

# INDUMENTA REVISTA MUSEO DEL TRAJE

00 / 2007







**INDUMENTA**  
Revista  
del Museo del Traje  
**00** / 2007





MINISTERIO DE CULTURA

Edita:

© SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA

Subdirección General

de Publicaciones, Información y Documentación

© De los textos y fotografías, sus autores

NIPO: 551-07-072-1

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**

Enrique Varela Agúf  
M<sup>a</sup> José Pacheco Portela

**Corrección de textos**

Ana Guerrero Melguizo  
Enrique Varela Agúf

**Fotografías del Museo del Traje**

Lucía Ybarra Zubiaga  
Miguel Ángel Otero Ibáñez  
David Serrano Pascual  
Munio Rodil Ares  
Jesús García Navarro  
María de la O Andonegui

**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](mailto:biblioteca.mt@mcu.es)

# Índice

Editorial .....	9
<b>Exposición permanente del Museo del Traje: elementos museográficos</b>	
El Museo del Traje: breve presentación .....	13
<i>Andrés Carretero Pérez</i>	
Una visión global sobre aspectos de conservación, restauración y montaje .....	23
<i>Carmen Pérez de Andrés</i>	
El área de la museografía complementaria para indumentaria en el Museo del Traje .....	33
<i>Lucina Llorente Llorente</i>	
Medios interactivos y audiovisuales. Una realidad en el Museo del Traje .....	39
<i>Jesús García Navarro, Alicia Gómez Gómez</i>	
<a href="http://museodeltraje.mcu.es">http://museodeltraje.mcu.es</a> .....	49
<i>Carmen González Rodao</i>	
Un museo para todos: diseño del área tifológica en el Museo del Traje .....	57
<i>Lucina Llorente Llorente, Paula Paredes Menéndez, Juan Antonio Rodríguez Menéndez</i>	
La difusión en el Museo del Traje .....	61
<i>Mara Canela Fraile</i>	
<b>Exposición permanente del Museo del Traje: contenidos históricos</b>	
Apuntes de moda desde la Prehistoria hasta época moderna .....	77
<i>Amalia Descalzo Lorenzo</i>	
La moda en España durante el siglo XVIII .....	87
<i>Amelia Leira Sánchez</i>	
Indumentaria en España: el periodo isabelino (1830-1868) .....	95
<i>Pablo Pena González</i>	
Algunas consideraciones sobre la moda durante la <i>Belle Époque</i> .....	107
<i>Mercedes Pasalodos Salgado</i>	
Mariano Fortuny y Madrazo. Vestidos y tejidos de la colección del Museo del Traje .....	113
<i>M<sup>a</sup> del Mar Nicolás Martínez</i>	
El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX .....	123
<i>Isabel Vaquero Argüelles</i>	
Modas recientes (1960-...). Una sinopsis/crónica apresurada .....	135
<i>Lola Gavarrón Casado</i>	
<b>Noticias</b>	
Asociación de Amigos del Museo del Traje .....	149
<i>Curricula</i> de los colaboradores .....	151
Normas para la presentación de los originales .....	155





# Editorial

El Museo del Traje viene a ser un museo que renace inesperadamente después de casi ochenta años. En 1925 algunos intelectuales soñaron que la “Exposición del Traje Regional”, muestra temporal instalada en el Palacio de Bibliotecas y Museos de Madrid, podía convertirse en un museo permanente; museo que, de hecho, se creó en 1927 con el nombre de Museo del Traje Regional e Histórico.

Sin embargo, a pesar del éxito de la exposición temporal, nadie creyó en el nuevo Museo, que no abrió nunca al público; de hecho ni siquiera llegó a tener sede estable, y acabó finalmente integrado en el Museo del Pueblo Español (1934).

Y habrá que esperar a 2004 para que se vuelva a plantear la necesidad de creación de un Museo del Traje, no de recuperación de la vieja institución, apenas recordada ya por los eruditos, sino de un nuevo museo de la moda, del museo que el diseño de moda, pujante en nuestro país, reclamaba.

“La moda entra en el Museo” podría ser el slogan y, efectivamente, lo que en 1927 se vio como algo estrafalario y de escaso interés, ahora, tres generaciones después, resulta normal y aplaudible en sectores intelectuales mucho más amplios. El concepto de patrimonio cultural ha ido abriéndose paso a lo largo de todo el siglo XX, superando los más elementales de patrimonio artístico o patrimonio histórico, para englobar facetas cada vez más diversas y enriquecer la perspectiva con la que nos acercamos a la percepción cultural de nuestra vida, presente y pasada.

El diseño, y en particular el diseño de moda, tienen un peso mayor cada vez en nuestra vida cotidiana y era inevitable que reconociéramos sus connotaciones culturales, ya que, como dice el preámbulo de la ley de Patrimonio Histórico Español de 1985, “su valor lo proporciona la estima que, como elemento de identidad cultural, merece a la sensibilidad de los ciudadanos. Porque los bienes que lo integran se han convertido en patrimoniales debido exclusivamente a la acción social que cumplen, directamente derivada del aprecio con que los mismos ciudadanos los han ido revalorizando”.

Más allá de la aparente frivolidad con que todavía es frecuente que se considere el vestido, el Museo muestra las muchas facetas desde las que podemos estudiarlo. En su exposición y actividades se revisan los aspectos históricos, sociales, técnicos, económicos, estéticos, etc., etc., de la indumentaria, y se aúnan los enfoques de las múltiples disciplinas que, a veces casi de manera invisible, se ocupan de su análisis.

La Revista del Museo del Traje es un paso más en este camino.

Si el Museo plantea diversas actividades de divulgación para quienes desean acercarse al estudio de la indumentaria, la revista quiere convertirse en el órgano de expresión del Museo y en un foro especializado de reflexión para todos los interesados en el análisis y descripción de la historia de la indumentaria, en la evaluación de los potenciales estéticos o económicos del diseño de moda, o en la reflexión sobre los contenidos sociales y culturales del traje.

Por ello, aunque este primer número de presentación de la institución y su actual Exposición Permanente tienen una estructura particular, la revista contará de forma regular con dos secciones básicas: la dedicada al Museo, sus actividades, noticias y colecciones; y la dedicada a las colaboraciones de estudiosos ajenos a la propia institución.

Desde aquí invitamos a todos los interesados a colaborar, en la seguridad de que la respuesta será tan positiva y de calidad como lo ha sido en el resto de las actividades de la institución.



Exposición  
permanente  
del Museo del Traje:  
elementos  
museográficos



# Museo del Traje: breve presentación\*

Andrés Carretero Pérez

El MUSEO DEL TRAJE. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico, dependiente del Ministerio de Cultura, de reciente creación, se plantea como un museo especializado en el estudio de la historia del traje y de la moda contemporánea en España. Sus objetivos principales incluyen la valoración del vestido como expresión social y creación artística, así como de las numerosas industrias y actividades relacionadas con él; el análisis de las implicaciones técnicas, sociales, ideológicas y creativas de la indumentaria a través de la diversidad y el continuo cambio de los usos; la difusión de las características particulares de la historia del vestido en España; y la contextualización de esa producción española en el marco histórico, social y cultural europeo al que siempre ha estado unido.

Los museos del traje o la moda, según sus denominaciones más frecuentes, tienen una historia ya larga en todo el mundo, pero de manera particular a partir de 1950 han ido floreciendo instituciones específicas como el Museum of Costume (Bath), el Costume Institute (Kyoto)...; o adquiriendo peso e independencia las secciones relacionadas con la materia dentro de instituciones mayores. Por citar ejemplos significativos, pensemos en las colecciones de indumentaria del Victoria & Albert Museum de Londres, el Costume Institute del Metropolitan Museum de Nueva York o el Musée de la Mode et du Textile de París, sección independizada del Museo de Artes Decorativas...

España cuenta también con algunas instituciones especializadas como el Museu Tèxtil i d'Indumentaria de Barcelona, el

Centre de Documentació i Museu Tèxtil de Tarrasa o la *Fundación y Museo Balenciaga*, dedicado de manera monográfica a este gran artista español, en Guetaria.

Faltaba, sin embargo, una institución de ámbito nacional que amparara específicamente este patrimonio, porque su representación en los museos estatales es bastante limitada, dispersa e incompleta. Además de los fondos que guardaba el antiguo Museo Nacional de Antropología, de los que hablaremos a continuación, pueden citarse las series de trajes populares (con sus joyas y aderezos) del Museo Sorolla, que el pintor adquirió y utilizó para sus pinturas de tipos populares españoles realizadas por encargo de la Hispanic Society; los escasos trajes de época conservados en el Museo Romántico o el



Museo Cerralbo; los de procedencia americana, y en general de carácter popular, que guarda el Museo de América; las series, principalmente del siglo XX, aunque no falta alguna importante pieza más antigua (incluso del siglo XVI), con que cuenta el Museo Nacional de Artes Decorativas; la colección del Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias de Valencia, que incluye esencialmente prendas y accesorios de los siglos XVIII y XIX; y el que quizás sea el

Figura 1. Logotipo del Museo del Traje. CIPE Estudio de Manuel Estrada.

\* Una versión previa de este artículo se publicó en "El Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico", *Revista de Museología*, 29, Madrid, 2004, pp. 88-95.



Figura 2. Vista exterior de los jardines y el edificio del Museo del Traje. CIPE.

conjunto más extenso y significativo: la colección del Museo del Teatro, dependiente del Instituto Nacional de las Artes Escénicas y la Música, que, junto a indumentarias propiamente teatrales, conserva numerosas prendas del guardarropa personal de actrices de los siglos XIX y XX.

### Algo de historia

Aunque es el más reciente de los museos nacionales, realmente el Museo del Traje es un museo antiguo; sus colecciones tienen una larga historia.

*La Exposición del Traje Regional*, celebrada en 1925 en el Palacio de Bibliotecas y Museos de Madrid, fue un evento notable que reunió en su Comité organizador a un amplio espectro de la intelectualidad española, de la nobleza y de las fuerzas vivas de la época: desde el Conde de Romanones, Presidente por entonces de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, al antropólogo D. Luis de Hoyos Sainz, que actuó de comisario de la muestra sustituyendo al fallecido profesor de Indumentaria del Real Conservatorio D. Juan Comba, o la Duquesa de Parcent, D<sup>a</sup> Trinidad von Scholzs Hermendorff, auténtica impulsora del evento según todas las noticias.

La exposición trataba de compendiar la gran diversidad de manifestaciones de las indumentarias españolas, y para ello reconstruía ambientes populares, por áreas provinciales, sobre escenografías creadas por artistas como Álvarez Sotoma-

yor (Coruña), Vázquez Díaz (Huelva), Benedito (Valencia), Planes (Murcia)..., junto a un Salón de Trajes Regionales para las regiones peor representadas por su número de conjuntos, además de varias salas de trajes de época con colecciones como las de Rocamora, Guiu o la del vizconde de Güell, que cerraba la muestra.

La prensa de todo el país se hizo eco continuo desde mucho antes de la inauguración hasta su cierre. El éxito de público fue tal que se hizo necesario reeditar la guía de visita. Y ya en el discurso inaugural el conde de Romanones planteó la idea de convertir la exposición temporal en un Museo del Traje permanente.

Con motivo de la muestra, junto a préstamos temporales de particulares, se adquirieron numerosas prendas y se recibieron una gran cantidad de donaciones que, tras la clausura, dieron lugar a la creación de una Junta de Patronato del Museo del Traje Regional e Histórico (R.O. de 23 de marzo de 1927) que debía hacerse cargo de los abundantes fondos y crear el Museo. En la Comisión rectora aparece el pintor Mateo Silvela como Director, acompañado de personajes como el Duque de Parcent, Ricardo Ortueta, Joaquín Ezquerro del Bayo, Francisco Llorens o Ignacio Pinazo Martínez (Berges, 1996).

Sin embargo, el Museo no consiguió despegar y tuvo una vida azarosa y errante, sin llegar a instalarse y abrirse al público. En 1932 se reorganiza, aparece la Duquesa de Parcent como Presidenta de la Junta del Patronato y, como vocales, algunas personalidades que poco más tarde tendrán una

gran importancia en el desarrollo del Museo del Pueblo Español: Carmen Baroja de Caro, Luis Navia-Osorio y Castropol y Luis de Hoyos Sainz.

De hecho, en 1934 sus colecciones pasaron a integrar los fondos del Museo del Pueblo Español, institución que puede considerarse una obra personal de D. Luis de Hoyos Sainz. Ya en 1915 Luis de Hoyos y Telesforo de Aranzadi habían enviado al Centro de Estudios Históricos una memoria planteando el interés y la necesidad de crear un museo de etnografía de las culturas hispanas, al que pensaron denominar Museo del Pueblo Español. Durante los años siguientes D. Luis fue presentando noticias en la Sociedad Española de Antropología, Etnología y Prehistoria, de la que era Secretario, sobre los avances en la constitución de dicho museo y la recopilación de colecciones.

Hoyos tenía claro el destino de los fondos de la exposición del *Traje regional*, ya que, como relata su colaborador Ángel Vegue Goldoní en su descripción de la misma: "Pensando en el futuro Museo del pueblo español, se ha tendido a diferentes géneros de presentación" (Vegue, 1925: 211).

Desde el punto de vista de D. Luis, el Museo del Traje fue sólo un intermedio, pues desde el inicio pareció insuficiente: "ampliaban el valor artístico y científico de la Exposición los objetos etnográficos de las artes, industrias, juego y diversiones, así como de utensilios de casa, ajuar y trabajo y muy notabilísimos ejemplares de instrumentos de música, formando un completo folklórico y etnográfico que nos confirmó la necesidad de aspirar a organizar el Museo del Pueblo Español, y no concretamente el del traje, ya que éste no era más que uno de tantos elementos o unidades constituyentes de la vida y la cultura tradicional española" (Hoyos, 1985 [1947]: 83).

Sin embargo, si hemos calificado de azarosa la vida del Museo del Traje Regional e Histórico, la de su sucesor, el Museo del Pueblo Español, no tuvo más fortuna, y de hecho el Museo apenas se abrió al público durante quince meses, entre el otoño de 1971 y el verano de 1973.

En 1993, en un intento bienintencionado de modernización del discurso patrimonial, Museo del Pueblo Español y Museo Nacional de Etnología se unen en una sola institución: el Museo Nacional de Antropología; pero, a falta de desarrollo de

la norma, ambas instituciones continuaron funcionando de manera independiente, sin unir sus capacidades y escasos recursos, y las colecciones españolas siguieron sin exponerse al público a pesar de los numerosos proyectos planteados.

Esta lamentable historia no ha impedido que desde 1934, y en la medida de sus limitadas posibilidades, el Museo haya multiplicado las aproximadamente tres mil piezas de la colección inicial de indumentaria, en su mayor parte con trajes populares, joyería y otros complementos. A veces con adquisiciones puntuales. En otras ocasiones con grandes compras como las colecciones de Alfredo Cueto (de indumentaria popular de la provincia de Zamora) o Javier Emperador (de la provincia de León). Y con colaboraciones excepcionales como la donación de D<sup>a</sup> Pilar Primo de Rivera en los años 80, o la dación de Caja Duero (2001) que ha permitido el ingreso, junto a otras piezas de gran interés, de un *traje de vistas* albercano con su joyería completa, traje que perteneció a la bailarina Elvira Lucena, y cuyo conjunto de joyas fue publicado por la Hispanic Society (*Jewelry. Necklaces. La Alberca, Salamanca*) hace casi un siglo. Se trata de una de las pocas ocasiones en que tenemos constancia de la permanencia a lo largo del tiempo de un conjunto unitario de joyería en la indumentaria popular. Igualmente significativa es la reciente dación de Inditex S.A. (2003) de la valiosa colección de trajes y textiles de Mariano Fortuny que perteneció a Liselotte Höhs, cercana a las quinientas piezas.

Figura 3. Vista exterior del edificio del Museo del Traje. CIPE.





Finalmente, en 2002, dentro de una reflexión general sobre el futuro del Museo, y sin prescindir de la preocupación por la interpretación cultural global, se decidió potenciar, desde una perspectiva moderna, la presencia pública de aquellas antiguas colecciones de trajes, consideradas las más ricas y coherentes de la institución, y en 2004 se crea oficialmente el Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico.

Como si de un cierre del círculo se tratara, casi ochenta años después de la creación del Museo del Traje Regional e Histórico, vuelve a crearse el Museo del Traje, por la innegable riqueza de esta parte de las colecciones.

A pesar de la simplicidad de la frase anterior, es difícil percibir la continuidad entre las instituciones. No puede pensarse que el Museo del Traje ha vivido oculto, agazapado durante años, bajo la piel de un museo etnográfico, sino que realmente se integró, se diluyó en él. Pero, al mismo tiempo, en la historia del Museo del Pueblo Español se observa una continua contradicción entre el ánimo universalista de D. Luis de Hoyos, que buscaba una amplia y diversa representación de la cultura popular (“Dos aclaraciones hace el Patronato a todos los que atiendan su ruego. Es la primera la de la **ilimitación** de lo que puede y debe recogerse y enviarse, y, la segunda, la de la **urgencia** del trabajo” [AMPE, 1935: 33; negritas nuestras]), y la realidad de que cada vez que el Museo tenía posibilidad de exponer al público sus colecciones, cuando se solicitaban fondos para exposiciones temporales, o cuando el Museo “necesitaba causar buena imagen”, aparecen siempre las colecciones de trajes, sin duda las más atractivas del conjunto.

En 1934 el decreto de creación del Museo del Pueblo Español incluía la previsión de mantener una sección especial del Traje Histórico (“Conservará y continuará la sección especial del Traje Histórico, ampliándola con el de oficios y jerarquías”, art. 3º) en atención a la procedencia de una parte de sus colecciones, tarea que el Museo nunca desatendió dentro de sus escasos medios como demuestra el continuo crecimiento de los fondos.

Este nuevo Museo del Traje, en atención igualmente a las numerosas colecciones heredadas del crecimiento natural del Museo del Pueblo Español, añade a su nombre un subtítulo: *Centro de Investiga-*

*ción del Patrimonio Etnológico*, que habla del respeto al patrimonio etnográfico y de la voluntad de continuidad e integración.

Este contexto de surgimiento de la nueva institución ayudará a comprender la amplitud de funciones recogidas en las normas de creación, que comienzan con consideraciones generales respecto al estudio de la diversidad cultural española, desde una perspectiva antropológica, para ir precisando y centrándose en “mostrar de manera destacada la evolución histórica de la indumentaria, analizando sus implicaciones técnicas, sociales, ideológicas y creativas a través de la diversidad y el continuo cambio de las prácticas del vestir.”

## De las colecciones

La riqueza de las colecciones textiles que se han ido reuniendo a lo largo de casi ochenta años es innegable, lo cual no contradice la afirmación de que el Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico, a pesar de esa larga historia, es un museo naciente que debe formar su colección de acuerdo con los criterios que se plantean para su actividad futura.

El Museo cuenta en la actualidad con unos 160.000 fondos museográficos y documentales inventariados; de ellos casi 25.000 corresponden a textiles e indumentaria. Ya nos hemos ocupado en otro lugar del comentario de las características de estas colecciones (Carretero, 2002), pero resulta necesario reflexionar sobre las propias series de indumentaria para comprender el punto de partida del proyecto.

Durante mucho tiempo el grueso de las colecciones de indumentaria se han referido al denominado “traje regional”, que siempre se ha contemplado desde una perspectiva geográfico-sociológica, tratando de completar tipologías y variedades regionales y comarcales, como si esta indumentaria tradicional fuera algo estable y permanente, ajeno a la historia, ajeno a las modas que cambian con el tiempo.

El mundo culto del siglo XVIII (esencialmente a partir de la colección de D. Eusebio Güell), y en menor medida las modas del siglo XIX, han tenido también una representación significativa.

La moda del siglo XX, salvo en ingresos puntuales, ha estado prácticamente ausente de las colecciones. Como en otras áreas

del Museo, el salto desde la sociedad rural al mundo urbano e industrializado parecía un límite insuperable, infranqueable, y resultaba impensable que la Alta Costura pudiera formar parte de un museo etnográfico. De hecho, las propias estructuras administrativas han dado muestras de tener asumidos estos postulados, y en más de una ocasión han rechazado propuestas de ingreso de prendas firmadas por grandes creadores por no ajustarse a la temática de la institución.

Sólo en la última década del siglo pasado comenzó a abrirse camino la idea de ampliar cronológica y culturalmente los contenidos del Museo y, del mismo modo que comenzaron a ingresar electrodomésticos o maquinaria agrícola, superando los límites de lo "preindustrial" en las colecciones etnográficas, pudo iniciarse lentamente la adquisición de trajes "de moda" y de diseñadores actuales.

Salvo adquisiciones puntuales por donación, hasta la década de 1990 no se iniciaron las compras de moda culta contemporánea con ingresos de diseños, en general aislados y no demasiado significativos, de Balenciaga, Pedro Rodríguez, Pertegaz...; y sólo en el año 2000, con motivo de la prevista exposición temporal "Geometría y trazas", comenzaron a ingresar trabajos de diseñadores españoles actuales (Jesús del Pozo, Ángel Schlessler, Devota & Lomba, Roberto Verino, Ágata Ruiz de la Prada, Sara Navarro, Angela Arregui, Amaya Arzuaga, Jaume Roca..., entre otros muchos) en forma de donaciones de los propios creadores.

En todo caso, nunca formó parte de las metas del Museo del Pueblo Español convertirse en un museo monográfico ni narrar una historia de las formas de vestir en España, y mucho menos en el conjunto de la cultura occidental o del mundo, por lo que una especialización en la historia del traje requerirá un incremento sistemático y planificado de los fondos actuales.

Por suerte, un gran número de donantes están dispuestos a ayudarnos a completar las colecciones con la mayor rapidez, como demuestran las más de 4.000 prendas ingresadas durante el año 2004. Para aquellos vestidos que difícilmente llegarán de donaciones se ha iniciado una campaña de adquisición puntual de fondos para tratar de equilibrar los contenidos. Campaña que se ha planteado con la mayor prudencia para evitar que el apresura-

miento y el volumen de los ingresos enturbien los criterios de selección y que los almacenes del Museo se llenaran de piezas poco significativas, porque de hecho (no lo olvidemos en ningún momento) no



Figura 4. Vitrina *El traje emblema del oficio* de la sala *El traje popular*.

estamos ante un museo acabado, ante un museo de colecciones cerradas, sino ante un museo que nace y que debe desarrollarse con el necesario rigor y perspectiva. Sin prisas.

En síntesis, sobre un total aproximado de veinte mil piezas de indumentaria, complementos y textiles, la serie de trajes más completa es la de indumentaria popular, a pesar de que ya en la exposición de 1925 un tercio de las provincias españolas quedaron mal representadas, con un solo traje o ninguno, en gran medida por la propia inexistencia –o indefinición– de esos "trajes populares" en muchas regiones. Los siglos XVIII y, en menor medida, XIX están esencialmente representados por los fondos de las colecciones Güell y Guiu procedentes del antiguo Museo del Traje, con carencias significativas, sobre todo, en la primera parte del siglo XVIII y en época romántica. La moda del siglo XX, como ya hemos señalado, está escasamente presente.

