormente se denominó Museo Nacional de Antropología, e inicialmente Museo del Pueblo Español). Actualmente trabaja en la Conservación de Indumentaria y Textiles. Ha realizado diversas publicaciones sobre joyería, fotografía e indumentaria y textiles, y ha comisariado varias exposiciones temporales.

IRENE SECO SERRA

Se doctoró en Arqueología por la UAM, tras realizar investigación en Roma y Oxford. Entró en 2004 en el Cuerpo de Conservadores de Museos, y se ocupa en la actualidad del Departamento de Indumentaria Popular del Museo del Traje. CIPE.

M^º ANTONIA HERRADÓN FIGUEROA

Es licenciada en Historia Antigua y en Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid. En 1993 ingresó en el Cuerpo Facultativo de Conservadores de Museos y desde entonces es miembro del Internacional Council of Museums. Ha desempeña-

International Council of Museums. She has worked in the Archive and Collections departments at the Museo del Pueblo Español (subsequently renamed the Museo Nacional de Antropología), and at the Museo del Traje, Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico. She is the author of numerous publications, mainly dealing with jewellery.

INMACULADA LEDESMA CID

After obtaining a degree in Art History from the University of Córdoba (1996/2000), she began to work as a guide and group leader in the famous churches built under King Fernando III and in the Vincorsa exhibition hall of Córdoba. In 2004 she completed her master's degree in Museography and Exhibitions at the Faculty of Fine Arts of the Complutense University of Madrid. Starting that same year, she began to work in the Publicity Department of the Museo del Traje, first as an intern and later with the Museology Grant awarded by the Ministry of Culture. Since 2006 she has been on contract with said institution, working on the coordination of cultural activities.

She has also worked in the Publicity Department of the Museo del Ejército (2006) and curated the exhibition *La moda en el XIX* (Fashion in the 19th

Century), which was shown at the Museo de Artes y Costumbres Populares in Seville, the Museo de Bellas Artes of Granada and the Museo de Huelva. Her article *La difusión de la moda en el siglo XIX* (The Dissemination of Fashion in the 19th Century) was published in the catalogue of said exhibition.

She currently combines her work on the 3rd and 4th editions of the photography competition *¿Cómo T vistes, cómo T Ves?* with the coordination of temporary exhibitions in the Museo del Traje.

SILVIA MONTERO REDONDO

Ms. Montero obtained a degree in geography and history, with a speciality in art history, from the UAM (Autonomous University of Madrid) and a second degree in conservation and restoration of cultural assets from the ESCRBC (School for the Conservation and Restoration of Cultural Heritage) of Madrid. She specialised in the conservation and restoration of paintings and fabrics. She has worked at various state museums and temporary clothing exhibitions held at the Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Since 2004 she has been employed by the Ministry of Culture and she currently works as a textile restorer at the Museo del Traje. CIPE.

do su actividad profesional en las áreas de Documentación y Colecciones del Museo del Pueblo Español, más tarde Museo Nacional de Antropología, y actualmente del Museo del Traje, Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico. Es autora de numerosas publicaciones, centradas principalmente en la joyería.

INMACULADA LEDESMA CID

Tras licenciarse en Historia del Arte por la Universidad de Córdoba (1996/2000), comenzó a trabajar como guía y monitorea en las "iglesias fernandinas" y en la sala de exposiciones Vimcorsa de Córdoba. En el año 2004 realizó el Master de Museografía y Exposiciones de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid. Desde ese mismo año, comenzó a colaborar en el Departamento de Difusión del Museo del Traje, primero como personal en prácticas y posteriormente con la beca de Museología del Ministerio de Cultura. Desde el año 2006 está contratada por dicha institución para realizar labores de coordinación de actividades culturales.

Ha trabajado también en el Departamento de Difusión del Museo del

Ejército (2006) y ha comisariado la exposición *La moda en el XIX*, que tuvo como sedes el Museo de Artes y Costumbres Populares de Sevilla, el Museo de Bellas Artes de Granada y el Museo de Huelva. Para el catálogo de dicha muestra, publicó el artículo "La difusión de la moda en el siglo XIX". Actualmente compagina su trabajo para la III y IV Edición del Concurso de Fotografía *¿Cómo T vistes, cómo T ves?* con la coordinación de exposiciones temporales en el Museo del Traje.

SILVIA MONTERO REDONDO

Es licenciada en Geografía e Historia, especialidad de Historia del Arte, por la UAM, y diplomada en Conservación y Restauración de Bienes Culturales por la ESCRBC de Madrid. Se especializó en conservación y restauración de pintura y tejidos. Ha desarrollado su actividad profesional en distintos museos estatales, así como en exposiciones temporales de indumentaria celebradas en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Desde el año 2004 es personal laboral del Ministerio de Cultura y desempeña sus funciones como restauradora de textiles en el Museo del Traje. CIPE



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CULTURA