Ahora bien, junto a estas colecciones de indumentaria, complementos, accesorios y elementos de adorno personal, que constituirán el núcleo básico de interés expositivo en el futuro próximo, el Museo guarda las demás colecciones del antiguo Museo del Pueblo Español: una gran variedad de fondos, de objetos relacionados tanto con las actividades productivas, la vida doméstica o las creencias de la vida tradicional, del mundo rural en lo esencial,

del período de transición de la era preindustrial a la industrial y urbana.

Del mismo modo que las series de indumentaria han crecido con el tiempo, las series etnográficas han pasado de unos tres mil objetos en 1936 a más de setenta y cinco mil en la actualidad. Aunque su cronología es mucho más amplia, con algunos objetos al menos del siglo XVI y otros del más inmediato presente, la mayor parte podrían datarse entre finales del siglo XIX y la primera mitad del XX.

Estos fondos, que constituyen el núcleo básico del Centro de Investigación del Patrimonio Etnográfico, contarán con sus propios proyectos expositivos en las salas temporales.

### Implantación expositiva primera

La vocación de cualquier museo es estar abierto y ofrecer sus servicios al público. Para un museo como el Museo del Traje, heredero de otros históricamente cerrados al público, la exposición es condición imprescindible para comenzar a vivir.

En una somera revisión de los museos especializados en todo el mundo podemos comprobar que prácticamente ninguno cuenta con una "exposición permanente" propiamente dicha, sino que funcionan como centros de exposiciones temporales en las que rotan las colecciones, mostrándose al público durante breves períodos de tiempo en muestras monográficas. La delicadeza de los materiales que se exponen condiciona tanto las técnicas como el discurso expositivo.

Sin embargo, como inicio del Museo del Traje, y en el contexto museístico español,

poco acostumbrado a estas fórmulas de trabajo, ha parecido conveniente mantener el formato clásico de la Exposición Permanente, aunque con la idea clara de que permanente no quiere decir eterna, y que las prendas expuestas se verán sometidas a una rápida renovación.

Al plantear las líneas básicas del discurso expositivo, se ha optado por un eje principal de narración cronológica por motivos de pragmatismo y efectividad.

En primer lugar, "la historia" resulta un esquema al que el público está acostumbrado en otros muchos tipos de museo. En segundo lugar, el carácter marcadamente historicista de las colecciones hacía difíciles planteamientos de argumentación horizontal. En tercer lugar, aunque los estudios son incipientes, se dispone de un mínimo de información fehaciente sobre la historia del traje en España, mientras que apenas existen estudios sobre la sociología del traje y de la moda, que hubieran servido para plantear otros acercamientos. El análisis de la moda se mantiene, hoy por hoy, en un nivel de instantánea periodística, descriptiva y estetizante, que hace difícil estructurar una muestra explicativa con algo más que opiniones personales. Otro tanto ocurre si buscamos estudios sobre tecnología, economía, simbolismo, etc., aplicadas al análisis de la moda.

Las colecciones disponibles, mínimas para épocas anteriores al siglo XVIII, como en cualquier otro museo de la especialidad, ha llevado a estructurar una muestra centrada en los tres últimos siglos, con catorce áreas expositivas, que mezclan etapas cronológicas y salas monográficas, según el siguiente esquema:

- 1) **Tiempos lejanos.** Describe los antecedentes más remotos de nuestras formas de vestir. Iniciar "la historia" en el siglo XVIII, como si antes hubiéramos ido desnudos durante milenios, parecía limitado y poco instructivo. También parecía contradictorio sustituir las etapas más lejanas por un mero audiovisual inicial, por lo que finalmente la solución fue mixta. Así, una serie de vitrinas muestran algunas prendas de gran antigüedad, algunas del propio Museo y otras préstamos temporales de diversas instituciones, como el ajuar funerario de la Infanta María, hija del rey Fernando III, fallecida en 1235, depositado gentilmente por la Colegiata de San Isidoro de León, o el traje de recepción "a la

Figura 6. Vitrina *Clasicismo y burguesía* de la sala *Afrancesados y burgueses*.



española" del embajador sueco Nils Brahe, de 1655, cedido por el Skokloster Slott, que sustituyó al ajuar de la Infanta. Otra línea expositiva muestra, con las representaciones iconográficas que ofrecen esculturas y pinturas, las formas y colores de aquellas prendas antiguas, llegando a los conocidos trajes "a la española" que marcaron la moda internacional en la época de los Austrias. Finalmente, un audiovisual sintético habla de las líneas esenciales de la evolución del traje.

- 2) **Ilustración y casticismo.** Área dedicada a la indumentaria del siglo XVIII, muestra la pugna entre las tradiciones hispanas y la influencia, finalmente ganadora, de las modas francesas que aporta la dinastía borbónica.
- 3) **Afrancesados y burgueses.** Habla de los cambios sociales y económicos que repercutieron en toda Europa tras la Revolución Francesa, y de la burguesía triunfante que tras la caída de Napoleón consolidó su posición dominante a lo largo de todo el siglo XIX. La *revolución* incluyó un rápido y radical cambio en la indumentaria.
- 4) **Romanticismo.** El Romanticismo consolida un ideal de vestido común a toda la sociedad: vestir mejor es vestir lo mismo, pero con artículos más caros. Para la historia de la moda el Romanticismo ofrece el primer traje masculino contemporáneo (burgués) y el último traje femenino moderno (aristocrático): frente a un traje masculino oscuro, sobrio y uniforme, un traje femenino brillante y lujoso.
- 5) **Del miriñaque al polisión.** Muestra la evolución tardía de esos trajes románticos con crinolinas o miriñaques. En 1867 la crinolina, entendida como enagua cupuliforme, ha pasado a mejor vida, sustituida por el barroquismo de las túnicas y sobrefaldas. "Los lenceros idearon una nueva infraestructura para sostener las faldas obstinadas en negar la gravedad": el polisión.
- 6) **El traje regional.** En el contexto del regeneracionismo, reflexión en la que participaron políticos, intelectuales y artistas, alertando sobre la necesidad de "profundizar en las raíces patrias" para superar las continuas crisis que sufría España, comienza el interés por el denominado traje regional. Los etnógrafos, con Luis de Hoyos Sainz a la cabeza, le dedican estudios; los

artistas, con Sorolla como nombre más destacado, los immortalizan como "rasgos de identidad"; y los fotógrafos, como Laurent, Benito de Frutos u Ortiz-Echagüe, se recrean, igualmente en ellos.

- 7) **Belle Epoque.** Período corto pero de gran interés por las transformaciones que tuvieron lugar en la indumentaria: abandonados ya los polisones, se



Figura 7. Vitrina De compras de la sala Romanticismo.

pasó a la silueta filiforme y más tarde a la libertad del cuerpo femenino a partir de las creaciones de Poiret o de Fortuny.

- 8) **Mariano Fortuny y Madrazo.** El maestro de las sedas plisadas, que todavía muestra su influjo en los creadores actuales, ocupa un área monográfica que trata de reflejar la diversidad de sus creaciones.
- 9) **Vanguardias y moda.** Recoge la influencia de las vanguardias artísticas sobre la indumentaria en el período de entreguerras.
- 10) **La moda renovada.** Nos habla del triunfo de los modistos en los decenios posteriores a la Segunda Guerra



Figura 8. Pasarela de la sala *Tiempos actuales*.

Mundial con ejemplos tanto españoles como internacionales.

- 11) **Cristóbal Balenciaga Eizaguirre.** De entre los anteriores triunfadores destaca sobremanera Balenciaga, que ocupa un área monográfica, punto de inflexión entre sus coetáneos, como Christian Dior, y los creadores de Alta Costura españoles que ocupan la siguiente área.
- 12) **Alta Costura española.** Refleja la creación de un gran número de modistos que trabajaron en España esencialmente entre 1940 y 1980, cuya visión conjunta permite llamar la atención sobre la gran calidad de la moda española en el período, y

recuperar algunas etiquetas casi olvidadas por la historia y desconocidas por el público.

- 13) **De la moda al espectáculo.** Trata de reflejar algunos resplandores de la moda internacional en los últimos decenios.
- 14) Y por último, **Tiempos actuales: España de moda.** Ofrece una breve y cambiante muestra de la moda española actual de la última generación, desde los diseñadores ya consagrados a los más jóvenes.

Esta secuencia cronológica se ha dispuesto en un recorrido espacial que, a modo de túnel protector de la luz, ocupa la zona central de la sala de exposición, aislándola de los ventanales que recorren toda la periferia del espacio expositivo.

Cada área tiene un número variable de vitrinas o ambientes, en los que se ha intentado partir de algún elemento significativo del momento histórico a modo de guión descriptivo: *La velada musical* de Miguel Ángel Houasse, los pasajes comerciales del siglo XIX, un parque, el escaparate de la tienda de muñecas de Mariquita Pérez, etc. No obstante, salvo en el caso excepcional de la Chocolatería "El Indio", situada como escenario en el área de *Vanguardias y moda*, las escenografías son siempre minimalistas, como lo es en general toda la museografía. No se han establecido recreaciones de ambientes, que quedan simplemente sugeridos por algún objeto real aislado (mueble, instrumento musical...) o por réplicas de escaparates, fachadas, muebles..., realizados en el mismo tono neutro del fondo de las vitrinas, de manera que se aprecien las

Figura 9. Vista del Área Didáctica.



formas, pero los colores del *atrezzo* no compitan nunca con los de los propios trajes, que son el núcleo central de la muestra.

Otro tanto ocurre con los soportes expositivos, y en particular con los maniqués, realizados en los talleres del propio Museo: se ha minimizado su presencia haciendo que (salvo necesidades técnicas especiales) el soporte acabe donde acaba la pieza. Se pierde con ello "realismo", faltan brazos, piernas y cabezas..., pero nada interfiere en la contemplación limpia de las prendas. Como complemento contextual, cada área ofrece audiovisuales en los que el usuario puede contemplar imágenes del período correspondiente, en las que aparecen los trajes "vestidos".

Esta estructura museográfica, además de acercar de la manera más directa los trajes expuestos al visitante, favorece la renovación parcial y paulatina tanto de las prendas como, en caso necesario, del propio discurso museológico de un área o vitrina. De manera intencionada se ha buscado una flexibilidad que acerque la Exposición Permanente a la movilidad de las salas de exposiciones temporales.

Fuera del área cronológica, como recorrido complementario, se ha situado un "Área Didáctica" con elementos informativos e interactivos distribuidos en 21 módulos que se estructuran en torno a tres preguntas básicas: ¿Por qué nos vestimos?, ¿Cómo se hacen los vestidos? ¿Qué forma tienen los vestidos? Aunque se trata de una zona lúdica, en realidad viene a ser un ensayo de propuestas alternativas, horizontales, a la estructura lineal del discurso general de la actual exposición.

## Perspectivas

En un contexto internacional y estatal de instituciones sólidamente asentadas y de larga trayectoria, el nuevo Museo del Traje no puede pretender, al menos en sus inicios, destacar por la riqueza global de sus colecciones o la espectacularidad de trajes concretos. Tampoco son esas sus metas.

Su filosofía debe ser la de la sistematización y el estudio tanto o más que la de la difusión cultural en sentido estricto. De hecho, exceptuando los trabajos de estudios pioneros como Carmen Bernis, recientemente fallecida, son pocas las investigaciones realizadas que nos permi-

tan hablar con seriedad sobre la historia de la indumentaria en España. Del mismo modo, apenas existen estudios sobre los inicios de la Alta Costura ni sobre los modistos españoles anteriores a 1970, salvando algunos de los grandes nombres (Fortuny, Balenciaga...). Y, cuando decimos que no existen estudios, inevitablemente estamos diciendo que su producción no está recogida ni representada en los museos de manera adecuada, ni a menudo valorada en los roperos particulares.

Si en su momento se perdió la oportunidad de documentar estas creaciones de los modistos clásicos, a medida que se iban produciendo, hoy no podemos perder la oportunidad de seguir, paso a paso, la efervescencia creativa que, desde hace más de veinte años, vive el mundo del diseño de moda en España, con un gran número de creadores de fama internacional y muchos más que la alcanzarán en breve.

Y en fin, la historia de la indumentaria no se reduce a la historia de los grandes nombres y los modelos para las clases más pudientes; no puede reducirse a la Alta Costura y al *prêt-à-porter* más elitista. También, aunque quizás sea necesaria una mirada retrospectiva más densa para seleccionar los elementos trascendentales, resultan de interés la ropa cotidiana, los vestidos de confección, los de producción casera, las imitaciones y versiones personalizadas; las indumentarias laborales; los trajes especiales para tareas específicas; etc., que, a su manera, reflejan los ritmos y hábitos de la moda.

Finalmente, y como ya se está haciendo con los ingresos de los últimos años, el propio concepto de fondo museográfico o de elemento de la colección debe ampliarse e incluir tanto los vestidos, complementos y accesorios como los elementos del proceso productivo (bocetos, fichas técnicas, muestras, etc.), y cualquier otro elemento informativo (repertorios publicitarios, fondos textuales, imágenes, filmaciones, grabaciones sonoras...) que, aunque a veces no tengan un interés expositivo inmediato, puedan ayudar a conocer, contextualizar y comprender la historia del vestido, que constituye la meta básica del Museo de tal forma que se convierta en un Centro de Documentación de la Historia del Vestido y la Moda en España, banco de datos que los estudiosos reclaman desde hace mucho tiempo.

## Bibliografía

[Anderson, Ruth Matilda]. *Jewelry. Necklaces. La Alberca, Salamanca: from photographs in the collection of the Hispanic Society of America*. New York. Hispanic Society of America. 1931.

Berges Soriano, Pedro Manuel, "El Museo del Pueblo Español", *Anales del Museo Nacional de Antropología*, III, 1996, pp. 65-88.

Carretero Pérez, Andrés, "Colecciones a raudales", *Anales del Museo Nacional de Antropología*, IX, 2002, pp. 13-37.

Carretero Pérez, Andrés, "El Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico", *Revista de Museología*, 29, 2004, pp. 88-95.

"Circular general y cuestionario para la recogida de objetos", *Anales del Museo del Pueblo Español*, I, 1935: 33-47.

"Decreto fundacional", *Anales del Museo del Pueblo Español*, I, 1935: 5-10.

García Navarro, Jesús, "Los medios audiovisuales. Una experiencia en el Museo del Traje. CIPE", *Museo*, 10, 2005, pp. 69-75.

Gómez Gómez, Alicia, "Elementos interactivos en el Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico", *Museo*, 10, 2005, pp. 69-75.

González Rodao, M. Carmen, "Elementos interactivos en el Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico", *Museo*, 10, 2005, pp. 69-75.

Hoyos Sainz, Luis de, *Manual de Folklore. La vida popular tradicional en España*. Madrid, 1985 (ed. orig.: 1947).

Vegue y Goldoni, Ángel, "La Exposición del Traje regional", *Arte Español*, año XIV, tomo VII, nº 6, 1925, pp. 207-224.

# Una visión global sobre aspectos de conservación, restauración y montaje

Carmen Pérez de Andrés

Aunque el título es largo y algo descriptivo, la pretensión de las líneas que siguen no es otra que exponer una serie de actividades básicas dentro del trabajo de un museo y que, en este caso, debieron realizarse y organizarse en un tiempo record, sino articuladas entre un trabajo teórico previo el proyecto museológico junto con la selección y el estudio de las piezas destinadas a la Exposición Permanente<sup>1</sup>; un trabajo simultáneo: la definición espacial, diseño y resolución del proyecto museográfico; y un trabajo práctico posterior: el montaje de la exposición propiamente dicho.

La mayor parte de los esfuerzos de la actividad que conocemos como Museografía, y que persigue la plasmación material de determinados planteamientos teóricos –museológicos–, se orienta, o debería hacerlo, hacia la forma de resolver problemas prácticos que, dejando aparte la estética, lo único que persiguen es la correcta instalación y lectura de las colecciones; es decir, transmitir y difundir la información que los objetos contienen y cumplir los mínimos requisitos exigidos para su conservación.

La conservación es un término muy amplio que engloba acciones y conocimientos muy diversos orientados a la preservación de los objetos. No soy la primera en decir que la conservación es una actitud y, por tanto, debe guiar toda la actividad del Museo, al mismo tiempo que facilita los demás fines: investigación, difusión, exposición... Es, además de una actitud, un método de trabajo y se orienta no sólo a paliar problemas ya existentes sino también a evitar posibles causas de deterioro para prevenir así futuras alteraciones.

Este artículo expondrá la difícil, pero posible, alianza entre museografía y conservación a través del trabajo realizado en el Museo del Traje. CIPE.

La selección inicial de piezas que cubrirían el discurso museológico y explicarían la historia del traje en España de forma cronológica suponía trabajar sobre más de 1.000 objetos, en su mayoría asociados en conjuntos y que, dejando aparte complementos (zapatos, guantes, sombreros, joyas...) y objetos etnográficos o muebles, darían lugar a 300 atuendos completos, cada uno con unas particulares necesidades de restauración y montaje.

## Características de los trajes

Los problemas que plantean los tejidos, en general, y los trajes, en particular, son aquellos que se derivan de sus características materiales y estructurales.

Su gran fragilidad se debe a que están compuestos por materiales orgánicos. Se trata de fibras que pueden ser vegetales como el lino o el algodón, animales como la lana y la seda o artificiales como muchas en la actualidad. Quitando algunos tejidos tecnológicos de última generación, todos están formados por hilos, que a su vez están compuestos por las fibras textiles de origen. Estas fibras, constituidas por polímeros, son muy sensibles a la temperatura y a los cambios de humedad, y además tienen propiedades físicas diferentes según el eje longitudinal o la sección, lo que hace que se deformen y sufran tensiones que otros materiales, no orgánicos, no padecen. Microorganismos

---

<sup>1</sup> Siempre que pueda considerarse permanente una exposición que, por razones de conservación de las piezas, trajes y piezas textiles en su gran mayoría, debe ser renovada en un plazo no superior al año con el fin de no provocar alteraciones físicas y químicas a los materiales.



mos, insectos y polillas se alimentan de estos materiales. Absorben el polvo y se ensucian con facilidad. Otro factor de alteración es la luz, que por intensidad y por acumulación produce decoloraciones de los tintes y procesos fotoquímicos.

El hecho de que, además, la confección de los trajes suponga el corte de las telas según unos patrones y su unión mediante costuras hace que estructuralmente sufran también importantes deformaciones y tensiones. Su misma función los condena a pasar mucho tiempo en íntimo contacto con el cuerpo humano, lo que no deja de ser otro elemento de alteración importante. Por otra parte, los trajes se someten al dictado de las modas o al gusto de sus dueños, por lo que suelen ser transformados con infinitos arreglos.

Todo lo anterior ha hecho que sólo piezas excepcionales hayan llegado hasta nosotros en buen estado. Sin embargo, a lo largo del siglo pasado la indumentaria fue adquiriendo el carácter de bien cultural con valores documentales, científicos y artísticos que actualmente la igualan con otras manifestaciones culturales. Esta consideración, unida a su estudio, conservación y exposición en el Museo es lo que permitirá su preservación para el futuro.

## Necesidades de conservación y restauración

Las características de los tejidos y trajes, expuestas más arriba, hacen necesario un estricto control ambiental en salas y zonas de reserva (una temperatura en torno a 18-20° C., y una humedad relativa de, aproximadamente, el 60%, siempre procurando la mayor estabilidad; es decir, la menor oscilación posible de estos valores), bajos niveles de iluminación (50 lux de intensidad como máximo y ausencia total de ultravioletas), soportes adecuados que no provoquen deformaciones, cortos períodos de exposición con tiempos mucho más largos de almacenamiento y, a menudo, complicadas restauraciones.

Todo esto implica un proceso de trabajo complejo y dilatado que incluye: observación y estudio de las prendas con el fin de establecer su estado de conservación y la posibilidad de restaurarlas para ser expuestas o sustituirlas por otras similares pero en mejor estado; desinfección de las piezas de nuevo ingreso mediante tratamientos específicos; cuidadosos tratamientos de

limpieza por diversos procedimientos, como micro-aspiración o, si es posible, limpieza húmeda; alineado; consolidación y reintegración de zonas perdidas, tarea que se realiza mediante costura con puntos específicos de restauración y tejidos e hilos compatibles con los originales y teñidos del color necesario en cada caso.

Desde el punto de vista de la conservación, la exposición de trajes exige además la elaboración de soportes específicos que permitan una correcta lectura de la prenda, al mismo tiempo que la soportan evitando tensiones o roturas, creando un molde interior a su medida y protegiéndola estructuralmente. Por ello se realizan maniqués que se adapten a la silueta de la época y a la medida de cada traje, con materiales neutros y con forros y faldones que recreen las formas originales, al tiempo que mantienen la tela y reparten su peso.

## Los equipos

Una de las primeras tareas que debían acometerse era la de contratar el personal necesario para la realización de estos trabajos, personal del que el Museo disponía de forma mínima pero claramente insuficiente<sup>2</sup>.

Para los trabajos de restauración se contrató a cinco restauradoras especialistas en tejidos e indumentaria que contaron con el apoyo de una experta en tintes que facilitaba la idónea coloración de hilos y soportes. Durante los meses de agosto a diciembre de 2003, y coincidiendo con el refuerzo que suponían las contrataciones temporales a través del convenio del INEM con el Ministerio de Cultura, el equipo de restauración llegó a estar integrado por 10 profesionales y en fechas próximas a la inauguración se contó también con restauradores de otras especialidades para los demás tipos de objetos.

Para la elaboración de soportes museográficos se contrató a una profesional experta en su fabricación, así como en conservación y museografía, que facilitó la obtención de la base o archivo de bustos históricos, imprescindibles como luego se verá, sentó las bases prácticas de elaboración de los soportes adaptados (maniqués) y propuso elección de los materiales idóneos.

El equipo de volumen estuvo integrado por ocho personas y reforzado por ocho costureras que, en algunos momentos (INEM), llegaron a ser doce. Al final del

<sup>2</sup> El personal de plantilla existente en el Museo en ese momento inicial eran: Gerardo González, restaurador de materiales arqueológicos, una especialidad no estrictamente adecuada para las tareas que había que desarrollar y Práxedes García, única en todo el museo experta en elaboración de soportes para indumentaria.

artículo se relacionan todos los profesionales que integraron estos equipos.

La relación e intercambio permanente de información con los expertos en historia del traje facilitó la resolución de dudas o atribuciones de siluetas y fue un trabajo en equipo que también se imbricaba con las tareas de los auxiliares de almacén y el fotografiado final de las piezas, paso último después de su restauración y montaje en el soporte a medida.

## El problema de los soportes (maniqués)

Las necesidades surgidas a raíz de la nueva orientación del Museo Nacional de Antropología como Museo del Traje fueron muy diversas y afectaban a muy distintos campos del conocimiento y de la técnica. Una de las primeras detectadas, dejando aparte la evidente tarea de restaurar los trajes, derivado del hecho de que éstos deben ser expuestos en un soporte especial y adaptado, es decir, un maniquí a medida. Esta necesidad obedece a dos razones: la conservación de la prenda, de forma que el tejido no tenga tensiones y se asiente cómodamente sobre un soporte, y la correcta lectura del traje, supeditada a la idónea silueta y postura.

El proceso de creación de un maniquí a medida es el inverso al trabajo de una modista: hay que conseguir el volumen interno de la prenda (lo que sería "la persona") a partir del traje. Existen maniqués en el mercado que proceden de modelos de la época o están sacados de ellos y que dan las siluetas y posturas corporales necesarias, aunque no siempre la talla. Estos maniqués aceleran el proceso de elaboración mencionado más arriba, puesto que se puede partir de una silueta base que, corregida de forma idónea, da el soporte necesario en un tiempo más breve. Después seguirá el proceso de forrado, acolchado y remate del maniquí, que servirá para la perfecta adaptación de la prenda y como acabado final.

Se trataba de conseguir, en primer lugar, un archivo de siluetas que abarcasen desde comienzos del siglo XVIII hasta los años setenta del XX, incluidas siluetas femeninas, masculinas e infantiles. Sólo a partir de los años 1960 o 1970 del pasado siglo, cuando comienzan las tallas unificadas, es posible utilizar maniqués comerciales y, aún así, suelen necesitar alguna adaptación. Por ello en el Museo del Traje

no aparecen maniqués que no hayan sido contruidos en nuestros propios talleres hasta las vitrinas dedicadas a la moda y el diseño a partir de los años 80.

Para la realización de maniqués, el primer paso es la correcta atribución de la silueta histórica que les pueda corresponder. Para ello es necesario fabricarlas a partir de un traje de la época u obtenerlas mediante intercambio, o compra, con aquellas instituciones o empresas que puedan tenerlas. En el caso del Museo del Traje se contó con la inestimable colaboración del UCAD - *Musée des Arts Decoratifs* de París que cedió generosamente algunos de sus bustos, únicos, correspondientes a siluetas históricas masculinas, para que pudiésemos reproducirlos y utilizarlos para el Museo, y con la *Société Stockman*, también de Francia, que ha fabricado maniqués durante más de 150 años y conserva moldes de escayola originales que utilizaban para obtener posteriormente en cartón los maniqués de sastre y modista que vendían. La *Société Stockman* vendió algunos bustos únicos y en algún caso nos permitió agilizar el trabajo al poderles encargar algunos lotes en serie (el total no superó los 55 bustos). En otros casos el Museo tuvo que crear *ex novo* las siluetas necesarias: partiendo de la *toile* o patrón de la prenda en retor, se realizaba en barro el molde interior de la misma (fig. 1) y posteriormente, recubriendo el volumen con el material elegido para la realización de los maniqués, se obtenía un molde hueco. Así se consiguió el fondo de siluetas históricas del que dispone el Museo en la actualidad y que permitió fabricar los, aproximadamente, 300 maniqués que eran necesarios para la exposición.

## El proceso de trabajo

Con el comienzo del año 2003 se inicia el grueso de los trabajos específicamente relacionados con los talleres de restauración y elaboración de soportes.

La organización de los equipos, la recopilación de materiales necesarios y la obtención de las primeras listas definitivas de piezas seleccionadas por los expertos fue el primer paso.

Se intentó trabajar en todo momento teniendo presente el proyecto museológico que ordenaba y situaba cronológicamente los trajes y complementos seleccionados, lo que era un primer indicador de silueta y elementos de volumen.



Figura 1. *Toile* o patrón de una prenda en retor, y realización en barro del molde interior de la misma.



Figura 2. Trabajo del cartón y la cola para la obtención del soporte base.



Figura 3. Algunas siluetas ya terminadas antes del proceso de forrado.



Figura 4. Forrado con guata y ventulón del soporte de cartón, ya recortado según el escote de la pieza.

Las piezas iban siendo sacadas del almacén y se iban agrupando en percheros, si su estado de conservación lo permitía, según su futura instalación en el Museo; es decir, por vitrinas. En ese momento ya se les acompañaba de una ficha de montaje, modelo que se adjunta, donde se irían reflejando sucesivamente todos los datos necesarios.

Los materiales empleados para la realización de los soportes han sido: cartón fallero, un cartón bastante neutro que ayuda a la conservación de los tejidos y además permite ser trabajado de forma mecánica simple para su adaptación final, con cola vinílica, como elementos que conforman el busto<sup>3</sup>.

Por supuesto, y como en el proceso de confección de ropa a medida, hay que probar los maniqués a los trajes, este trabajo siempre se realiza junto con la restauradora responsable del traje en cuestión, que es quien conoce su estado de conservación y zonas más frágiles.

El remate de los maniqués, que carecen de elementos visibles con el fin de que los trajes sean apreciados en sí mismos sin la distracción que pueden suponer pies, manos, cabezas, caras, pelucas, etc., se consigue cortando el cartón al borde de la prenda, para que en ningún momento el soporte pueda ser apreciado, forrando con guata sintética y ventulón el cartón para aislar el traje del soporte y proporcionarle una base neutra, suave y mullida al tejido, pintando el hueco interior en un color entonado al general de la prenda, y

poniendo vivos en seda teñida del color adecuado (figura 5) a los bordes que pueden ser visibles, ligeramente o desde determinados ángulos (borde del cuello, remates de los brazos, etc.).

Los maniqués, tanto para trajes masculinos como femeninos, necesitan completarse mediante la colocación de brazos y otros elementos de soporte que sostengan y den forma a mangas, faldas, faldones de casacas u otras piezas que puedan precisar un volumen adicional (fig. 06). Para la confección de enaguas, miriñaques, polisones, tontillos y otros volúmenes se ha utilizado retor y ballenas de plástico, así como el complemento de film de tereftalato de polietileno transparente. La guata y los tejidos como la seda o el algodón descruado también están presentes en estos elementos.

El resultado final es un maniqué individualizado que responde a la silueta de la época y a la talla y forma exacta del traje (fig. 07).

Paralelamente a la elaboración de los maniqués el equipo de restauración iba desarrollando su trabajo. El primer paso consistió en recopilar y trasladar desde el almacén al taller de restauración todas las piezas de indumentaria que se habían seleccionado para ser expuestas. Como se expuso anteriormente se intentó mantener en todo momento un orden que respondiese a la futura disposición de la exposición, lo que facilitaba enormemente la tarea de ubicar y localizar las piezas y mantener una imagen de lo que sería la vitrina, aspecto este de gran interés pues así era posible valorar aspectos estéticos

<sup>3</sup> Posteriormente se ha implantado la utilización de un papel constituido al 100% por fibras de algodón y un adhesivo de almidón de maíz, ambos de calidad contrastada y empleados en restauración de libros y documentos.

como la relación de colores de las distintas prendas, su mejor visión según sus alteraciones (frontal, perfil izquierdo o derecho...) y, por tanto, su colocación posterior en la vitrina.

El siguiente objetivo era el establecimiento de un plan temporal que permitiera una mínima programación de los trabajos y un reparto de los mismos entre las distintas restauradoras, combinando piezas en mejor estado de conservación con otras que requerían un trabajo de restauración más lento o minucioso. De hecho hubo algunas piezas como una bata del siglo XVIII (MT015368 A y B) o la casaca rococó de la década de 1740 (MT014796) que estuvieron en restauración casi un año, alternándose con otras, debido a su largo tratamiento de restauración.

Aunque siempre se intentó mantener un orden cronológico, es decir, comenzar por las piezas más antiguas de la colección que correspondían al siglo XVIII, piezas que por su antigüedad estaban más frágiles y por sus características estructurales suponían una mayor dificultad en la adecuación del soporte, las demoras en la restauración de algunas de ellas acabó obligando a su combinación con otras piezas más modernas.

Hay que destacar también que, además de las piezas ya existentes en la colección, se producían constantemente nuevos ingresos y algunos de estos trajes de nuevo ingreso eran inmediatamente seleccionados para ser expuestos, lo que introducía una nueva tarea.

Todos los trajes que ingresaban se confiaban en tres salas o cuarentenas, de las que sólo salían una vez que habían sido siglados, es decir, identificados con su número de inventario (este trabajo se realiza cosiendo en dos o tres lugares previamente determinados una cinta de algodón con el número correspondiente), y para someterse a un tratamiento de anoxia<sup>4</sup>. Fue necesario implantar este sistema que, hasta ese momento, no había sido utilizado en el Museo. Este tratamiento era realizado también por el departamento de restauración.

En cuanto a la restauración en sentido estricto, y teniendo en cuenta el ingente número de piezas tratadas, todos los tratamientos y niveles de intervención posibles han sido realizados con un fin práctico y de organización se establecieron cuatro niveles en relación con el estado de conservación y las necesidades de intervención.

Se han realizado intervenciones ligeras con microaspiración y sujeción de elemen-

tos sueltos en trajes bien conservados o más resistentes, como muchos de los correspondientes a la colección de *Traje Regional*.

Ha habido largos procesos de consolidación, como el efectuado en una casaca de brocado de plata (MT014796). Esta pieza presentaba tres grandes problemas. Uno de ellos era el forro, una sarga batavia, que estaba en muy mal estado de conservación, con numerosos desgarros y pérdidas de tejido sobre todo en la zona de las axilas y borde inferior. Otro problema lo planteaban las caras internas de las vueltas de las mangas, muy erosionadas y con pérdidas tanto de trama como de urdimbre. Y el tercero era el brocado de plata, que, aunque estaba excepcionalmente bien conservado, sin oxidación de la lámina de entorchado y con mucho brillo, estructuralmente sin embargo estaba totalmente deteriorado en ambas axilas, deterioro que se prolongaba en dos desgarros desde la sisa hasta el pecho. El tratamiento consis-



Figura 5. Teñido de muestras de seda para restauración y remates de maniqués.



Figura 6. Taller de costura. Al fondo algunos de los maniqués con el faldonaje ya incorporado.

tió en una limpieza mediante aspiración y cepillado suave en primer lugar, los hilos metálicos del bordado que decora el brocado en algunas zonas se limpiaron con etanol mediante pequeñas torundas de algodón y, finalmente, se realizó una completa consolidación tanto del forro como del brocado en la zona de las axilas. El forro se consolidó mediante la aplicación de dobles parches textiles de seda con ligamento de sarga, similar al original; en el brocado se utilizó un tejido de seda con ligamento de tafetán.

<sup>4</sup> El tratamiento consiste en introducir las piezas en una bolsa hermética en la que, mediante la aportación de un gas inerte (argón), se disminuye de tal forma la proporción de oxígeno presente (0.1 ppm) que se consigue que cualquier tipo de contaminación biológica desaparezca. Se controla midiendo con un oxímetro. El tratamiento se mantiene durante 15 días.



Figura 7. Maniqués terminados en espera del montaje en las vitrinas del Museo del Traje.

En el caso de la bata o vestido “a la francesa” (MT015368 A y B), el proceso fue igualmente largo, pero presentaba distinta complejidad. El estado de las dos piezas de la bata era similar y bastante malo: el tejido estaba muy deshidratado, con numerosas fracturas de trama y urdimbre; grandes manchas oscuras en la espalda; las aplicaciones metálicas y de papel que la decoran estaban oxidadas y rotas, así como los pequeños cestillos que también forman parte de la decoración; tenía arrugas y pliegues muy marcados; deformaciones y antiguas intervenciones que fijaban mediante hilván los pliegues de la espalda y los motivos decorativos, aplastándolos; los encajes estaban también muy alterados. Además de eliminar todas las antiguas sujeciones y efectuar una primera limpieza por microaspiración, el tratamiento contempló los siguientes procesos: las manchas de la espalda se limpia-

decorativos, colocando soportes de polietileno adecuados y sujetándolos mediante alfileres.

Se han lavado algunas piezas que lo permitían, como el *jubón* de 1790 (MT000633) confeccionado en nansú blanco con bordados en plata sobredorada y lentejuelas. El tejido, aunque intacto, estaba muy arrugado y con grandes manchas, debido probablemente a alguna alteración relacionada con el agua: manchas rosadas, posiblemente por contacto con otra prenda mojada que destiñó; manchas negras y grises, por desarrollo de colonias de hongos; y otras producidas por causas diversas. El estado del jubón, y sus características materiales, hacía posible y aconsejable su lavado. Este se efectuó por inmersión en una solución de agua desmineralizada y teepol (0.1 gr/l.). Con este procedimiento se eliminaron o aclararon muchas de las manchas y permitió la humectación de las fibras. El alineado se realizó sobre el propio maniqué de la prenda. También se consolidó el tejido y la decoración bordada.

Se lavaron muchas de las prendas de ropa interior que actualmente se exhiben en la vitrina *Interiores*. Siempre un lavado suave y controlado, sin producir roces, torsiones o tensiones a los tejidos.

En el caso del *chupetín de majo* (MT000997), igual al que luce el majo de *La Vendimia* de Goya, conviene destacar el tratamiento de desinfección que se le aplicó, debido a las abundantes huellas de un intenso ataque de hongos que había sufrido en el pasado, sobre todo en el forro. La desinfección, en el forro, se realizó pulverizando una mezcla de etanol y agua (70:30) y después aplicando esa misma mezcla con una torunda de algodón a cada mancha.

Un caso también interesante lo constituye el conjunto de *cuerpo y peto femenino rococó* de 1760 (MT009246 A y B). Tenía multitud de problemas: suciedad general, fuerte alteración en la zona de las axilas, manchas de humedad, gran decoloración del tejido de seda coincidiendo con zonas protegidas de la luz que conservan el color original intacto, el tejido frágil y deshidratado, muchas roturas, alguna laguna y, en ciertas zonas, pérdidas de urdimbre; también había perdido parte de la decoración aplicada. El proceso consistió en microaspiración, humectación con vapor frío y alineación, consolidación con soportes parciales de tafetán de seda, sujeción de la cinta decorativa desprendida siguiendo para ello la huella sin decolorar que apare-



Figura 8. Chupetín de majo (MT000997) después del tratamiento de desinfección y restauración.

ron químicamente con teepol en agua (0.1 gr./l.) y en mesa de succión; se consolidaron encapsulándolos en crepelina los encajes; se consolidó el tejido en zonas de especial tensión o fragilidad y en las zonas de laguna mediante soportes de seda; se reforzaron también las zonas y elementos de cierre y la cinturilla de la falda. Quizá el proceso más largo y minucioso fue la hidratación y el alineado de las dos piezas del vestido, mediante vapor frío y pesos, y de todos los elementos

cía en el tejido, y consolidación de los adornos de encaje de bolillos de las mangas.

## Montaje en sala

Se establecieron nuevos equipos para el montaje en sala. También con nuevos horarios, puesto que el trabajo se desarrollaba de nueve de la mañana a siete de la tarde.

Estos equipos contaban con un coordinador y una restauradora compartida, y estaban integrados cada uno de ellos por dos costureras y otra persona más versada en la elaboración de soportes. En un primer momento (tres semanas) fueron dos equipos, mientras el resto de especialistas seguían con las tareas básicas de restauración y elaboración de soportes en los talleres. En las últimas tres semanas de montaje ya fue posible contar con más personal para trabajar en sala, en las últimas revisiones y remates.

En algunos casos era posible trasladar los maniqués vestidos desde los talleres hasta las vitrinas, organizados por grupos y siguiendo la secuencia establecida desde el principio: el orden de áreas y vitrinas. Esto fue posible gracias a la existencia de medios mecánicos de traslado, como carritos y transpaletas, así como dos enormes montacargas que permiten el acceso directo a la sala desde el sótano donde están los talleres.

En otros casos era necesario colocar el traje en el maniquí o soporte; es decir, vestir en la propia vitrina debido a la fragilidad o complejidad de los trajes. Se siguió, en la medida de lo posible y como siempre, un orden cronológico.

La misión de los equipos era controlar el traslado de los maniqués y trajes, según la vitrina o vitrinas que se establecían para cada jornada, y posteriormente ubicarlos en las vitrinas, según las directrices de los expertos y las necesidades establecidas previamente en cuanto a visión más favorable o espacio necesario. Era en este momento cuando resultaba posible detectar pequeños fallos o remates necesarios, así como fijar determinadas piezas o elementos del traje al maniquí para una mejor sujeción.

El cambio de visión que supone la vista como espectador a través de una vitrina permitió apreciar, por ejemplo, siglas visibles, remates necesarios que en taller no tenían entidad, necesidades de soporte o modificaciones y mejoras en algún volumen..., y ejecutar algunos detalles de restauración sólo posibles con la pieza ya en

su ubicación definitiva. No fue en ningún caso una labor menor pues ocupó unas seis semanas de trabajo y permitió corregir errores y perfeccionar el resultado final.

Así mismo, se colaboró con la empresa que montaba la infraestructura y la museografía de la sala y las piezas, no trajes, de la exposición, con el fin de mejorar algunos soportes destinados a complementos, como guantes, joyas, abanicos, sombreros, etc.

El equipo de restauración también se ocupó de supervisar la correcta instalación de todas las piezas así como los niveles de iluminación que incidían en cada una de ellas según sus necesidades.

La conservación de los trajes hace imposible su exposición permanente; las normas internacionales aconsejan sustituirlos en el plazo máximo de ocho meses o un año. Por tanto, la tarea recomenzó al día siguiente de la inauguración, con una nueva selección de piezas para cubrir el discurso cronológico, su restauración, la elaboración de los maniqués...

## Bibliografía

Brady, G. S., *Materials Handbook*, McGraw Hill, Inc., 1991.

Ceballos Enriquez, L., "Diseño de maniqués seguros para la exhibición de indumentaria: la experiencia de *Moda en Sombras*", *Anales del Museo del Pueblo Español*. Tomo VI, 1993, Madrid, pp. 173-185.

Finch, K.; Putnam, G., *The care & preservation of textiles*, Londres, 1991.

Gordon Cook, J., *Handbook of textile fibres: man-made fibres. Handbook of textile fibres: natural fibres*, Merrow Publishing CO. Ltd., 1993.

Green, L. R.; Thickett, D., Testing materials for use in the storage and display of antiquities: a revised methodology, *Studies in Conservation*, Vol. 40, 1995, pp. 145-152.

Hollen, N.; Saddler, J.; Langford, A. L., *Introducción a los Textiles*, México, 1994.

Horie, C.V., *Materials for Conservation*, Londres, 1992.

Horie, C.V.; Allen, N. S.; Edge, M., *Polymers in Conservation*, Manchester, Londres, 1992.

Landi, S., *The Textile Conservator's Manual*, London, 1992.

Timar-Balázs, A.; Eastop, D., *Chemical Principles of Textile Conservation*, Londres, 1998.

VV. AA., *Moda en Sombras. Museo Nacional del Pueblo Español*, Madrid, 1991.

VV. AA., *Metraje Escénico*, Madrid, 1999.



Figura 9. Jubón de 1790 (MT000633) después del proceso de lavado y restauración.



Figura 10. Jubón de 1790 (MT000633) después del proceso de lavado y restauración.

## FICHA PARA MONTAJE Y DESMONTAJE DE MANIQUÍES

OBJETO	Nº INVENT.	ÉPOCA	MÓDULO	UBICACIÓN
PRINCIPAL:				
				PRINCIPAL:
PIEZAS RELACIONADAS				

MANIQUÍ TIPO	PIEZAS MANIQUÍ	PIEZAS FALDONAJE

<p><b>MEDIDAS: CROQUIS</b></p> <p>Ancho espalda</p> <p>Largo espalda</p> <p>Contorno pecho</p> <p>Contorno cintura</p> <p>Contorno cadera</p> <p>Largo falda: delante</p> <p>Detrás</p> <p>Contorno muñeca/ brazo</p> <p>Otros:</p> <p>Altura desde el suelo:</p> <p>Desplazamiento suelo (espacio):</p> <p>Punto de vista:</p>	
---	--

OBSERVACIONES DE MONTAJE Y DESMONTAJE:

OBSERVACIONES DE CONSERVACIÓN:

**RESPONSABLES/S****EQUIPO DE RESTAURACIÓN Y ELABORACIÓN DE SOPORTES****COORDINACIÓN DE TODOS LOS TRABAJOS:**

Carmen Pérez de Andrés  
y Gerardo González

**FOTOGRAFÍA**

José L. García Romero  
Enrique de Murga Redondo  
Miguel A. Otero Ibáñez  
Lucía Ybarra Azaola

**RESTAURACIÓN**

Margarita Acuña García  
Ana I. García Martín  
M<sup>a</sup> Dolores González Somoza  
Elena Hernández de la Obra  
Nataly Herrera Herrera  
Yolanda Luque Tinoco  
Sonia Martín Pérez  
Silvia Montero Redondo  
M<sup>a</sup> Cruz Santamera Cerceda  
Beatriz Seco González  
Estrella Sanz Domínguez

**TINTES**

Mercedes García Gómez

**VOLUMEN Y FALDONAJE**

*Coordinadora:* Carmen Lucini Serra

M<sup>a</sup> José Andérica Cubillo  
Práxedes García Sánchez  
Pablo Gómez Cardenal  
Ana Llena Sánchez  
M<sup>a</sup> Luisa Pérez Parra  
Mónica Ramos Redondo  
Berenguela Ruffin  
Rocío Zubiaga Azaola  
Clementina Arévalo Pastor  
Liliana Cabrel Ore  
Yolanda Cardenal Parejo  
Francisca Cerviño Pérez  
Rosario Cristóbal Tristao  
M<sup>a</sup> Agustina Díaz Molina  
Romina V. Gabrielli  
Ricarda Lozano Jiménez  
M<sup>a</sup> Soledad Ojeda Fenández  
Isabel Picazo Pérez  
Yolanda Sánchez Fuentes  
Rosa M<sup>a</sup> Tamarit Almagro





# El área de la museografía complementaria para indumentaria en el Museo del Traje

Lucina Llorente Llorente

Un vestido en el que se conjuguen creatividad y estética reúne las condiciones para ser considerado una auténtica obra de arte. Para que el resultado sea original y bello, tanto los elementos que han participado en su elaboración como su conjunción han de ser los más indicados. Entre estos ingredientes hay que considerar un buen material textil, un diseño decorativo en sintonía, una perfecta ejecución de patronaje y un impecable acabado; todos ellos necesarios. Y, al igual que ocurre en la ejecución de cualquier otra obra de arte, el resultado final será fruto de la maestría en su combinación, sin descuidar aquellos que pudieran parecer menos importantes.

## Necesidad y ubicación en el Museo

Para contemplar la totalidad de estos elementos se organizó en el Museo del Traje un área específica que se dio en llamar "Museografía complementaria", realizada también con una intencionalidad didáctica, y donde se pretende informar al visitante del Museo sobre el complejo mundo de la moda a lo largo de la historia. El objetivo de este área es descubrir respuestas a preguntas tales como ¿Por qué nos vestimos?, ¿Con qué intención se ha venido utilizando la indumentaria?, o ¿Cuál es el proceso de la elaboración de un vestido?; en definitiva, reflexionar de manera activa sobre diversos asuntos que subyacen bajo las obras de arte de indumentaria. La necesidad de una zona expositiva especial se debe a que no es posible analizar tales con-

ceptos en el interior de las salas, donde los vestidos lucen en todo su esplendor, cual equilibradas obras arquitectónicas o como "esculturas en movimiento".

El Museo del Traje se estructura en dos anillos: el interior, por donde discurre la exposición de trajes, y el exterior, dedicado a la museografía complementaria; ambos conectados a través de "zales" (zonas de adaptación lumínica). El recorrido está configurado en varias secciones consecutivas, a las que es deseable acceder desde el primer zal, situado en la sala "Tiempos lejanos", y termina en la cúpula, donde se muestran los diseños de los jóvenes creadores (ver el plano en la figura 1). Aunque se puede acceder a esta exposición didáctica desde cualesquiera de las zonas de adaptación lumínica, el mensaje que se pretende transmitir quedaría incompleto si no se realizara el recorrido recomendado.

El paseo por la museografía complementaria discurre dejando a la derecha un panel de ventanales a través de los cuales se puede contemplar el magnífico jardín que rodea el Museo, visión que, lejos de distraernos, proporciona un ambiente relajado y único que invita al disfrute de la información que se nos va ofreciendo. Esta información está clasificada en distintos bloques, división más conceptual que física, propiciada por la necesidad de estudiar la moda desde tres perspectivas de conocimiento, necesarias para su estudio: Antropología, tecnología textil y evolución estilística, que juntas son capaces de explicar el porqué, el cómo y el cuándo de cada elemento que participa en el acabado final de la obra, ubicándola en su tiempo.

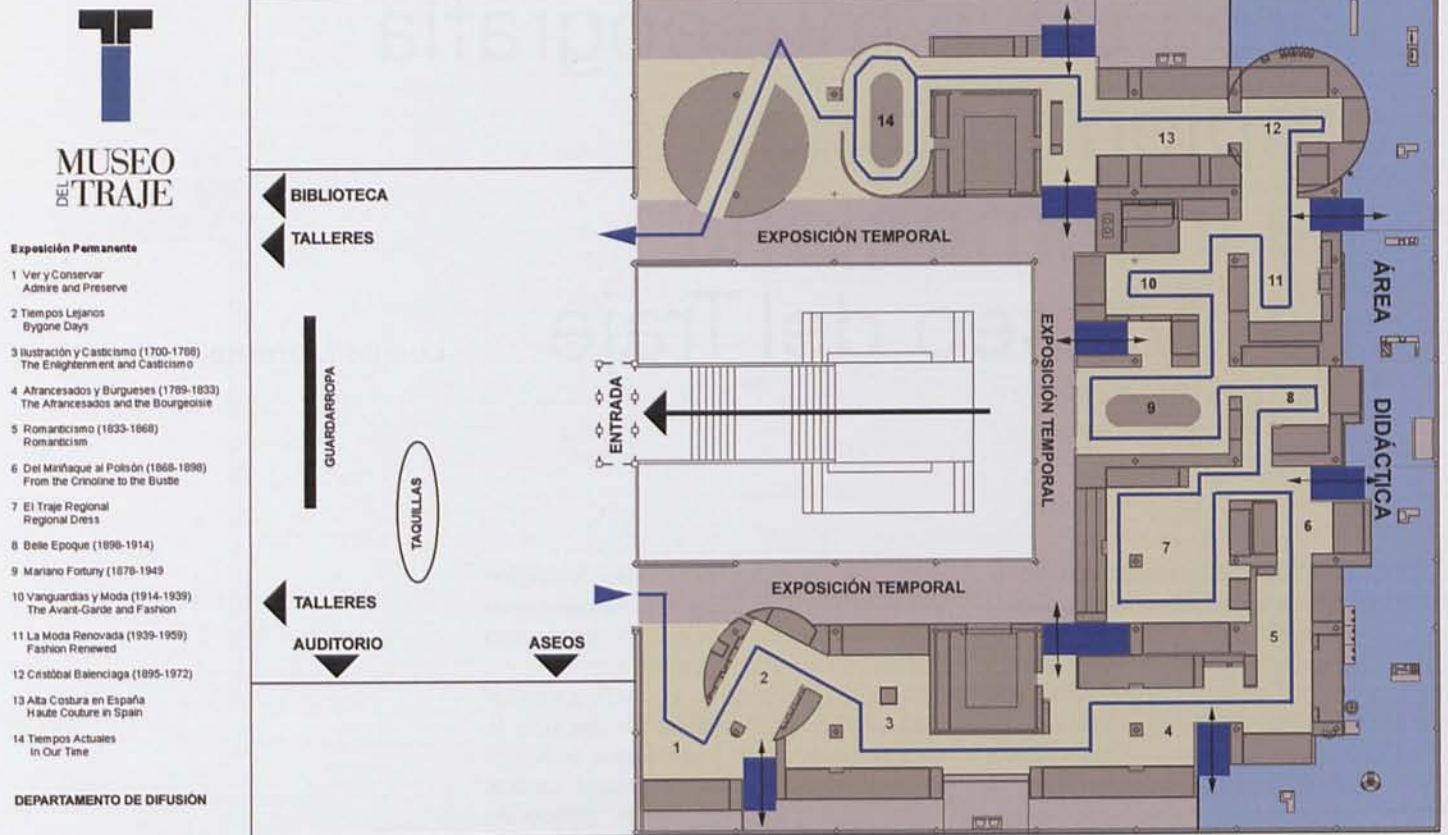


Figura 1. Mapa de la exposición.

Figura 2. ¿Por qué nos vestimos?



## Visión antropológica

En primer lugar, no podía ser de otro modo, iniciamos el recorrido reflexionando desde el punto de vista antropológico sobre el origen de la indumentaria, que viene unido a la aparición del hombre. En su afán por explorar nuevos territorios para los que físicamente no estaban preparados, nuestros antepasados tenían la necesidad de cubrir su cuerpo. En este primer período nómada y cazador, se cubrirán con las pieles de los animales que también les han servido de comida. Las primeras imágenes del recorrido recogen este momento en que el hombre, por necesidad, recurre a cubrir su cuerpo con lo que tiene a su alcance, creando una imagen perfectamente identificable con ese período de la Prehistoria. Pero ya desde estos inicios, y a pesar de los limitados recursos indumentarios, consiguen completar su atuendo con algún elemento que unas veces utilizarán para reafirmar su individualidad ante el grupo y otras para señalar su pertenencia al mismo.

Llega un momento, allá por el Neolítico, en el que el hombre abandona la vida

nómada de peligro e incertidumbre, para desarrollar actividades de agricultor y ganadero, fijando su residencia en un lugar geográfico concreto, y haciéndose sedentario. A imitación del pasado, seguirá utilizando las pieles de los animales de los que se alimenta para vestirse, pero esta nueva existencia, mucho más sosegada, le permite dedicar más tiempo a la observación de la naturaleza que le rodea y a su mejor explotación. Verá moverse con flexibilidad las plantas bajo la acción del viento y pasará a utilizarlas entrelazándolas para sus utensilios y para sus ropas. En su tarea como agricultor, pronto irá descubriendo qué parte de cada una de las plantas se adapta mejor a sus pretensiones textiles. Años después, como ganadero, utilizará fibras animales: desde la aplicación directa de la lana, a la producción de la más genuina fibra natural para indumentaria, la seda. Con el progreso, irá consiguiendo de dichas fibras naturales resultados más sofisticados, más útiles y cada vez más bellos.

## Aspectos técnicos

Con el fin de conseguir que el visitante aprenda a identificar las fibras empleadas para indumentaria, se exhibe un panel informativo en el que se clasifican las fibras en bloques con lectura vertical, diferenciándolas por su origen: vegetal, animal o sintético. Cada columna se divide a su vez en compartimentos, presentando arriba la fibra en su estado natural antes de ser manipulada; debajo, una fotografía de la fibra bajo el microscopio; a continuación, el hilo antes de ser tejido; y finalmente un fragmento de tejido elaborado con dicha fibra, para que el visitante pueda identificarlo al tacto y a la vista. La identificación sensorial de las fibras se completa mediante la disposición en cada uno de los bloques de pequeñas cabinas dotadas de un pulsador que, al ser presionado, despide el olor característico de esa fibra al ser incinerada.

A partir de las fibras hiladas, sigue la fabricación del tejido. El tisaje es la manera de entrecruzarse los hilos de urdimbre con las pasadas de tramas, y será diferente dependiendo no sólo de los ligamentos utilizados sino también del material empleado. Para ilustrarlo se acompañan dichos ligamentos de un audiovisual donde van apareciendo imágenes de los

tejidos que resultan empleando dichas combinaciones. También se ha instalado una lámpara de aumento que muestra los tejidos ampliados y fáciles de identificar, y permite al visitante aplicarla sobre sus propios trajes y que él mismo compruebe lo mostrado por el audiovisual. Es curioso comprobar cómo personas que anteriormente nunca habían prestado especial interés por los tejidos empiezan a distinguir los diferentes ligamentos con sus nombres, dotando de contenido a palabras que, como el raso, la gasa o el crespón, habían oído con frecuencia.

En este apartado dedicado a las técnicas textiles no podía faltar el color, tan característico a lo largo de la geografía y de la historia, y que nos ha permitido identificar una cultura, un estatus, una moda... Se muestran algunos colores representativos, fundamentalmente escogidos por su significación sociológica: el púrpura romano, asociado a los emperadores; el rojo de la cochinilla, símbolo del gran enriquecimiento tintóreo que se consiguió a partir del descubrimiento de América; o el palo de campeche, tan asociado al color negro del traje de los Austrias que llegó a ser conocido en todo el mundo en el genuino "traje a la española".

Frente a estos tintes naturales, aparecen a partir de 1860 los tintes sintéticos, que fueron poco a poco sustituyéndolos por resultar más estables y económicos. Los



Figura 3. Panel de fibras.



Figura 4. Todas las telas.



Figura 5. Todos los colores.



Figura 6. Con estilo propio.

tintes artificiales están representados en varios paneles, indicando los números comerciales con los que se pueden adquirir en el mercado. No obstante, los tintes naturales aportaban una luz y una calidez que les hicieron encontrar durante el periodo de transición defensores como Mariano Fortuny y Madrazo o, más en general, el movimiento Arts & Crafts, que reivindicaban su uso basándose en criterios tanto físicos como sociales.

La decoración de los tejidos no se consigue sólo por el entrecruzamiento de sus hilos o el teñido de los mismos, ya sea antes o después de ser tejidos, sino que también se pueden decorar con el bordado o la estampación. Se ofrece al visitante la oportunidad de ejercer por un momento como decorador, poniendo a su disposición tampones de estampación y un panel donde poner a prueba sus dotes como bordador.

Varios audiovisuales y juegos permiten también ejercitarse en las labores de patronista y costurero. Sólo sumergiéndose en estas labores se puede llegar a entender el intrincado mundo de los textiles para indumentaria, incluyendo multitud de aspectos de gran interés y afectando a un gran equipo de artistas y artesanos. Un mundo muy complejo, con múltiples facetas, desde la más frívola de los desfiles, hasta la de mayor relevancia económica, que exige una investigación puntera en aras de conseguir un producto con mejo-

res y mayores prestaciones, capaz de competir en el mercado internacional.

## Evolución estilística

Otra manera de realizar este recorrido textil es atendiendo a la evolución estilística de la moda, basándose en distintos momentos históricos en los que la aportación española ha marcado hitos en la forma de vestir frente al resto del mundo.

Profundizando en esta visión histórica del vestido, queda patente que el cuerpo humano, y muy en especial el femenino, siempre se ha ido adaptando a la forma del armazón que lo contenía, y no a la inversa como se podría pensar, resultando la apariencia externa un reflejo del cuerpo que quedaba contenido dentro del vestido. Para alcanzar la imagen deseada en todos los periodos de la historia se ha recurrido al engaño, y se ha creado un aspecto destinado a seducir, a intimidar o a innovar. Se cuenta además con los elementos que condicionan la moda: las normas morales, los factores socioeconómicos y la propia evolución estilística del arte en general. El discurso trata de presentar la moda como una manifestación artística más de cada periodo histórico, que contendrá, al igual que sus coetáneas arquitectura, escultura, pintura, cerámica, mobiliario, etc., los elementos estilísticos propios de ese periodo, reconocibles incluso cuando están



Figura 7. Las apariencias engañan.



desubicados de su tiempo y de su contexto, como en un juego que se propone al principio de este recorrido museográfico.

Como ejemplos más característicos, se proponen el verdugado o los chapines, con lo que además el visitante podrá disfrazarse para entender cómo se sentían sus antepasados con estas prendas. En la parte final del recorrido, también tendrá la oportunidad de probarse una lechuguilla, una chaqueta muy armada, un ajustable corsé o un coqueto polisón. Estas prendas históricas se han escogido porque ayudan a modificar el natural movimiento del individuo que los viste, resaltando en los primeros casos la altivez o la imagen de masculinidad, o acentuando la sensualidad de una fina cintura y el contoneo de las caderas femeninas que, a modo de pavo real, hacía que la mujer se deslizara, más que caminar, dejando un rastro de volantes, volúmenes y cintas, ante el que no podían

quedar indiferentes las miradas masculinas.

En este campo de la seducción no podían faltar las alusiones a los maquillajes y los complementos, de los que el ser humano, tanto hombres como mujeres, se han servido para tapar sus defectos y destacar sus encantos, poniendo coloretos, sombras, pinturas, lunares... en un intento de atraer las miradas de los posibles espectadores. Por supuesto, también estos elementos estaban sujetos a la moda, como era el caso de un gran lunar en la época de Goya. Se podrían haber mostrado imágenes de personajes históricos que utilizaron estas armas de seducción, pero se ha preferido ofrecer al visitante otras de personajes pertenecientes al mundo del espectáculo, como Marcello Mastroiani o Sara Montiel, ya que son más conocidos, y han hecho de su uso un arte de seducción con que ganarse a los espectadores.

Figura 8. La seducción es un arte.

Pero no sólo estos recursos se han utilizado propiamente para seducir. También han servido como elementos identificativos para ubicar en un estamento o en un grupo a aquellos que los utilizaban. En el último juego informático que se propone en este recorrido se ofrecen imágenes de personas con una estética determinada, y habrá de ser el espectador el que elija a qué tribu urbana pertenece. Con seguridad, a muchos visitantes este juego les recordará al primero del inicio del recorrido, en el que se presentaba a una misma persona vestida de diferentes maneras, cambiando totalmente su aspecto y, posiblemente, sugiriendo el lenguaje en que dirigirnos a ellos.

En resumen, en este área expositiva de la Museografía Complementaria se muestran bajo un enfoque didáctico y participativo las proyecciones técnica y artística de la indumentaria, que pueden servir como buen ejemplo del progreso de la humanidad basado en las dos piedras angulares: la tecnología y la creatividad. Pero, al mismo tiempo, se realza la importancia antropológica del traje, que, junto con complementos y accesorios, nos permite situarlo en una época y adscribirlo a una clase social y económica que puede ser real o engañosa... porque con el vestido podemos presentarnos como lo que somos, como lo que nos gustaría ser o como pretendamos que nos vea la persona a quien intentemos convencer.

# Medios interactivos y audiovisuales. Una realidad en el Museo del Traje

Jesús García Navarro  
(medios audiovisuales)

Alicia Gómez Gómez  
(medios interactivos)

La sociedad y los modelos de ocio han ido cambiado sustancialmente, y con ellos el público de los museos. Las instituciones han tenido que amoldarse a dichos cambios, y el Museo del Traje no se ha quedado atrás, teniendo en cuenta desde la génesis del proyecto estos nuevos modelos de cultura y ocio. El Museo se transforma en un lugar de encuentro, de aprendizaje, de diversión, un espacio vivo y proactivo. Recibe a un visitante que no se conforma con la mera contemplación de las piezas, lo cual le resulta tremendamente aburrido; busca respuestas a sus inquietudes culturales a la vez que quiere ser sorprendido y entretenido.

Ya desde el Proyecto Museológico se planteó la necesidad de integrar las nuevas tecnologías en el montaje, puesto que resultan una herramienta imprescindible como apoyo informativo del discurso expositivo, pero además se constituyen como un elemento dinamizador, que provoca la interacción del visitante con el Museo. No podemos negar que el público potencial que pueda acudir al Museo del Traje convive directamente con las nuevas tecnologías; por esta razón el medio audiovisual y los sistemas multimedia suponen un método atractivo y a la vez didáctico para llegar al público en general.

La exposición del Museo del Traje ofrece tres recorridos paralelos que se traducen espacialmente en tres anillos concéntricos en torno al patio del edificio. El anillo central está ocupado por la exposición permanente, que presenta un recorrido cronológico a lo largo de la historia de la indumen-

taria estructurado en torno a catorce áreas temáticas. El espacio interior se ha destinado a albergar exposiciones temporales de pequeño formato, y el exterior, llamado Área Didáctica, ofrece la posibilidad de adentrarse en diferentes aspectos relacionados con la indumentaria de una forma lúdica e interactiva. A lo largo de estos espacios, intercomunicados, se han dispuesto numerosos elementos audiovisuales y multimedia, que pasaremos a comentar. En este punto, nos parece significativo señalar las particulares condiciones museográficas que han determinado en gran medida la instalación de este tipo de medios. Para asegurar una correcta conservación de las piezas, y que a su vez puedan ser exhibidas, las salas de exposición no pueden tener una iluminación superior a cincuenta luxes. Esto conlleva dificultades añadidas a la hora de incluir documentación textual y gráfica suficiente, por lo que desde la génesis del proyecto se tuvo en cuenta el uso de las nuevas tecnologías, en especial de los sistemas audiovisuales y multimedia, como canales de información y comunicación con el visitante.

## Los audiovisuales

La importancia de los medios audiovisuales en el Museo del Traje no reside en que hagan de él un museo moderno, acorde con las demandas y los gustos de la sociedad actual. Radica esencialmente en la facilidad y claridad que aportan a la hora de explicar conceptos y procesos complejos,





Figura 1. (Secuencia) *Tiempos lejanos*.

en su capacidad para sugestionar al visitante, para atraerle y convencerle.

En los museos tradicionales los audiovisuales tenían una función preferentemente didáctica y solían situarse fuera del espacio expositivo; no formaban parte de la visita, sino que eran un complemento de la misma. Aquí los medios audiovisuales están integrados en el discurso expositivo y forman parte de las propias salas de exposición. Además, a ese carácter puramente educativo se le ha unido la intención de expresar sensaciones, evocar, trasladar, ambientar, divertir y contextualizar. Los audiovisuales conectan con el visitante y le ofrecen las informaciones y los conocimientos que necesita para comprender e interpretar los objetos del Museo y su concepto.

A la hora de realizar el Proyecto Museo-lógico surgieron una serie de problemas relacionados con el método que se iba a utilizar para hacer llegar a los futuros visitantes los objetivos planteados, teniendo en cuenta las dificultades ambientales antes mencionadas. Estos problemas radicaban principalmente en la dificultad de exponer muestras indumentarias no conservadas, sobre todo anteriores al siglo XVIII, y en la explicación al visitante de los conceptos y complejos procesos que genera la historia del traje y de la indumentaria.

Los audiovisuales del Museo responden a unas necesidades claras que el visitante tiene a la hora de recorrer la exposición y entender el discurso científico sin que éste quede cercenado en ninguna de sus partes.

Los principales objetivos de los audiovisuales los podemos resumir, en general, en tres:

- Mostrar piezas no conservadas a lo largo de la historia, principalmente anteriores al siglo XVIII.
- Contextualizar en el momento histórico.
- Son utilizados como recurso didáctico-pedagógico.

A partir de este momento trataremos los fines específicos de los diferentes audiovisuales, para abordar después, a modo de ejemplo, los más significativos del Museo y su composición:

- Crear e inducir sensaciones y estados de ánimo en el visitante, tanto dentro como fuera del espacio expositivo.
- Condicionar al espectador al comienzo de cada área e introducirlo en el

marco estético-conceptual en el que se usaron las piezas.

- Aportar información didáctica y significativa.
- Entender objetos totalmente descontextualizados.
- Delimitar zonas expositivas.
- Mostrar el entorno económico, social y cultural real de las piezas expuestas, a través de documentos históricos.
- Contextualizar vitrinas temáticas.
- Apoyar la comprensión de procesos evolutivos complejos.
- Completar la información de la que carece el Museo debido a la escasez de piezas conservadas.
- Conservar el patrimonio inmaterial, siguiendo la importancia marcada por el ICOM y la Ley de Patrimonio Histórico Español.
- Creación de espacios ambientales que permiten reconstruir los entornos festivos, donde los componentes sonoros son de gran importancia.
- Documentar procesos etnográficos.
- Crear ambientes que inviten al visitante a participar de forma lúdica en la propuesta expositiva.

La visita comienza con el visionado del audiovisual "*Tiempos lejanos*", el cual explica los procesos indumentarios, y sus características, acaecidos desde la Prehistoria hasta finales del siglo XVII en la Península Ibérica. La creación de este audiovisual está justificada por la significativa ausencia de piezas conservadas de estos periodos, y sin cuyo conocimiento el discurso científico de la exposición quedaría incompleto.

Al abarcar un periodo cronológico tan extenso y utilizar una terminología específica, está dotado de locución, con lo que permite al visitante comprender con una mayor claridad el discurso. Para que el sonido no genere contaminación acústica en el resto del espacio expositivo, se utiliza un sistema de campana que emite el sonido en la vertical del espacio que ocupa el visitante. Éste es el único audiovisual del Museo que lleva locución, pero, como veremos posteriormente, no es el único con sonido.

"*Tiempos lejanos*" es un audiovisual complejo en su propia estructura interna, ya que combina, al mismo tiempo, diferentes técnicas en el tratamiento de la imagen y en la animación de las mismas. En este sentido encontramos seis animaciones en 3D que caracterizan cada una de las épo-

cas representadas. Durante la emisión de estas animaciones la locución es sustituida por música ambiental.

Los siguientes audiovisuales que encuentra el visitante son los llamados “**Audiovisuales de área**”, los cuales persiguen, principalmente, dos objetivos: delimitar zonas expositivas y situar al espectador al comienzo de cada área, introduciéndole en el marco social, político, económico, artístico y creativo en el que se usaron las piezas. Se encuentran situados al comienzo de cada una de las áreas que conforman la Exposición Permanente y con una disposición espacial que permite ser visionado por varias personas al mismo tiempo, algo que ocurre en la mayor parte de los audiovisuales. Únicamente no existen en aquellas áreas en las que se quiere marcar el carácter especial de las mismas.

Los “Audiovisuales de área” son ediciones de imágenes estáticas de un minuto a minuto y medio de duración. Se trata de un montaje de alrededor de treinta imágenes –pinturas, fotografías, grabados y dibujos de personajes o de cuadros de costumbres de la época que representa la sala, ataviados con la indumentaria correspondiente– que se van sucediendo en pantalla mediante diversas transiciones. Las imágenes estáticas tienen un tratamiento en postproducción por el que se las dota de movimientos de cámara (zoom, paneados, movimientos laterales...). Existen imágenes de las que, además, se destacan detalles o se complementan con la muestra del vestuario en imágenes enfrentadas en pantalla. Por otro lado, hay también imágenes que incorporan un breve texto explicativo.

Como excepción, en el área dedicada a Cristóbal Balenciaga, el audiovisual de área pasa a tener un carácter plenamente monográfico. Siguiendo la misma disposición y diseño que todos los anteriores, muestra, a través de imágenes fotográficas, cómo evolucionaron estilísticamente las creaciones de este gran maestro.

Con la creación de algunos audiovisuales se han abierto diferentes líneas de investigación y cooperación, imprescindibles en la actividad de cualquier museo. Así, en el módulo “De la Tarasca a las revistas de moda”, ubicado dentro del área temática que hace referencia al Romanticismo, encontramos un puesto interactivo constituido por dos audiovisuales que complementan la información sobre los medios de difusión de la moda a lo largo de la historia.

El primero de ellos consiste en una investigación sobre “**La evolución del comercio textil en Madrid**”, desde el siglo XV hasta finales del siglo XIX. Esta investigación ha sido realizada por el Centro de Documentación y Estudios para la Historia de Madrid, de la Universidad Autónoma de Madrid.

A través de una serie de mapas correspondientes al periodo mencionado, gráficos y diferentes informaciones, podemos ver la distribución en la ciudad de Madrid, a lo largo de los siglos, de los oficios, talleres y comercios relacionados con los textiles. También se observa cómo la actividad de la confección tiene varios momentos cumbre entre los siglos XVI y XVIII, y cómo sufre una decadencia a principios del XIX que durará hasta el cambio de siglo.

La base de datos que mantiene esta aplicación es incrementable, por lo que se constituye como una importante fuente de investigación y un camino abierto para los especialistas e investigadores de la historia de la indumentaria.

El segundo audiovisual se dedica a “**La tarasca**”, una de las carrozas que formaban parte de la procesión de la fiesta del *Corpus*. A través de los dibujos que se conservan en el Archivo de la Villa de Madrid, el visitante puede contemplar cómo la imagen de la “Gigantona”, mujer que presidía el paso, se constituye como figura difusora de la moda a todas las capas sociales, desde sus inicios, a mediados del siglo XVII, hasta la segunda mitad del siglo XVIII.

Al contrario que el resto de los audiovisuales de la exposición, en estos dos casos

Figura 2. (Cabecera) Área Cristóbal Balenciaga.





Figura 3. (Secuencia) Polisón.

es el visitante quien decide el ritmo para consultar los datos que se ofrecen.

Alejándonos de este tipo de audiovisual, podemos destacar dos ejemplos que buscan un objetivo similar; entender objetos totalmente descontextualizados y mostrar procesos evolutivos complejos. Se trata de los denominados “Polisón” e “Interiores”.

El primero trata de explicarnos cuál es el proceso que seguiría una mujer del siglo XIX a la hora de vestirse. De esta manera no sólo vemos las prendas y complementos que utiliza, que están presentes en las vitrinas, sino el orden a la hora de utilizarlas y su disposición sobre el cuerpo femenino. Esto se consigue a través de una animación en 3D. Sobre una modelo virtual, se van superponiendo las capas de indumentaria en su orden habitual, desde la ropa interior hasta el vestido y los complementos. A esta animación le acompañan imágenes e ilustraciones de las piezas reales que se encuentran en las vitrinas del Museo.

“Interiores” utiliza una solución técnica diferente, denominada *morphing*. Se trata de un audiovisual en 3D e imágenes estáticas que ilustran cómo el cambio de la silueta femenina va en paralelo con la evolución de la ropa interior característica de

cada época, y que se acomodaba a los gustos y cultura imperantes en cada momento. El montaje y desarrollo en 3D va acompañado con imágenes de vestidos pertenecientes a la colección del Museo que ilustran la época de cada una de las siluetas. También incorpora una barra cronológica que acompaña a los cambios efectuados.

El vídeo va mostrando las diferentes siluetas que va adquiriendo el cuerpo femenino según la indumentaria que vaya incorporando. Partiendo de una imagen inicial, se suceden las siguientes con sutiles transformaciones, desarrollándose de manera progresiva y continuada como si fuera un plano único. Se utiliza un plano americano, desde la pantorrilla hasta el cuello sobre una modelo virtual. Mediante esta técnica de animación el visitante puede apreciar la compleja evolución de la silueta femenina hasta nuestros días.

Relacionados con el área dedicada al traje regional, tenemos dos audiovisuales diferentes a los demás.

Uno de especiales características es el que aborda “El proceso de vestir los trajes de boda de la mujer de Lagartera”. Como el propio título indica, muestra el complejo proceso que siguen las novias de Lagartera (Toledo) a la hora de vestirse el día de su boda, que constituye todo un ritual.

Se trata de un breve documental sin audio que sólo puede ser consultado a través de la página web<sup>1</sup> del Museo. La particularidad reside en que, como para realizar este audiovisual no se tenía ningún tipo de documentación gráfica sobre dicho proceso, se llevó a cabo un trabajo de investigación etnográfica mediante la técnica de la grabación en directo. Una vez grabados los procesos que interesaban, se seleccionó un minutaje determinado y se editó en soporte digital.

El segundo, “Pervivencias”, formado por cuatro audiovisuales emparejados dos a dos y situados en dos puestos interactivos, encastrados a los lados de la vitrina que recibe el mismo nombre, resume toda la información sobre el entorno festivo perteneciente a los trajes allí expuestos. Para realizar este audiovisual también se recurrió a la técnica de la grabación en directo antes mencionada y a fuentes documentales procedentes de diversos archivos como Pirena, Gobierno de Navarra... La mayor particularidad de estos audiovisuales consiste en que incorporan sonido. Los

<sup>1</sup> <http://museodeltraje.mcu.es>

componentes sonoros son de gran importancia a la hora comprender la evolución de la fiesta y su entorno; para ello se utilizó el mismo sistema que en el audiovisual "Tiempos Lejanos". Se incorporaron dos campanas acústicas que centraban el sonido en la vertical para no contaminar de ruido la sala.

Siguiendo nuestro recorrido por la exposición, podemos destacar dos sencillos audiovisuales realizados a partir de material propiamente audiovisual ya existente. El primero, junto a la vitrina "Años 50, moda de cine", es un montaje con imágenes de las películas más representativas de los años 40 y 50 que ilustran la moda de dichas décadas. Además se puede ver la estrecha relación que existe entre el cine y la moda. Se emite en una pantalla de plasma de 42" situada en una zona de visión colectiva y tiene una duración inferior a dos minutos. El otro audiovisual al que hacemos referencia es el situado en el área dedicada a "La Alta Costura en España", vídeo ilustrativo de la moda en España hasta principios de los años 70 con fondos seleccionados del Archivo NO-DO perteneciente a la Filmoteca Nacional. Este audiovisual supuso una labor de investigación previa, ya que se tuvieron que localizar los archivos adecuados para su posterior visionado, en el cual se seleccionaron las mejores imágenes sobre pasarelas y desfiles de moda en España.

La pantalla de plasma en la que se emite está situada en un dintel sobre el pasillo, al nivel superior de las vitrinas; así el visitante puede verlo mientras recorre dicha área.

De todos los audiovisuales que encontramos a lo largo del recorrido del Museo, el más diferente y el único que se desmarca del concepto que hemos ido tratando es el que encontramos en la última sala, dedica a los "Tiempos actuales". Aquí, en un montaje expositivo muy distinto al de las vitrinas en las que se exponen las piezas, el visitante interviene directa y libremente en la propuesta expositiva. Se trata de hacer que participe de forma lúdica y entretenida, desfilando por una pasarela a cuyos lados se exponen los trajes pertenecientes a esta época. Mientras observa los diferentes modelos expuestos, se ve envuelto en una atmósfera de luz y color, al mismo tiempo que se proyecta a su alrededor una serie de imágenes y efectos especiales que le hacen sentirse como el protagonista de un desfile de moda; todo



ello acompañado por la música y los sonidos más acordes con la situación. Este montaje es uno de los preferidos por los visitantes y donde más diversión y entretenimiento se aprecia.

El Museo del Traje consigue alcanzar el equilibrio deseado entre la exposición de las piezas y el uso de las nuevas tecnologías, haciendo de la visita un claro ejemplo de aquello que ya pedía el conservador galo D. Bolbot: "... lo espectacular, la emoción, la convivialidad y la interacción colectiva son convocadas al museo. El cuerpo y todos los sentidos del visitante son solicitados. Su visita debe constituir una experiencia memorable".

### Visita virtual y elementos interactivos

Ante las ya citadas condiciones museográficas que exige la indumentaria para ser expuesta, podemos decir que la visita virtual de la Exposición Permanente del Museo del Traje se constituye como la herramienta principal de consulta de las piezas expuestas. Estas condiciones han determinado, e incluso limitado, en gran medida la información que se podía ofrecer al visitante: las vitrinas, de gran tamaño y con una iluminación en su interior de 50 luxes, imposibilitaban la colocación de

Figura 4. Morphing Interiores.



Figura 5. Visita virtual (primera versión).

cartelas identificativas en su interior. Debido en buena parte a este factor, se pensó en una visita virtual como el medio a través del cual se pudiera consultar cualquier pieza expuesta en el recorrido propuesto, desde diferentes puntos informáticos distribuidos a lo largo del mismo. Aunque en un principio la visita virtual surge como una herramienta informativa exclusiva de las salas de exposición, en la actualidad se constituye también como un instrumento de difusión del Museo del Traje, ya que se puede consultar a través de la página web del Museo. De esta forma, el visitante virtual tiene la posibilidad de visitar y consultar los contenidos de la Exposición Permanente del mismo modo que lo hace un

visitante real en sala, al menos en cuanto a la recuperación de la información se refiere.

En los más de dos años de andadura del Museo se han producido dos versiones de la visita virtual, con el claro objetivo de mejorar la información que el visitante puede consultar. En ambas versiones, la información de la aplicación se estructura en torno a las catorce áreas temáticas del recorrido ya mencionadas. Así, la pantalla de inicio presenta el listado de estas catorce áreas para que el visitante seleccione aquella que quiere recorrer. La aplicación se inicia por defecto en el área desde la que el visitante está consultando siendo posible realizar la visita de cualquier sala previa o posterior.

En la primera versión de la herramienta, una imagen en movimiento mostraba el recorrido que haría un visitante que se detuviera ante cada una de las vitrinas que conforman la sala seleccionada. Así, la imagen también se detenía, distribuyendo una serie de iconos sobre la superficie de la vitrina que actuaban como enlaces a la ficha de catálogo de cada una de las piezas que integraban esa determinada vitrina. La grabación se realizó en FLV, un formato que permitía la introducción de programación sobre el vídeo, de forma que se accedía a la base de datos que contenía toda la información acerca de las piezas.

La ficha del catálogo se estructuraba en una ventana aparte con una imagen ampliada de la pieza en el lado izquierdo y la información en el derecho, y contenía

Figura 6. Visita virtual (segunda versión).



los siguientes campos: nombre, descripción (campo en el que se integran materias y técnicas), datación, firmas y marcas, bibliografía, número de inventario, y forma y fuente de ingreso, en el caso de que se trate de una donación o una dación.

Durante el tiempo que estuvo instalada esta versión, se observó si daba respuesta a los intereses y las necesidades de los visitantes. Como resultado, se comprobó que era una herramienta muy utilizada, pero con el inconveniente de la imposibilidad de realizar una consulta inmediata, ya que el hecho de tener que ver todo el recorrido de una determinada área, podía resultar poco operativo si la pieza que deseábamos consultar estaba en la última vitrina, por ejemplo.

Así, en la segunda versión, la imagen en movimiento se ha reemplazado por una base de datos gráfica; esto es, una pantalla con una imagen fija en la que se selecciona el área y la vitrina que se quiere consultar.

Una vez elegida, la imagen de la vitrina se amplía y sobre ella se disponen los diferentes enlaces sobre las piezas que nos llevan a la ficha de catálogo, que mantiene la información de la primera versión.

Como se puede ver, se han reducido considerablemente los pasos necesarios para consultar una pieza; la selección de la vitrina es inmediata, por lo que resulta mucho más ágil y eficaz para el visitante.

Además de estas ventajas, hay que añadir que la nueva versión de la visita virtual ofrece la gestión de la herramienta, de forma que el Museo es independiente para plasmar en ella los movimientos de piezas que se van produciendo en la sala de exposición. Así, se puede modificar la estructura del recorrido añadiendo o eliminando vitrinas y sustituir la información textual y gráfica de las piezas que retornan a los almacenes o a las entidades prestatarias que colaboran con el Museo. De esta forma, conseguimos mantener la información constantemente actualizada en sala. Esta nueva versión se implantará próximamente en la página web del Museo, de forma que el visitante virtual tendrá acceso inmediato a la actualización de los cambios.

Podemos decir que la visita virtual se constituye como un auténtico catálogo digital de la Exposición Permanente del Museo, ya que en el futuro, y ante la necesidad de rotación de las colecciones, será un archivo de referencia para conocer las

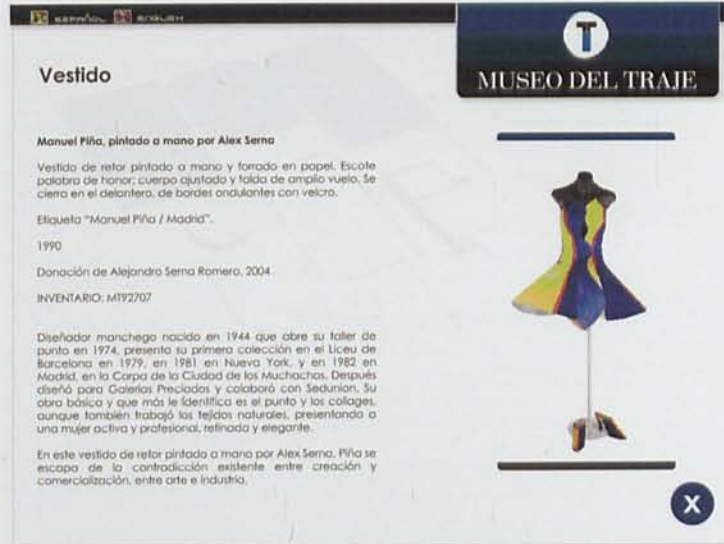


Figura 7. Ficha de catálogo.



Figura 8. Pantalla de gestión.



Figura 9. Visita virtual en sala.

diferentes piezas que han ido conformando la Exposición permanente del Museo del Traje.

Los puestos informáticos de consulta en las salas de exposición están situados en todas las áreas temáticas, y constan de una pantalla de 14 pulgadas y un tablero con un ratón de bola. La utilización es de muy fácil manejo, pero como complemento, y para aquellos visitantes que deseen prescindir de las nuevas tecnologías, el Museo ha elaborado otros materiales informativos destinados a aportar los datos identificativos básicos de las piezas, como son las hojas de sala y el folleto de la Exposición permanente.

Hay que señalar que, al igual que toda la información gráfica y textual de la Exposición permanente, la visita virtual se puede consultar en castellano e inglés.

Otra de las mejoras previstas será la inclusión de una serie de diccionarios que ofrezcan información e imágenes en referencia a las prendas y los conjuntos expuestos, sobre sus denominaciones y variaciones a lo largo del tiempo, lugares de producción, autores o estilos artísticos a los que se adscriben, que será de gran ayuda y utilidad a los investigadores y a los interesados en la historia del traje.

Como comentábamos, la visita virtual del Museo del Traje se puede consultar también a través de la página web del Museo. Así, un gran número de visitantes virtuales acceden a los contenidos de la Exposición

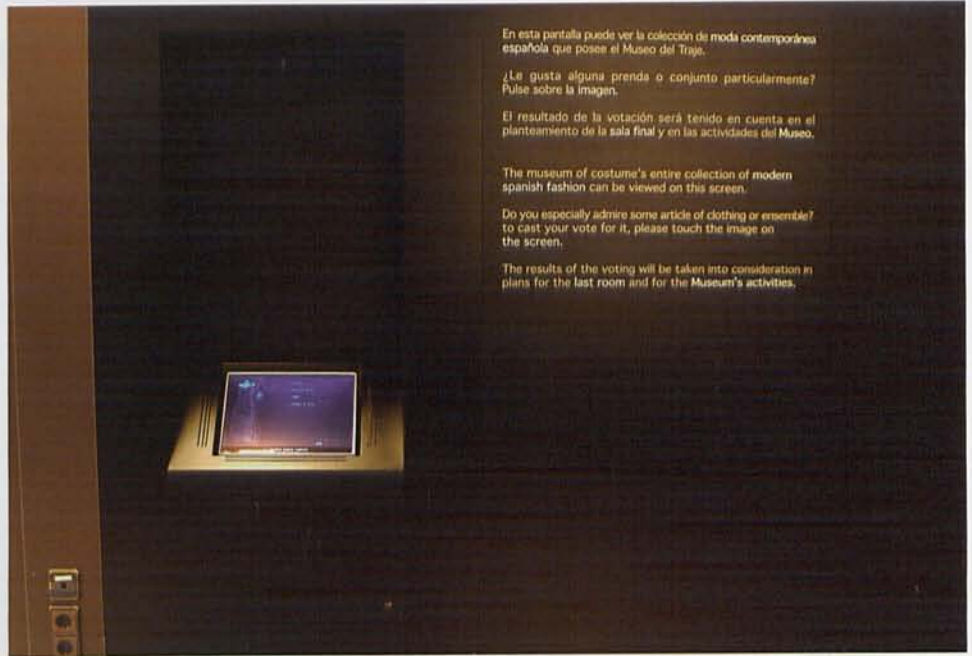
Permanente. Para optimizar esta visita, se han añadido ciertos elementos que la completan y mejoran.

Así, se ha incluido la visita del Área Didáctica y la consulta de los contenidos de los puntos de acceso que comunican las diferentes zonas del espacio expositivo. Cada uno de estos puntos de acceso contiene una vitrina con piezas relacionadas, en la mayoría de los casos, con el proceso textil, como ruecas, devanaderas, una máquina de coser... Cada una de estas piezas tiene una ficha de catálogo que puede ser consultada desde este apartado de la visita virtual, del mismo modo que el resto de piezas.

También se ha añadido en la versión de la web una zonificación del Museo, que ofrece la posibilidad de ver una imagen y conocer la ubicación en plano de las diferentes áreas públicas del Museo: biblioteca, auditorio, talleres, Exposición Permanente y Área Didáctica.

Por último, se ofrece la posibilidad de descargar todos los audiovisuales que se exhiben tanto en el recorrido cronológico como en el Área Didáctica, de forma que podemos afirmar que, a través de la visita virtual, la totalidad de contenidos pueden ser consultados vía web.

Nos centraremos ahora en el resto de los elementos interactivos en la exposición. Al final del recorrido cronológico, en la sala dedicada a los *Tiempos actuales*, encontramos otro módulo interactivo concebi-



do como un elemento claramente dinamizador del público: la pantalla de votación.

Ante el gran número de diseñadores y procesos creativos que han proliferado en nuestro país en las últimas décadas, se decidió que fuera el propio visitante, tras haber visitado este área, quien eligiera sus modelos favoritos de entre las colecciones del Museo datadas entre 1978 y la actualidad. Así, con los resultados de las votaciones de los visitantes, se van rotando periódicamente las colecciones de los “tiempos actuales”.

El soporte consiste en una pantalla táctil, a través de la cual el visitante puede consultar todos los conjuntos indumentarios que el Museo conserva adscritos al periodo mencionado y votar por su elección.

La aplicación se conforma en torno a una base de datos que ofrece una información identificativa básica de los conjuntos de indumentaria, estructurada en tres campos: título, autor y datación. La pantalla se ha programado con un sistema que obliga a que trascurren unos segundos entre un voto y otro, para evitar en la medida de lo posible los votos nulos.

Al igual que la visita virtual, esta herramienta se puede gestionar desde el Museo, de forma que se van añadiendo los nuevos ingresos datados en los años citados.

El Área Didáctica constituye un área independiente de la sala de la Exposición

Permanente, pero complementaria en cuanto a los contenidos que desarrolla, ya que se articula como apoyo y complemento al discurso expositivo. Profundiza en aspectos asociados al traje a través de textos, imágenes, audiovisuales y elementos interactivos que hacen comprensible de una forma divertida y lúdica la historia del traje, así como los procesos técnicos con los que se vincula. Los contenidos del área se distribuyen en veintidós módulos distribuidos a lo largo de tres secciones:

- ¿Por qué nos vestimos?
- ¿Cómo se hacen los vestidos?
- ¿Qué forma tienen los vestidos?

En torno a estas tres preguntas, a las que se responde a través de estos módulos, se distribuyen numerosos audiovisuales y elementos interactivos –informáticos o no– que vienen a reforzar la vocación didáctica y lúdica de esta zona de la exposición, cuyo objetivo máximo es hacer partícipe de todos estos elementos al visitante. Aquí el medio audiovisual está presente en cada una de las secciones. En este caso los audiovisuales responden a la misma tipología y no incorporan ninguna solución técnica que no hayamos comentado. Además, muestra aquí su carácter más didáctico y lúdico, y trata temas que ayudan a complementar y entender mejor desde otros puntos de vista la historia de la indumentaria.

Dentro de los elementos interactivos no informáticos, nos encontramos con que a

Figura 10. Pantalla de votación.



través de diferentes paneles podemos jugar con las siluetas; conocer, tocar y oler las materias primas de los tejidos; diferenciar los tintes naturales de los sintéticos; decorar con los distintos sistemas de estampación; manipular los diferentes sistemas de cierre que se han utilizado a lo largo de la historia; o contemplarnos vestidos con prendas de épocas pasadas, como un polisón, un verdugado o un cuello de lechuguilla. Por otra parte, en los puestos interactivos informáticos podemos, a través de juegos, conocer el proceso de confección industrial, ver y diferenciar los ligamentos de la ropa que llevamos puesta -mediante una lupa electrónica- o interpretar el sistema del patronaje a través de un juego.

Como conclusión, podemos destacar que el Museo del Traje nace con la voluntad de ser un museo moderno, acorde con las necesidades y exigencias de la sociedad

actual, y en sintonía con los nuevos medios de comunicación de masas. Un museo que apuesta fuertemente por las nuevas tecnologías tanto en la exposición como en la documentación y conservación de sus piezas, que se traduce, en definitiva, en la importancia de la utilización de elementos interactivos y audiovisuales en las implantaciones expositivas. Desde el Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico se ha concedido desde el inicio del proyecto museológico una gran importancia a la presencia de audiovisuales, juegos y módulos interactivos, con la clara finalidad de enriquecer el discurso histórico principal con aspectos temáticos y técnicos, pero que además sirvieran al visitante de herramienta para profundizar en el discurso expositivo y en todos aquellos aspectos asociados a la historia del traje y de la indumentaria.

Carmen González Rodao

## I. Introducción

Es indudable la que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han adquirido en las últimas décadas una importancia muy relevante en nuestra sociedad. En el ámbito de los museos, Internet se ha convertido en una herramienta primordial que abre un gran abanico de posibilidades para atraer al público y dar a conocer las colecciones y que, además, representa el instrumento de mayor alcance cuantitativo, eliminando las barreras de espacio y tiempo.

Bajo este planteamiento comienza en 2003 la creación de la página del Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico, que tiene como antecedente el esquema básico previamente realizado para el antiguo Museo Nacional de Antropología (sede Juan de Herrera). La página se publica en el portal de la Subdirección General de Museos Estatales en abril de 2004. La principal tarea consiste en presentar el Museo del Traje y sus contenidos, ampliarlos y traducir la información, para poder ofrecer dos versiones, en castellano e inglés. A partir de 2006, se adapta a las pautas de accesibilidad definidas por el grupo de trabajo permanente Web Accessibility Initiative (WAI) del Consorcio para la World Wide Web (W3C).

La página se engloba dentro de las estrategias de difusión del proyecto general del Museo, con la finalidad de servir de escaparate para la divulgación. En cuanto a los objetivos más relevantes, destacamos:

- Publicitar la amplia oferta de actividades que contiene la programación del Museo.

- Difundir y mostrar las colecciones, tanto de indumentaria como de etnografía.
- Dar a conocer el Museo y motivar al público potencial, así como conseguir la fidelidad tanto del público presencial como del virtual.
- Crear una vía de comunicación del Museo con el público, y otras instituciones de la misma índole.
- Poner a disposición del usuario la mayor cantidad posible de contenidos.
- Consolidar la identidad visual del Museo, teniendo en cuenta su reciente creación.
- Servir como punto de referencia para comprender y contextualizar la historia del vestido y de la etnografía española.

Para cumplir los objetivos anteriormente citados y conseguir un uso eficiente de la página, se plantea un diseño con estas características:

- Una estructura de contenidos clara y sencilla.

---

<b>Información</b>	Visita, atención al visitante, accesibilidad, prensa
<b>Exposición</b>	Visita virtual, exposiciones
<b>Actividades</b>	Agenda, programación, boletín digital
<b>Museo</b>	Historia, edificio, el museo por dentro
<b>Investigación</b>	Biblioteca, publicaciones
<b>Colecciones</b>	Galería catálogo, el museo fuera del museo

---



Figura 1. Página de Inicio.

amplio: universitarios, estudiantes de restauración o de diseño, diseñadores y creadores de moda, para los que puede servir de punto de encuentro con referencias históricas, profesionales dedicados a la restauración textil y de indumentaria, prensa especializada e investigadores de la historia del traje, historia, historia del arte y, en general, de las ciencias sociales.

## II. Estructura y contenidos

En primer lugar nos encontramos la página de inicio, que se estructura en dos grandes bloques. En el primero, situado a la izquierda de la pantalla, aparece el esquema básico de contenidos, conformado por los dos primeros niveles de información que corresponden a las seis secciones principales y sus respectivas subsecciones.

El segundo bloque está formado por un mosaico de imágenes que nos sirven para publicitar los eventos inmediatos o de mayor relevancia. Cada una de las imágenes está enlazada a la página en la que se desarrolla la información, que se renueva constantemente.

En esta página de inicio también aparece una serie de elementos que permanecen en el resto de las páginas: un buscador general, que permite la recuperación de la información con rapidez y eficacia; un mapa web, en el que se muestran los contenidos de forma jerarquizada; un enlace a la Asociación de Amigos del Museo del Traje; un contacto general; el uso de datos; los agradecimientos; y los logotipos institucionales y de accesibilidad WAI.

Otro elemento común en todas las páginas, una vez superada la de inicio, es la barra de navegación, que muestra el camino recorrido y facilita la navegación, evitando retornos.



Figura 2. Prensa.

### Información

En esta sección encontramos los datos básicos relativos a la visita al Museo, tales como horarios, tarifas, normas de acceso, accesibilidad para minusválidos y los servicios que va a encontrar el visitante, como audioguías, guardarropa, tienda, librería, restaurante y cafetería.

Destaca en esta sección el apartado de "prensa", en el que se incluyen las noticias que genera el Museo. De esta forma se facilita el trabajo a los medios de comunicación, ofreciéndoles información veraz y

- Un diseño gráfico simple y atractivo que permita una navegabilidad fácil y asequible al usuario, ajustándose a los parámetros de usabilidad y accesibilidad.
- Un sistema de actualización rápido y flexible que nos permita de forma cómoda renovar y ampliar contenidos.

El grueso de la web se destina al público adulto, siendo el abanico de usuarios muy

actualizada de todos los eventos que se producen en el Museo. Cada una de las noticias que se facilitan se encabezan por la fecha en la que se cuelga la información y un titular. Este titular tiene un enlace a la nota de prensa que elabora el Departamento de Difusión del Museo.

### Exposición

La “visita virtual” reproduce las salas de la Exposición Permanente haciendo un recorrido por todas las áreas y facilitando información sobre cada una de las piezas expuestas. También se pueden consultar los audiovisuales dispuestos a lo largo del recorrido de la exposición, para que el público virtual tenga una visión lo más fiel posible del recorrido real.

En el apartado de “exposiciones temporales” se incluye información de las exposiciones que realiza el Museo, tanto de los contenidos como de las condiciones de la visita. Este apartado, además, incluye un histórico de exposiciones, de forma que se puede consultar toda la información sobre las que el Museo ha organizado a lo largo de su historia.

### Actividades

La “agenda” se constituye como una base de datos que nos permite consultar las actividades y servicios que el Museo ofrece a sus visitantes. Desde esta sección el usuario puede hacer consultas de diferentes formas: por tipo de actividad, por nombre actividad, por rango de edad a la que va dirigida, por fecha o intervalo de fechas, y también combinando dos de las condiciones anteriores<sup>1</sup>.

En “programación” encontramos toda la información sobre la amplia oferta de actividades que tiene proyectadas el Museo del Traje. Se ofrece información sobre talleres infantiles y de adultos, visitas, encuentros con diseñadores, premios, actividades extraordinarias, conciertos, etc. Al igual que en “exposiciones temporales”, una vez que han finalizado estas actividades, pasan a formar parte de un histórico donde pueden consultarse.

Cuando las actividades generan una información interesante para el visitante se cuelga la documentación en formato pdf. Por ejemplo, el cuadernillo informativo que se entrega al visitante en el Modelo del Mes se convierte en un archivo pdf y se cuelga en cada uno de los meses. Así,



Figura 3. Exposiciones temporales.



Figura 4. Programación.

el visitante virtual podrá descargar la misma información que se facilita al visitante real de los Modelos del Mes, de los modelos actuales y pasados. En página general de “programación” se enlazan, mediante el mismo sistema, los programas de actividades trimestrales que publica el Museo.

En el “boletín digital” el usuario puede solicitar formar parte del directorio del Museo y recibir información por correo

<sup>1</sup> Actualmente este servicio se encuentra en proceso de adaptación a WC3.



Figura 5. Exposiciones temporales.



Figura 6. Catálogo: buscador.

miento interno y el trabajo diario en la Institución, de cómo se trabaja en los diferentes departamentos de conservación, documentación, colecciones, difusión y administración. Para el visitante más especializado en la materia, se incluyen noticias sobre los últimos avances en temas relacionados con el Museo.

### Investigación

La biblioteca tiene un gran peso en el funcionamiento general del Museo y su importancia dentro de la Institución se ve reflejada en la presencia que tiene en la web. Posee una importante colección de fondos bibliográficos, documentales y audiovisuales sobre Museología, conservación, restauración, Antropología, patrimonio etnológico y cultura española, así como sobre la evolución histórica del traje, técnicas y producciones textiles, hasta las últimas tendencias en el sector de la moda. En esta página podemos encontrar los datos generales de acceso y las condiciones del mismo, así como el catálogo completo de fondos bibliográficos.

Algunos de los servicios que ofrece, como información bibliográfica, servicio de fotodocumentación, préstamo interbibliotecario, reproducción, duplicado e intercambio de publicaciones, pueden solicitarse a través de la página por medio de un sistema de formularios, de forma muy ágil y rápida para el usuario.

También hay un apartado específico llamado "publicaciones", para difundir las ediciones propias del Centro: guías, catálogos de exposiciones, actas de congresos, los premios de Fotografía sobre Cultura Popular y las publicaciones del antiguo Museo del Pueblo Español. Además, se ofrecen las publicaciones en las que aparecen referencias a las piezas de las colecciones del Museo.

### Colecciones

La "galería" de imágenes nos muestra una selección de las piezas más destacadas, estructurada a partir de diez bloques temáticos en los que se engloban todas las colecciones del Museo: indumentaria histórica, indumentaria contemporánea, indumentaria popular, joyería y accesorios, textiles, actividades económicas, equipamiento doméstico, actividades lúdicas, religiosidad y creencias, y fondos documentales.

electrónico sobre novedades, exposiciones y actividades.

### Museo

En esta sección se presenta la historia del Museo durante las sucesivas etapas que ha vivido desde 1929. También se hace referencia al edificio que hoy le sirve como sede, Premio Nacional de Arquitectura en 1969.

En "museo por dentro" se ofrece una visión general de cómo es el funciona-

Uno de los principales objetivos que nos planteamos al comenzar este proyecto fue difundir y hacer accesibles las colecciones pertenecientes al Museo, tanto de indumentaria como de Etnografía. Actualmente se pueden consultar a través de la página 3.000 piezas del catálogo de Museo del Traje. El número de fondos accesibles se va incrementando de forma paulatina conforme se revisan y ponen al día las fichas de catalogación y la documentación gráfica relacionada.

Este catálogo se puede consultar en la Red gracias a la aplicación DOMUS, una base de datos de gestión documental que permite tanto catalogar fondos como registrar todos los procesos que se llevan a cabo en el trabajo de un museo. Así como el antiguo Museo Nacional de Antropología fue el pionero en introducir esta herramienta de trabajo, el Museo del Traje ha sido el primero en utilizarla para mostrar sus fondos en Internet.

Al usuario se le ofrece la posibilidad de acceder a través de dos tipos de búsqueda: una general de texto libre y otra avanzada, en la se que puede buscar por campos específicos y controlados por tesoro de forma jerárquica. El resultado de esta búsqueda se ofrece también de dos formas, como un listado o como un mosaico de imágenes. Pinchando en cualquiera de los resultados de la búsqueda, se obtiene la ficha de catalogación completa de la pieza que se ha seleccionado y la documentación gráfica asociada a la misma.

Esta primera aproximación a DOMUS en la Red se integra dentro de un proyecto mucho más amplio del Ministerio de Cultura, que consiste en una Red Digital de Museos Estatales, donde el usuario podrá consultar, en una misma página, todos los museos que utilizan el programa.

En "últimos ingresos" se destacan, del grueso de las colecciones del Museo, las últimas adquisiciones que se están realizando para completar los fondos. Este apartado, junto con el de "donantes", quiere servir como incentivo para la generación de nuevas donaciones, indicando cuál es el proceso que se debe seguir para donar piezas.

Con el apartado "donantes" se pretende hacer un reconocimiento a las personas que han donado piezas desde el nacimiento del Museo del Pueblo Español en 1934 hasta la actualidad, sin cuya colaboración no sería posible la existencia de este



Figura 7. Catálogo: mosaico de imágenes.



Figura 8. Catálogo: ficha de catalogación de la pieza seleccionada.

Museo. También se utiliza DOMUS para poder realizar las consultas, esta vez a través del nombre del donante, y el resultado de la búsqueda es similar al que aparece en el "catálogo".

Como complemento, en "el Museo fuera del Museo" tenemos toda la información de las piezas del Centro que se han exhibido en exposiciones temporales en otras instituciones. Permite dar a conocer tanto la parte de los fondos que no se expone habitualmente, como los catálogos que han generados estas exposiciones.

Por último, hay que destacar el sistema de gestión de la página web, que nos facilita una permanente actualización de los contenidos y nos permite, desde el propio Museo, tener información al día e ir introduciendo y ampliando contenidos. De esta forma, conseguimos que la web esté permanentemente viva y que el internauta encuentre algo nuevo cada vez que la visite.

### III. Nuevas propuestas

Además de la ampliación permanente de contenidos y de material gráfico, está previsto hacer una serie de ampliaciones en algunos de sus apartados.

#### Archivo de prensa

Otra de las posibilidades que nos proporciona DOMUS es la de ir compilando y digitalizando toda la prensa escrita en la que el Museo ha sido noticia desde 1921, año en el que comienza a gestarse la exposición del Traje Regional e Histórico, hasta hoy.

DOMUS también nos va a permitir crear una página en la que se puedan realizar una serie de búsquedas, cuyo resultado será la ficha de catalogación de un artículo de prensa relacionado con una noticia que se produjo en el Museo, más el documento original digitalizado.

#### Archivo digital

Dentro de la sección de Investigación pretendemos incluir un Archivo Digital del Traje y la Indumentaria en España, con el que se cumplirían dos funciones primordiales: por un lado, el desarrollo de la investigación sobre la historia del vestido en España y, por otro, la difusión de los contenidos fruto de estas investigaciones. Además, este Archivo serviría como referencia a la que acudir para comprender y contextualizar la historia del vestido a través de elementos informativos en cualquier tipo de soporte.

Este archivo se va a constituir como un gran banco de datos digital que recogerá todo el material que sea posible en relación a la historia del traje y la indumentaria en España, tanto en instituciones públicas como privadas, incluyendo archivos privados de profesionales dedicados al mundo del diseño y la moda en cual-

quier formato. Todos estos documentos se articularán en torno a cinco grandes bloques:

- Indumentaria: imágenes de piezas de indumentaria.
- Referencias iconográficas: imágenes de obras de arte que contengan representaciones significativas de elementos indumentarios.
- Documentos: referencias escritas que tengan relación con la indumentaria y las disciplinas relacionadas con la misma.
- Fotografía: imágenes del mundo de la moda o en las que aparezcan elementos de indumentaria.
- Material audiovisual: documentos en formato de audio y vídeo.

La primera fase de desarrollo de este apartado se dedicará a la recopilación, clasificación, digitalización y descripción de la información. Estas tareas se realizarán también a través de la aplicación DOMUS, que nos permite realizar una ficha descriptiva exhaustiva y asociar varios archivos digitales a la misma. De forma paralela se realiza la sistematización y normalización terminológica de los datos para los campos gestionados por tesoro o lista cerrada de términos.

#### Diccionarios

También, formando parte del apartado de investigación, está en proyecto crear una subsección formada por siete bases de datos que se constituyen como diccionarios terminológicos especializados sobre indumentaria. En ellos se podrá consultar, de manera independiente, en forma de búsquedas simples, por texto libre, o de búsquedas avanzadas, por campos concretos, y por combinación de estos campos. Está previsto que desde cualquier otra página de la web, por medio de un enlace en el texto, nos lleve al registro que define el término.

Para la creación de estas bases de datos se requiere la sistematización y normalización terminológica de los términos a definir. Éstas serán las bases de datos y su contenido:

- Indumentaria: términos referentes a la clasificación y descripción de las diferentes denominaciones de las prendas y complementos a lo largo de la historia, así como de sus componentes.

- **Técnicas:** términos que describen los procedimientos de fabricación de tejidos, tanto históricos como actuales.
- **Tejidos:** terminología textil, concierne a los diferentes tejidos utilizados a lo largo de la historia y en la actualidad.
- **Nombres propios:** personajes históricos relacionados con la cultura, el arte o la sociedad y personas vinculadas con el mundo de la moda, así como diseñadores, fotógrafos, ilustradores y modelos.
- **Estilos artísticos:** los diferentes momentos históricos y artísticos en los que se encuadran los términos descritos anteriormente.
- **Elementos iconográficos o decorativos:** términos que designan motivos iconográficos representados en piezas textiles.
- **Restauración:** terminología específica de la restauración textil.

#### Inscripciones a través de la web

En los cursos, conferencias y seminarios está proyectado un sistema por el cual al alumno se le posibilitará como opción la

inscripción a través de correo electrónico. También se podrán consultar las listas de admitidos.

#### IV. Conclusiones

Desde la creación de la página del Museo del Traje. CIPE hemos detectado una aceptación considerable por parte del público. Hasta el momento la página ha recibido 200.000 visitantes, siendo el apartado más visitado el de "indumentaria histórica".

Para atraer al público joven y adolescente se han puesto en marcha una serie de iniciativas como el concurso de fotografía digital para estudiantes de Enseñanzas Medias *¿Cómo te vistes, cómo te ves?*

La interacción entre público y visitante está dando resultados bastante positivos, lo que podemos comprobar por la gran participación en las consultas del módulo de biblioteca y la alta demanda registrada en el boletín digital.

La página de gestión de la web se ha convertido en una herramienta que nos permite ampliar y actualizar contenidos de forma independiente, realizando las tareas desde el propio Museo.





# Un museo para todos: diseño del área tiflológica en el Museo del Traje

Lucina Llorente Llorente  
Paula Paredes Menéndez  
Juan Antonio Rodríguez  
Menéndez

## Introducción

El Museo del Traje, como toda institución de su categoría, tiene como uno de sus objetivos fundamentales la exhibición y difusión de sus fondos y contenidos. Cuando se planteó su nuevo proyecto museográfico, se encontraba entre sus intenciones la de llegar al mayor número posible de espectadores, con la voluntad de ser un Museo para todos.

No obstante, las peculiares características de conservación de las colecciones textiles y de indumentaria hacen necesaria su exhibición en unas especiales condiciones, que pueden dificultar la percepción de las obras por parte del público con alguna clase de discapacidad. En efecto, las piezas deben exhibirse aislándolas del medio ambiente, en el interior de vitrinas, para evitar la suciedad y contaminación, así como ataques biológicos de parásitos, etc. En cuanto a la iluminación, la opción técnicamente aceptada en la actualidad es la de exponer las colecciones textiles a una intensidad muy baja, no superior a 50 lux, lo que reduce significativamente la distancia de visibilidad.

Son las personas con deficiencias visuales, tal vez, las que se ven más afectadas por las estrictas condiciones de conservación de las piezas de la colección. No sólo nos referimos a los invidentes, sino también a aquellas otras personas que sufren una pérdida de agudeza visual o cualquier tipo de afección de la percepción de la imagen, el color, etc. De hecho, este colectivo constituye un porcentaje muy elevado, cercano al 20%, del público potencial del Museo.

En efecto, las personas con deficiencia total o parcial de su visión necesitan otros sistemas expositivos, sistemas que por las condiciones de conservación especiales de los textiles expuestos no se pueden poner en prácticas con las piezas originales de las colecciones. Sin embargo, se ha realizado un esfuerzo para facilitar la accesibilidad de este sector de público. Las ideas que se resumen a continuación para la creación de un área tiflológica pretenden hacer viable su participación y máximo disfrute del Museo.

Su contenido consiste en un resumen de lo expuesto en el Museo: réplicas de vestidos, maniqués, tejidos y otros objetos textiles, pero aquí con un enfoque en que el sentido protagonista no sea la vista sino el tacto. Todas las piezas se podrán tocar, abrazar, separar y rodear con la intensidad y duración que cada espectador considere apropiada para su comprensión y deleite.

Al realizar una instalación provisional del nuevo área, con el objeto de comprobar su adecuación al resto de la exposición, resultó que no sólo satisfacía las expectativas del visitante con deficiencias visuales para el que estaba inicialmente contemplada, sino que el público en general se sentía muy atraído por el contacto directo con las réplicas. El poder tocar los volúmenes y levantar las faldas, acariciar las texturas de los tejidos, introducir los dedos entre los ligamentos para entender su curso..., y descubrir los secretos andamiajes que a lo largo de la historia permitieron a las mujeres modificar su silueta, hasta convertirse en esculturas andantes portadoras de las características estéticas propias de cada

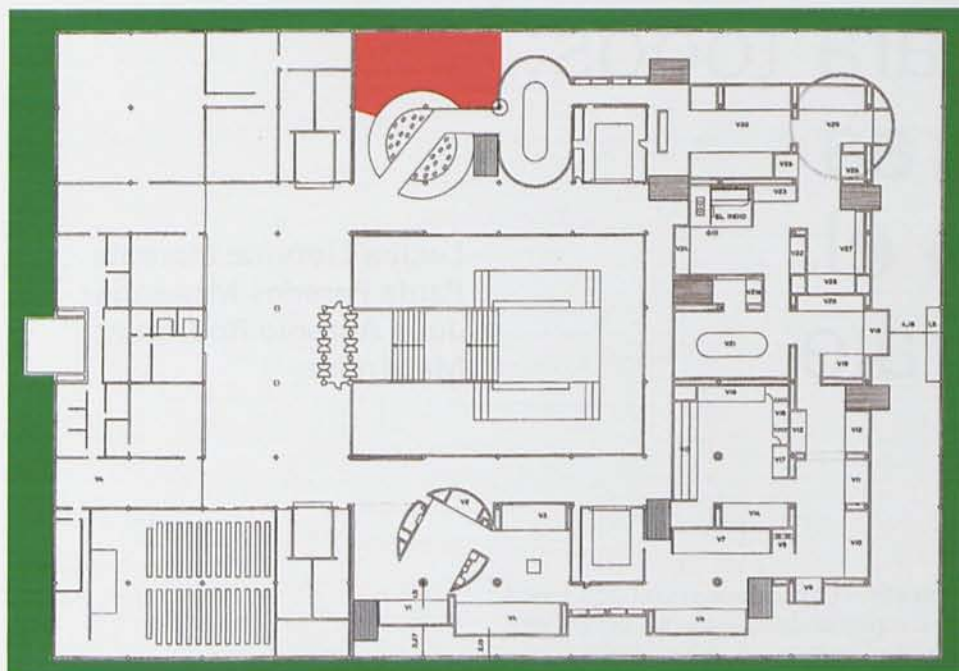


Figura 1. Plano de la planta de exposición resaltándose en rojo la zona destinada al área tifológica.

momento, convierten al espectador en testigo directo del proceso.

A continuación se van a describir las condiciones de exhibición del área tifológica, su proyecto museográfico y algunas reflexiones finales que permiten darle mayor atractivo.

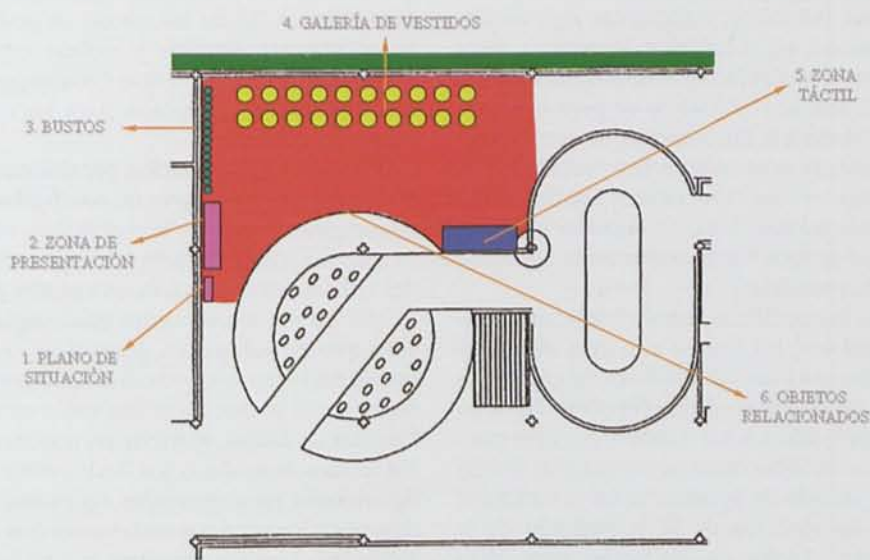
### Condiciones especiales del Área

Se situará esta sección expositiva al final del Área Didáctica (ver la figura 1), justo detrás de la cúpula en la que se muestran los diseños de los jóvenes creadores.

Antes de iniciar el recorrido se deberá colocar un plano de situación en relieve del área, en sistema braille. En la figura 2 se ilustran las distintas partes que componen el área tifológica (el propio plano, bustos, textilteca, galería de réplicas, y otros objetos textiles como patrones, herramientas, etc.).

Todo el área tifológica deberá llevar sobre el suelo una franja texturada, es decir, una cobertura con botones resaltados que conduzca al visitante que padezca deficiencias visuales a lo largo del recorrido, siguiendo las normativas aprobadas por la ONCE.

Para orientar lumínicamente a los visitantes con restos visuales, en el recorrido expositivo de las áreas, se colocarán unas balizas lumínicas dispuestas en forma lineal cada 15 cm. en el perímetro del suelo texturado, como aparece en la figura 3.



DETALLE DE DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA SELECCIONADA PARA EL ÁREA TIFOLÓGICA

Figura 2. Plano del área tifológica.

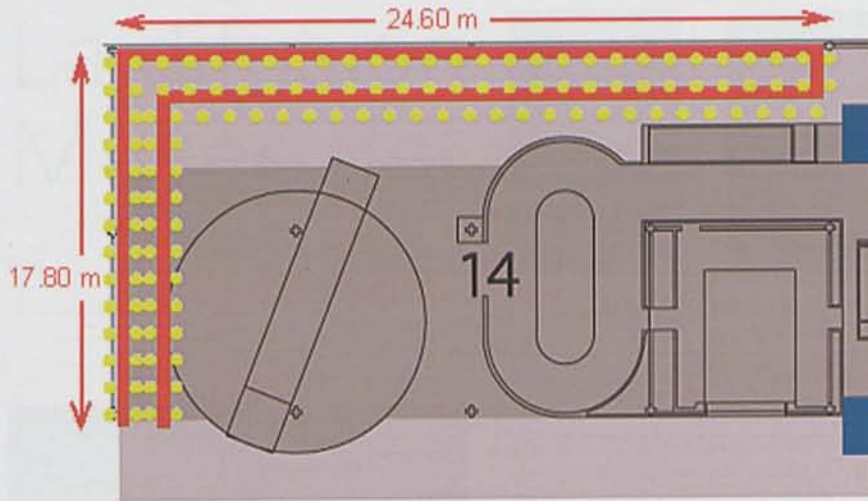


Figura 3. Área con suelo texturado y disposición de las balizas luminosas.

## Museografía de la sala tiflológica

La museografía que se propone mantiene unidad de criterio y coordinación con la Exposición general y la museografía complementaria. Se han elegido algunos aspectos destacados de cada una de ellas, y se

pasamanos, delante de los respectivos bustos, se situarán las cartelas en braille.

A continuación se sitúa la textilteca, según aparece en la figura 5, en la que se ofrece un repaso de los diferentes tipos de materiales y tejidos que se han utilizado, y se siguen utilizando en la actualidad, para confeccionar los trajes.



Figura 4. Secuencia de bustos femeninos mostrando la evolución de la altura del talle.

han desarrollado de forma más detallada y comprensible para los invidentes, centrándose en algunos puntos clave, como: los bustos o las siluetas, la textilteca, las réplicas de los trajes y los objetos textiles.

Después del plano, alineado con la pared, se presenta la evolución de la silueta humana en función de los cánones estéticos imperantes en cada momento histórico. Se colocan bustos de mujer y hombre que, de forma cronológica, van indicando la evolución del torso, de la cintura y la altura a la que en cada momento se sitúa el talle, como se ilustra en la figura 4. Estos bustos están contruidos con material resistente, para que no pierdan su forma cuando sean manipulados por los visitantes. La información se encontrará en un pasamanos que discurre en paralelo con los bustos, y cuyo perfil sigue la curva que marca la evolución de la silueta (cintura) a lo largo de los tres últimos siglos. Sobre el

En una mesa (figura 6a) se colocarán bastidores encastrados (figura 6b), reproduciendo los tipos de ligamentos divididos en cuatro bloques organizados por familias de texturas. Acompañando a cada ligamento, y realizado en gruesa cuerda de escalada para poder seguir al tacto el entrecruzamiento de los hilos, se exhibirá



Figura 5. Ubicación de la textilteca.

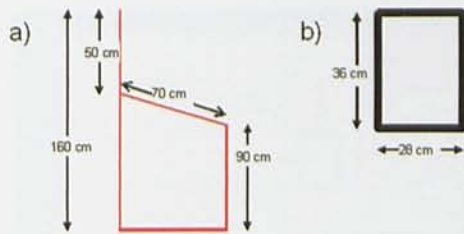


Figura 6. Propuestas de a) soporte para la textilteca y b) bastidor.



Figura 7. Ligamentos y muestras de tejidos.

una muestra de tejido de dicho ligamento, como las mostradas en la figura 7.

Más allá de la textilteca, y junto a la cristallera que permite la máxima iluminación (ver plano de la figura 2), se exhibirán maniqués vestidos con réplicas de los trajes originales que se encuentran en las vitrinas, y que comprenden los siglos XVIII, XIX y XX. Un soporte similar al que agrupaba los bustos sostendrá las piezas, manteniendo entre ellas la distancia necesaria para facilitar la accesibilidad a todas las partes del traje, como se observa en la figura 8.

En esta sección se presenta la evolución de las prendas, tanto masculinas como femeninas, a lo largo de la historia, a través de 20 reproducciones de trajes sobre sus correspondientes maniqués adaptados a su respectiva silueta histórica, como los mostrados en la figura 9.

Una vez recorrido el arco de las réplicas, se inicia el retorno, aprovechando la curvatura de la cúpula situada al final de la Exposición permanente, donde se coloca un banco corrido, a fin de evitar choques de los visitantes con los ángulos de la estructura de la cúpula. Este exhibidor albergará, para ser tocados libremente, objetos relacionados con el mundo de la confección textil, además de información sobre libros de patronaje y piezas confeccionadas con los patrones.

deficiencias visuales. Aún más, se puede ofrecer a este público la posibilidad de utilizar un antifaz y recorrer esta sección como si fuera invidente. Entendemos que, detrás de la actividad lúdica y formativa, se encierra una experiencia muy positiva de entender cómo se enfrentan los minusválidos visuales al desarrollo de su vida cotidiana.

Además, la propuesta ofrece posibilidades a otros grupos de visitantes, y especialmente a los grupos escolares. Dirigido inicialmente al público infantil, el Museo cuenta con el área de Museografía Complementaria o Área Didáctica, que permite una visita divertida al tiempo que didáctica del contenido de la exposición. De hecho, muchos otros visitantes interesados en conocer otros aspectos de la construcción e historia de los trajes encuentran respuesta en este área. El espacio destinado a la exposición tifológica contribuye a una presentación adicional de la evolución de la indumentaria y de los tejidos. Por su propósito y ubicación, se constituye así como el colofón del Área Didáctica.

El Museo espera contar en un futuro próximo con la financiación adecuada que permita la instalación definitiva de esta sección, pues se considera que ha de prestar un gran servicio a la comunidad de personas con deficiencias visuales, así como al público en general el Museo del Traje.



Figura 8. Maniqués vestidos con réplicas de los trajes originales.

## Zona de sensibilización social

En el proceso de elaboración del proyecto se tuvo en consideración la adecuación del espacio, la facilidad del recorrido propuesto y de identificación de los distintos elementos, la impresión del contacto con los objetos expuestos... De las pruebas efectuadas, tratando de adaptarnos a las condiciones de los visitantes a los que está destinada el área, resultó que muchas de las ideas descritas ofrecían un gran atractivo para el público en general, aunque no padeciera



Figura 9. Ejemplos de réplicas.

# La difusión en el Museo del Traje

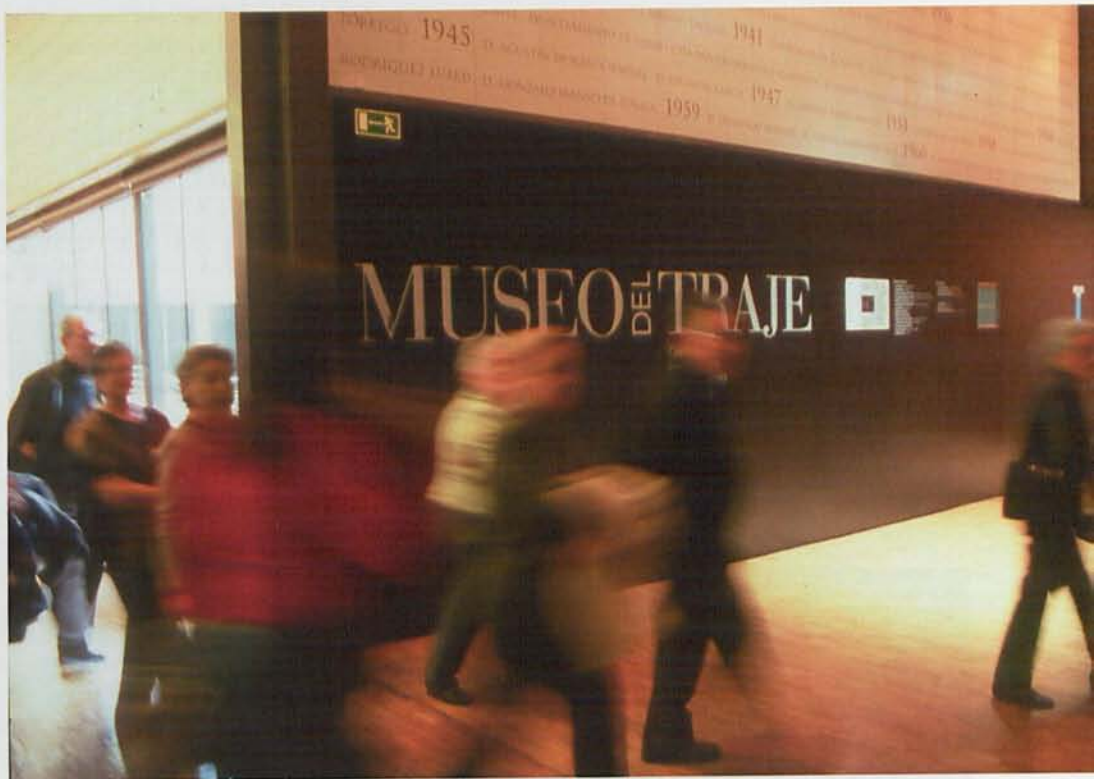
Mara Canela Fraile

## Introducción

En el tercer cumpleaños del Museo del Traje sale a la luz su Revista. En lo que al Departamento de Difusión se refiere, estos tres años han servido para echar a andar; poner en marcha las líneas de actividades fundamentales y empezar a trabajar con los principales sectores del público. Si bien es cierto que podemos hablar ya de algunos programas consolidados y de una metodología de trabajo establecida, lo más interesante de este periodo son las líneas de actuación que se han abierto y las conclusiones que hemos sacado de estos primeros pasos, que son las que van a guiar nuestras actuaciones y objetivos de cara a los próximos años.

Se publica además este artículo en un momento de crecimiento espectacular de las cifras de visitantes. En este último año, se ha pasado de una media de 5.600 visitantes mensuales a los más de 10.000 de los primeros meses de 2007. La respuesta a la oferta de actividades está siendo abrumadora: se está cubriendo el 100% de las plazas ofertadas para los cursos de adultos, todas las actividades escolares hasta junio de 2007 estaban completas ya al mes de comenzar el plazo de inscripción, crecen las listas de espera para participar en los talleres de familias y se ha superado el record de asistencia a la pieza del mes, con las 103 personas que asistieron a la charla del 28 de enero.

Son sólo algunos ejemplos; pero lo que está claro es que se están recogiendo ahora los frutos del trabajo de esos tres



años. Se pone de relieve que la relación del Museo con el público es algo lento y progresivo, que requiere una planificación del trabajo a largo plazo, puesto que la respuesta no es inmediata.

Precisamente por ello éste es el momento de reflexionar sobre las razones de este crecimiento, sobre qué es lo que estamos ofreciendo y sobre dónde queremos estar dentro de otros tres años, puesto que ese resultado depende de lo que hagamos ahora.

Figura 1. Zona de inicio de la visita a la Exposición.



Figura 12. Organigrama hacia el que tiende el Departamento de Difusión. Museo del Traje.

### El Departamento de Difusión: estructura y organización

En el caso del Museo del Traje, el Departamento de Difusión se encarga de todos los aspectos que tienen que ver con la relación del Museo con el exterior, situación que no siempre es igual en todos los museos. Es decir, de él dependen la atención a visitantes y usuarios, las actividades para todos los tipos de público, las publicaciones, la organización de exposiciones temporales, la elaboración de los elementos informativos de la Exposición permanente, las publicaciones, la relación con los medios de comunicación, la coordinación de eventos externos y, por supuesto, la evaluación de todo ello. Estas funciones en realidad pueden agruparse en 4 áreas: Actividades, Exposiciones, Publicaciones y Comunicación.

Desde el punto de vista de la gestión, el agrupamiento de todas estas funciones en

el mismo Departamento ha permitido optimizar recursos, tener una comunicación interna fluida y, en definitiva, lograr una mayor coherencia en la imagen y discurso de la Institución.

El hecho de que las decisiones dependan de una misma unidad permite una rápida respuesta a las circunstancias: por ejemplo, realizar o potenciar una determinada actividad con los medios de comunicación cuando esté falta de inscripciones, y facilitar la coordinación entre las distintas actividades (exposiciones y cursos o exposiciones y talleres).

Por último, esta diversidad de funciones nos ha permitido integrar diversos perfiles profesionales, principalmente a partir de convenios de prácticas con distintas universidades. Así, educadores, especialistas en gestión cultural, diseñadores gráficos o periodistas han encontrado un lugar donde aplicar sus conocimientos y, al mismo tiempo, sus aportaciones y diferentes puntos de vista han sido de gran interés en la configuración y desarrollo del Departamento.

Figura 3. Actividades en los distintos espacios del Museo.



### Recursos e infraestructuras

Al tratarse de un museo joven y con un claro interés por la educación desde su creación, cuenta con una serie de recursos e infraestructuras que permiten la realización de ciertas actividades que de otro modo no serían posibles. Contar con estos espacios favorece indirectamente una relación con el público más dinámica, con una oferta más variada.

El principal recurso es sin duda el propio montaje del Museo, del que se habla con detalle en otros artículos de este mismo número. Además de la función que desempeñan los elementos audiovisuales e interactivos en el recorrido que realiza el público, cuando visita el Museo de

forma independiente, dichos elementos también se integran de manera regular en el guión de visitas, talleres y otras actividades en sala, facilitando enormemente la labor del educador y la transmisión de ideas o explicaciones. Algunos módulos, como "Todas las fibras" o la pasarela final del recorrido, se adaptan particularmente bien al trabajo con grupos, mientras que otros, como el apartado "Con estilo propio", en el que los visitantes pueden probarse un verdugado y unos chapines, son más apropiados para el visitante individual.

Por otro lado tenemos los espacios para la realización de actividades. El Museo cuenta con dos salas de talleres diseñadas específicamente para este fin y, por lo tanto, con todo el equipamiento necesario (iluminación natural, toma de agua, posibilidad de almacenar material, etc.); un salón de actos para 190 personas que permite proyectar todo tipo de formatos y grabar las actividades; y unos exteriores con un enorme jardín que proporciona zonas verdes, un patio y una versátil escalera de entrada.

Indudablemente, esto permite poner en marcha ciertas iniciativas o líneas de actividades que de otra forma no serían posibles; por ejemplo, los montajes de cierta complejidad de teatro en Navidad, los conciertos al aire libre de la "Noche de los museos", desfiles etc. Ahora bien, es también importante conocer las posibilidades y limitaciones de cada uno de ellos. Al igual que ocurre con el uso de las nuevas tecnologías, no siempre es mejor lo más espectacular sino lo que mejor se adecúa a las necesidades específicas. Así, un salón de actos que es excepcional para presentaciones formales o conferencias resulta inapropiado cuando lo que se desea es fomentar el diálogo, por ejemplo con el público infantil o con cursos de carácter más práctico, para lo cual es mejor buscar otros espacios como los talleres, que permiten crear un clima más cálido y que invitan a la interacción.

## Actividades según los distintos tipos de público

Ya desde su primer año el Museo ha ofrecido una amplia variedad de actividades como cursos, conferencias, encuentros con diseñadores o talleres para familias, entre otros. Los dos años sucesivos han servido para hacer que éstas llegaran al



Figura 4. Grupo de escolares en el Área Didáctica.

público, conectar con él, analizar su perfil e intereses y, en base a esos datos, terminar de definir sus objetivos y metodología.

Gracias a esa labor se ha conseguido, en primer lugar y desde el punto de vista cuantitativo, aumentar enormemente la demanda para participar en todas las actividades, que en algunos casos, como los cursos, ha llegado a ser hasta 7 veces mayor en tan sólo dos años. Además, se ha logrado un alto nivel de fidelización del público, que en su mayoría participa regularmente en las propuestas del Museo.

Por otro lado, se ha ampliado particularmente el trabajo que se realizaba con el público escolar y se ha empezado a trabajar con otros sectores como la tercera edad o el público joven.

La oferta de actividades del Museo del Traje es muy amplia y no es objeto de este artículo hacer una lista y descripción de todas ellas, puesto que esa información se puede consultar en otros lugares como la web, boletines de actividades, etc. Sí, en cambio, vamos a hablar de las líneas principales, así como de los objetivos y criterios que están detrás de cada una de ellas.

## Actividades para el público adulto

A pesar de que nadie discute que el aprendizaje durante toda la vida debiera ser fomentado por los museos (de hecho así lo manifestó ya la UNESCO en su Asamblea General de 1976), las actividades para el público adulto, en muchas ocasiones, no se han considerado como parte de la labor educativa de un museo, y conceptos



Figura 5. Curso "Elaboración de soportes expositivos para indumentaria".



Figura 6. Jornadas sobre propiedad intelectual. Museo del Traje.



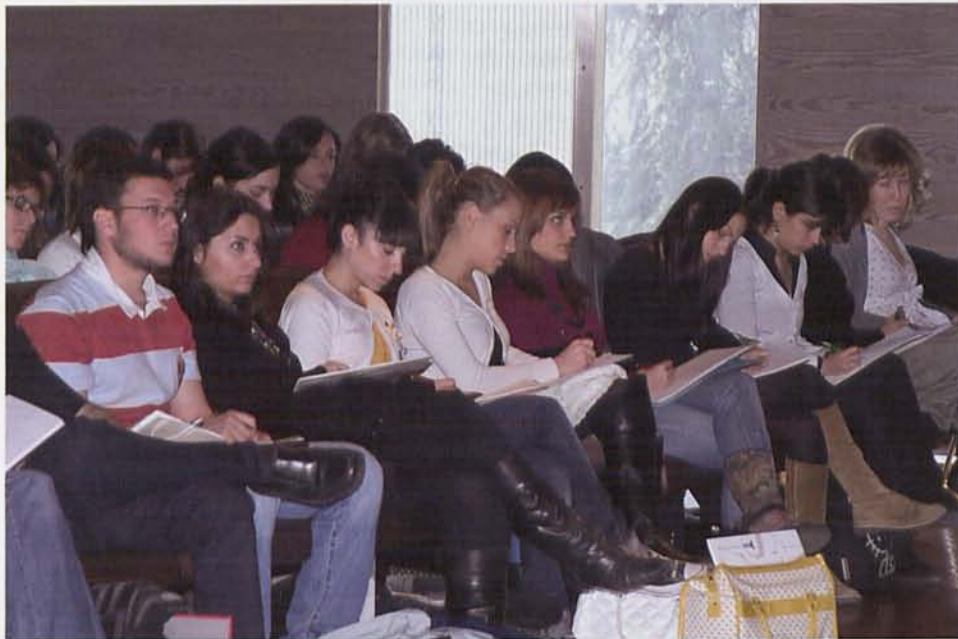


Figura 7. Curso "Moda y Comunicación" en el salón de actos.



Figura 8. Encuentro con la diseñadora Agatha Ruiz de la Prada.

como el de aprendizaje informal, o aprendizaje a partir de la experimentación, etc. no se aplicaban a este colectivo, que sin embargo tiene unas necesidades que han de ser evaluadas y abordadas con los mismos criterios y métodos que se emplean para otros sectores como el público escolar.

Al igual que la mayoría de los museos, el Museo del Traje ofrece visitas guiadas dirigidas al público adulto. Se trata de uno de los recursos educativos más tradicionales dentro de los museos (a menudo, el único que se ofrecía) y en principio puede parecer que uno de los menos llamativos. Sin embargo, creemos que nada más lejos de la realidad, puesto que se trata de un recurso que puede ser muy eficaz siempre y cuando entendamos la labor del guía como la de un "facilitador" del descubrimiento y del diálogo entre los objetos y los visitantes, y no como un mero reproductor de información. En este sentido, es importante cuidar la formación de los guías, de modo que tengan dominio sobre la materia y recursos suficientes para poder adaptarse a cada tipo de grupo, con el fin de responder a sus demandas de información, y conocer las estrategias comunicativas a emplear en cada caso. El hecho de tener personal de plantilla específico para desarrollar esta labor facilita sin duda este objetivo. Por otro lado, contar siempre con las mismas personas hace que algunos visitantes, contentos con el resultado, se animen a volver, puesto que tienen una garantía de la calidad que tendrá la visita. Fundamentalmente los grupos de adultos valoran muy positivamente conocer a la persona que va a acompañarles en su visita al Museo, y establecer una relación más cercana con él.

El Museo ofrece tres tipos de visitas: una general a la Exposición, otras monográficas, centradas en unas salas concretas (es el caso de la visita sobre el traje regional o la centrada en el diseñador Mariano Fortuny), y aquellas que abordan la colección transversalmente, como la visita "Tejiendo palabras", que explora la indumentaria a través de la Literatura. Esta oferta permite que la visita se ajuste a los intereses diversos de los visitantes, pero sobre todo ayuda a fidelizar al público: potencia que vuelvan a visitar la Exposición permanente, al poder acercarse a ella desde otro punto de vista, y lucha contra el frecuente comentario de "ese museo ya lo he visto".

Otra de las actividades clásicas en los museos es la de la "Pieza del mes", en este caso "Modelo del mes". Si bien está pendiente la realización de una evaluación más exhaustiva, nos podemos aventurar a decir que es uno de los programas, junto con los talleres infantiles, en el que se da un mayor índice de fidelización de los asistentes, que, gracias a esta propuesta, acuden todos los meses al Museo.

Los cursos y ciclos de conferencias son otra de las líneas de actividades que permanentemente ofrece el Museo. Tratan de reflejar la multiplicidad de aspectos que están presentes en la indumentaria y abordan el tema desde diferentes puntos de vista y disciplinas, algunas ya presentes en el montaje del Museo y otras nuevas que amplían y complementan el discurso de la Exposición permanente. La Antropología en el curso *Construcción cultural del cuerpo*, la Historia del Arte en *Arte y Moda en el siglo XX* o las Ciencias de la Información en *Moda y comunicación: canales, públicos y lenguajes* son sólo algunos de los ejemplos más recientes. Existen dos tipos de cursos: uno, dirigido al público general y con un mayor número de plazas, y otro, más restringido, de especialización, de tipo más práctico y dirigido a profesionales y especialistas (es el caso del curso *Estudio y documentación de tejidos* que va ya por su tercera edición).

El ciclo de conferencias *Grandes nombres de la Alta Costura* ofrece en cambio la visión más clásica, desde el mundo de la historia de la moda propiamente dicho. Son charlas monográficas sobre la trayectoria de diseñadores cuyos nombres y trabajo son enormemente conocidos, pero de cuya carrera no es tan frecuente contar con visiones globales y retrospectivas.

Por último, los "Encuentros con diseñadores" es la actividad que nos acerca a la parte más actual de la moda y que conecta de forma más directa con sectores como los estudiantes de diseño, que son los que de una forma más activa participan en esta propuesta. Frente a otras actividades como los cursos y conferencias, en los que la comunicación es más unidireccional, los encuentros suponen una oportunidad de establecer un diálogo entre el diseñador, los participantes en la mesa y el público, lo que permite conocer los intereses e inquietudes de los participantes.



Figura 10. Taller para familias "una T en tu traje".

### Actividades para el público infantil y familiar

En este apartado se engloban los programas "Fin de semana en familia", "Verano en el Museo" y "Teatro en Navidad".

Como es lógico, es en las actividades dirigidas al público infantil y familiar en las que el componente lúdico tiene un papel más importante. Su objetivo fundamental es ofrecer una alternativa de ocio y diversión a toda la unidad familiar y en ellas, por lo tanto, los objetivos actitudinales (apren-



Figura 11. Sesión de *Cuentos con mucha tela* (Educación infantil).

der a valorar el patrimonio, escuchar las opiniones de los demás, trabajar en equipo, etc.) tienen un peso mayor.

Ahora bien, el fin es ofrecer ocio cultural y de calidad a partir de los recursos que tiene el Museo y de sus propios objetivos, que están íntimamente relacionados con su colección. A menudo se habla de talleres en los museos, y si bien es cierto que la parte práctica es muy importante y que la experimentación es un recurso tremendamente eficaz en el aprendizaje, creemos que en estas actividades el trabajo en sala y el contacto con los objetos es fundamental, y no debe ser descuidado.

En los últimos años este tipo de actividades está teniendo una altísima demanda, con la aparición incluso de revistas y páginas web especializadas en recopilar semanal o mensualmente la oferta existente.

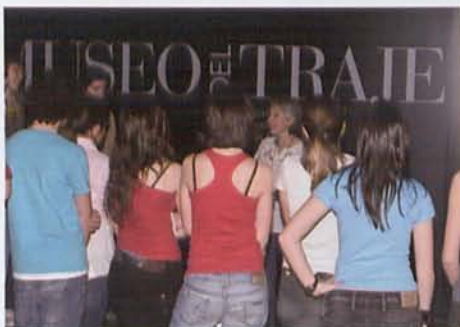
Nos gustaría diferenciar las actividades infantiles, dirigidas a los niños (independientemente de que vayan acompañados de sus padres o no), de las familiares propiamente dichas, en las que el adulto no tiene un papel de mero acompañante, sino que su implicación y participación es fundamental para el desarrollo de la actividad. Esto es importante porque, desde el punto de vista del diseño de la actividad, integrar intereses de niños y adultos, que ambos aprendan y se involucren, y lograr una verdadera interacción entre ellos supone un reto que no siempre es fácil conseguir.

Para ello, se puede, por ejemplo, diseñar un guión en el que todos tengan algo que decir. Un buen ejemplo es la actividad que, en 2005, se realizó en torno a la exposición *Mariquita Pérez*, en la que los comentarios y recuerdos de los adultos eran contrastados con la visión actual que los niños tenían de los muñecos y del juego. En otras ocasiones la colaboración se puede centrar en la parte de taller, jugando con los distintos niveles de dificultad de la actividad práctica.

La evaluación ha demostrado que ambos, adultos y niños, valoran mucho este aspecto, y de hecho con frecuencia nos encontramos con comentarios como "Es muy gratificante jugar padres e hijos al mismo nivel" o "Les diría a mis amigos que vengan porque te lo pasas bien y participan los padres". Quizás porque, al fin y al cabo, el hecho de pasar tiempo juntos está en la raíz de su motivación para acudir al Museo.

Por último, estas actividades son muy importantes en la formación de los visitantes del futuro. Uno de los grandes problemas que han tenido los museos a la hora de atraer al público ha sido la imagen que la institución proyectaba hacia el exterior y las expectativas que ésta generaba en los visitantes, que a menudo se sentían intimidados. Si el primer contacto con los museos que tiene un niño está relacionado con su tiempo de ocio, y dentro de un contex-

Figura 12. Sesión de *Al hilo de la Historia* (Educación Secundaria).



to familiar, es más probable que en el futuro incorpore las visitas a los museos dentro de sus hábitos de diversión. Además, su relación con ellos será mucho más espontánea y fluida, puesto que ese fue el carácter de sus primeras experiencias.

### Actividades para el público escolar

El público escolar es uno de los tipos de público más habitual en los museos y que, sin embargo, más ha costado atraer en el caso concreto del Museo del Traje. Desde la apertura del Museo se ofrecía un material didáctico para la comunidad escolar, para que los profesores pudieran preparar y realizar la visita de forma autónoma. En cambio, la asistencia de centros no fue todo lo alta que se podía esperar, y menos si se comparaba con la situación en otras instituciones museísticas.

Por ello, durante 2006 se hizo un análisis de lo realizado hasta el momento y, en base a ello, se renovó completamente la oferta de materiales y actividades y se creó "VISTT", un proyecto global en el que enmarcar todas las actividades escolares. Este programa intentaba superar algunos de los obstáculos principales.

El primero de ellos era el del propio contenido del Museo. Si bien la indumentaria es una excepcional fuente de información sobre el contexto social, económico, político, cultural etc., la Historia de la Indumentaria, a diferencia de otras disciplinas como las Ciencias Naturales, la Historia o el Arte, no se encuentra recogida como tal en el currículo escolar y resulta novedosa para los docentes. Así, fue necesario elaborar unos materiales informativos en los que se explicara y se hicieran explícitas las relaciones entre el discurso del Museo y los distintos objetivos curriculares.

En segundo lugar, se multiplicó la oferta y se diseñaron actividades específicas para cada uno de los niveles educativos, desde Infantil a Bachillerato, no sólo con contenidos propios sino también con una metodología y objetivos adaptados a cada etapa. Así, el objetivo fundamental de "Cuentos con mucha tela" (Educación Infantil) es el de potenciar la capacidad de observación de los objetos y la elaboración de conclusiones a partir de la información visual obtenida. Para ello, a partir de un recurso conocido por los niños como es el cuento, se utiliza el reconocimiento de personajes como excusa para identificar los distintos elementos de la indumentaria.

En "Entretejidos" (Primaria), en cambio, la atención se centra en la comprensión de los procesos de creación relacionados con la indumentaria: bien sean los procedimientos mecánicos en la elaboración de los tejidos ("Como una Araña"), bien el proceso creativo en el diseño de las prendas ("Mi traje.es").

Por último, en "Puntadas con hilo" (Secundaria y Bachillerato), teniendo en cuenta las características del público adolescente, se intenta conectar especialmente con la realidad actual de los alumnos y detectar aquellos fenómenos sociales e históricos que tienen una repercusión directa en la vestimenta, tanto en el pasado como en el presente. Por ejemplo, el traje como reflejo del poder o el traje como muestra de una ideología determinada.

Metodológicamente, se tienen como referencia los supuestos constructivistas en relación con el aprendizaje; es decir, la adquisición de conocimientos no se entiende como una acumulación sumativa de datos, sino que se pretende que la incorporación de nueva información se haga integrándose con el conocimiento ya existente.

Otro de los cambios fue la posibilidad de elegir entre un material didáctico con el que realizar la visita por su cuenta y una visita a cargo de un monitor del Museo. Si bien creemos que es altamente recomendable que sean los profesores los que preparen los contenidos y realicen la visita, integrándola en la dinámica de sus clases, la experiencia nos ha demostrado que son pocos los que tienen tiempo, motivación o recursos para hacerlo y que, en la mayoría de los casos, prefieren contar con la ayuda de un educador externo en el Museo y concentrarse, en tal caso, en las sesiones de preparación de la visita que se realizan previamente en el aula.

Por último, se realizaron unos encuentros con profesores en el mes de junio para presentar el proyecto de programación escolar, y fueron sus comentarios y sugerencias los que terminaron de definir la programación. Existe una tendencia a entender la relación entre museo y docentes como un diálogo unidireccional; es decir, las propuestas se producen siempre desde el museo hacia los profesores y se plantean como algo cerrado e inamovible. Sin embargo, todos los visitantes, y más aún los profesores, deberían encontrar en el museo una respuesta a sus necesidades,



Figura 13. Álvaro Terradillos, SK82 (ganador del primer premio del concurso de fotografía "¿Cómo T vistes, cómo T ves?" 2007).



Figura 14. Grupo de mayores en el taller "Bordado, brocado estampado".

que sus opiniones fueran escuchadas y que repercutieran en la oferta del museo. Por ello creemos que el papel de los profesores no debe ser únicamente el de usuarios de unos determinados programas sino el de colaboradores que participan en el diseño de los mismos.

Este proyecto ha permitido estrechar relaciones con la comunidad escolar, y los resultados han sido muy favorables, no sólo cuantitativamente (en el curso 2006-2007 se llegará a unos 10.000 escolares), sino también cualitativamente, ya que el potencial multidisciplinar de este Museo, que siempre ha estado presente, tanto en el montaje museográfico como en los variados enfoques de las actividades para adultos, queda de nuevo patente en estos programas que han sido capaces de conectar con una gran variedad de disciplinas, edades y objetivos.

### Otros tipos de público

Existen otros dos colectivos a los que se ha empezado a dirigir algunas actividades de forma puntual, pero para los cuales no existe de momento una oferta estable; es decir, a lo largo de todo el año.

El primer grupo estaría formado por los jóvenes de edades comprendidas entre 13 y 18 años. Fuera del ámbito escolar, hasta el momento sólo se ha realizado el concurso de fotografía "¿Cómo T vistes, cómo T ves?. Modos y modas de vestir entre los jóvenes". Es una actividad que nos permite conectar con el aspecto más vivo de la indumentaria y las tendencias de la calle, así como explorar el imaginario visual de los chicos de esta edad. Si bien ha supuesto un primer contacto, los resultados han sido excelentes (84 participantes en la primera edición y 111 en la segunda) y la idea es retomar dicho contacto para empezar a trabajar con este colectivo de forma más estable.

El segundo grupo sería el de los visitantes con necesidades especiales. La expresión "necesidades especiales", así como la de accesibilidad, se asocia habitualmente a personas confinadas a una silla de ruedas. Sin embargo, las discapacidades pueden ser de naturaleza muy distinta, y ocasionar barreras tanto mentales como físicas, barreras que no tienen por qué ir unidas. Así, una persona con una discapacidad visual necesita que se le proporcione la información en un formato especial, pero eso no tiene por qué ir en detrimento



Figura 15. Desfile organizado por la Embajada de Indonesia.



Figura 16. Exposición de la donación de Hubert de Givenchy en el vestíbulo.

to de la complejidad y el nivel intelectual de la información. Es evidente que las barreras físicas no influyen en la inquietud intelectual de esas personas, y sin embargo esto es algo que se olvida con frecuencia. Además, aproximadamente una de cada diez personas de la población mundial presenta alguna forma de discapacidad física o sensorial. Y es que, aunque el número de discapacitados de nacimiento va disminuyendo, está aumentando el de las personas mayores con discapacidades (perdida de vista, oído, movilidad...) fruto de la prolongación de la vida. Por todo ello, nos parece más adecuado, al hablar de accesibilidad, hacerlo de las distintas necesidades y dificultades que tienen los diferentes tipos de visitantes y aplicar las estrategias necesarias para hacer llegar la información a todos.

Con esta filosofía, en el año 2005 se comenzó a trabajar con el colectivo de personas mayores. Se trata de un colectivo con tiempo libre y con grandes inquietudes intelectuales y culturales, pero que a menudo no encuentran actividades adaptadas a sus necesidades. Necesidades que a veces son tan simples como: un horario adecuado a sus hábitos, zonas de descanso previstas durante el recorrido en sala, un material que tenga en cuenta las posibles dificultades de visión o auditivas tan frecuentes en las personas mayores, contar con monitores cualificados para trabajar con estos colectivos y utilizar las vías de difusión adecuadas (que no siempre coinciden



Figura 17. Instalación de la artista Carol Simard-Laflamme en la exposición *Habit-Habitat-Habitatus*. 2006-2007.

con las de otros programas) para que la información de la existencia de la actividad llegue a los destinatarios (mailing directo a residencias y centros de día, revistas de ocio para mayores, etc.).

En cuanto a otros visitantes con alguna discapacidad, el Museo pone a disposición de los grupos que deseen visitarlo su personal y su asesoramiento. De hecho, hay ya creada una relación con algunos centros que lo visitan con regularidad y participan en las actividades familiares y escolares. Antes de cada una de estas visitas se reali-



Figura 19. Montaje de la exposición *Modachrome*.



Figura 20. Cartel del Modelo del mes.

zan sesiones de trabajo de los educadores del Museo con los de dichos centros, con el fin de estudiar la mejor adaptación de los programas en cada caso. No obstante, sigue siendo algo puntual, ya que no existe una oferta amplia y específica para este tipo de grupos. En un futuro próximo está prevista la apertura del Área tifológica, de la cual se habla en otro artículo de esta misma revista, y probablemente ese sea el momento de poner en marcha una programación de accesibilidad más ambiciosa.

### Actividades Extraordinarias

A esta oferta de actividades descrita, que podríamos considerar estable, tenemos que sumar una infinidad de Actividades Extraordinarias, dentro de las cuales se englobarían las convocatorias del Día Internacional y de la Noche de los museos, la entrega del Premio de Investigación Cultural Marqués de Lozoya y del Certamen de Fotografía sobre Cultura Popular, o el Día del donante, en el que el Museo rinde homenaje a todas las personas que generosamente han colaborado con la Institución donando alguna pieza, así como otros muchos actos de muy diversa índole (desfiles de moda, teatro, conciertos, jornadas...) que se celebran a lo largo del año y que contribuyen a animar la vida del Museo.

Es quizás a través de estas actividades como se ve mejor la apertura del Museo del Traje a las demandas e intereses de la sociedad. En algunas de ellas la iniciativa parte del propio Museo, mientras que otras son propuestas externas (la entrega de la Aguja de Oro o la presentación de los desfiles de fin de curso de los estudiantes de las escuelas de diseño). De este modo, el Museo se convierte en punto de encuentro de los acontecimientos que suceden en torno al mundo de la moda, de la investigación de indumentaria, etc. Refuerzan la idea de un museo en el que no solamente se guardan objetos sino en el que "ocurren cosas".

### Exposiciones

Hasta noviembre de 2006, con la apertura de la sala de exposiciones temporales de la planta baja, los espacios expositivos disponibles eran tres, pero de reducidas dimensiones: la galería en torno al patio interior del edificio, el vestíbulo de entra-

da y un pequeño espacio al final del recorrido de la Exposición permanente.

Hasta el momento se han realizado 17 exposiciones en esos espacios. A pesar de tratarse de muestras de muy diversa índole, se pueden distinguir varias líneas en la política de exposiciones.

En primer lugar estarían las exposiciones de indumentaria propiamente dicha. En estos espacios, y debido a las necesidades de conservación, se han expuesto únicamente creaciones contemporáneas: *25 años de la Aguja de Oro*, *Batas por sonrisas*, o las sucesivas donaciones que ha realizado al Museo el diseñador Hubert de Givenchy son algunos ejemplos. En general, se trata de exposiciones asociadas a un acontecimiento concreto y puntual.

Otros aspectos que han sido representados en las exposiciones temporales ha sido los complementos: bolsos, joyería o, en la reciente *Suave...* 2, todo tipo de complementos textiles. Si bien estos objetos tienen también una pequeña presencia en el montaje de la Exposición Permanente, es a través de las exposiciones temporales como se puede profundizar en aspectos como el diseño, y darles su valor en sí mismos.

La fotografía es otro de los elementos habituales en la programación de exposiciones. Tanto la fotografía sobre el vestido (*Mujeres modelo, mujeres de moda, Calzarte...*), como las del "Certamen de fotografía sobre cultura popular", que está relacionado con la vertiente antropológica del Museo (recordemos que es también Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico). La fotografía es un instrumento fundamental en la investigación de la indumentaria de épocas pasadas, pero también desempeña un papel clave en la difusión de la moda y las tendencias actuales, y, en su vertiente más artística, la mirada del fotógrafo enriquece y nos abre nuevas perspectivas cuando se posa sobre un objeto tan cotidiano como es el vestido, al que carga de otros muchos significados. En este sentido las posibilidades son infinitas y así se seguirán mostrando en sucesivas exposiciones.

También tienen cabida en estos espacios las visiones que, desde el arte contemporáneo, se tienen del traje. Así, se realizan exposiciones de artistas que bien tienen el tejido como materia prima para sus creaciones o bien hacen del vestido y la indumentaria el concepto central de su obra. Ese ha sido el caso de Carole Simard,

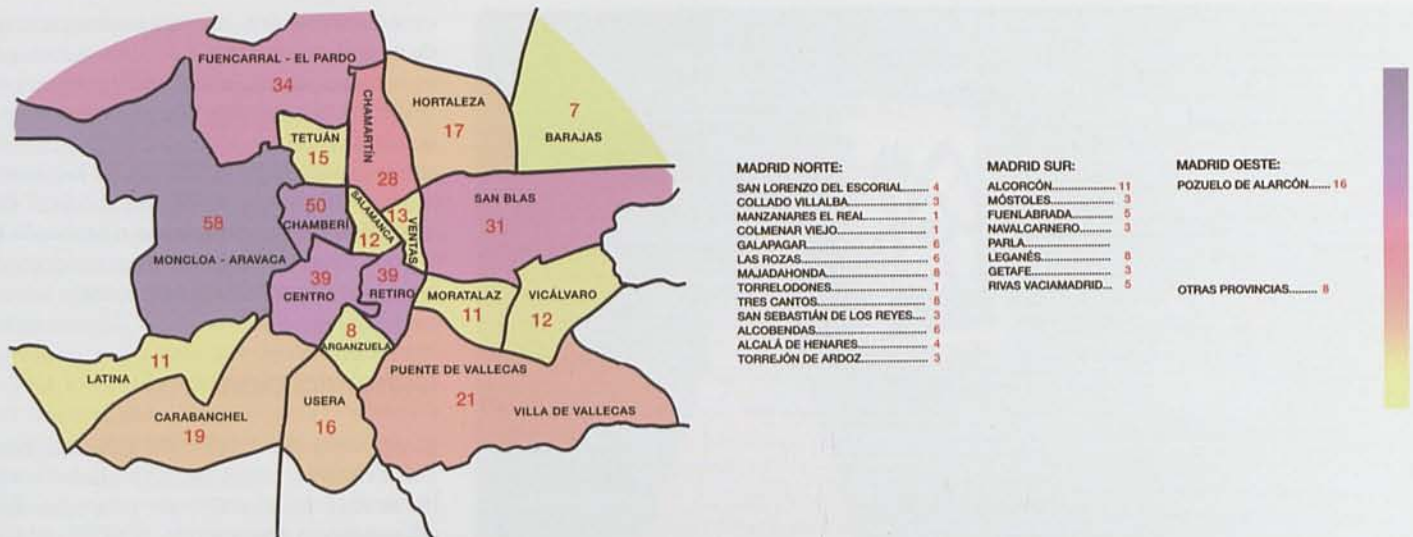


Figura 21. Mapa con la distribución geográfica de las Familias que acuden a los talleres de fin de semana.

artista canadiense que empleaba en sus obras las técnicas textiles tradicionales de su país natal; o de las originales novias de Concha Mayordomo (a partir de octubre de 2007), artista que deshace y transforma los trajes de novia para darles un nuevo significado sobre la superficie del lienzo.

Por último están las exposiciones de juguetes que se realizan anualmente coincidiendo con la Navidad (*Barbie Fashion Icon*; *Mariquita Pérez, qué elegante eres*; o *¡A toda velocidad!, juguetes de bojالاتa*). Son una oportunidad de dar a conocer parte de la colección de Etnografía que tiene la Institución y que no se muestra al público habitualmente. Al mismo tiempo son unas exposiciones que conectan muy bien con los intereses y el tiempo de ocio que en esas fechas tiene el público familiar.

Como decíamos al principio, la apertura de la sala de exposiciones temporales ha abierto la puerta a la posibilidad de realizar exposiciones de mayor envergadura, y a la posibilidad de exponer también indumentaria histórica. Hasta el momento, se han organizado dos exposiciones, ambas por la Subdirección de Promoción de las Bellas Artes, del Ministerio de Cultura: *Genio y Figura. La cultura española en la moda internacional* y *Modacrome. El color en la historia de la moda*. Son dos exposiciones temáticas que analizan un fenómeno de forma transversal en la historia, aunque también están previstas exposiciones monográficas sobre diseñadores como Mariano Fortuny o Elio Berhanyer.

## Publicaciones

Entre las publicaciones del Museo tenemos que distinguir aquellas cuyo fin es difundir contenidos (catálogos, monografías etc.) y las que sirven para informar sobre las actividades del Centro (folletos e invitaciones entre otras). De estas segundas nos ocuparemos en el apartado de comunicación.

En lo que se refiere a la información sobre la Exposición Permanente, el visitante puede elegir entre diferentes niveles de información. El más básico sería aquel que le ofrecen las hojas de sala, que se entregan de forma gratuita durante la visita, y que se ciñen exclusivamente a la identificación y cronología de las piezas. También se cuenta con la *Guía abreviada*, que en un reducido y cómodo formato, y un lenguaje accesible y de fácil comprensión, hace un recorrido por los contenidos principales de cada sala. Por último, la *Guía del Museo*, en la que diversos especialistas aportan una visión panorámica de cada uno de los periodos representados en la Exposición permanente.

Hay que indicar que la rotación de colecciones obliga, en el caso del Museo del Traje, a actualizar constantemente todas estas publicaciones, de modo que el visitante pueda establecer los vínculos necesarios entre lo que ve en las salas y lo que está leyendo.

Todas ellas, no obstante, están incluidas en lo que podríamos llamar divulgación; es decir, están destinadas a un público no

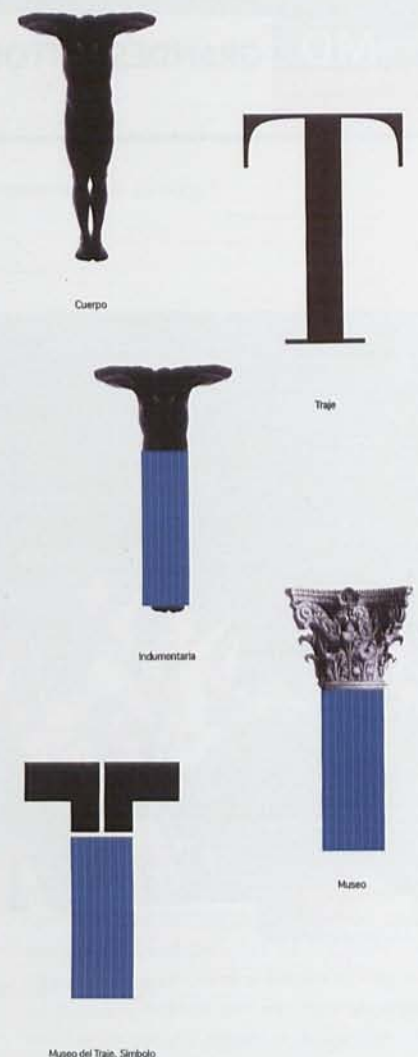


Figura 22. Origen del logotipo del Museo del Traje creado por Manuel Estrada.





Figura 23. Retransmisión de *Madrid Directo* desde la exposición *Genio y Figura*.



Figura 24. Periodistas durante un desfile de Elio Berhanyer en el Museo.

especializado. Los textos e investigaciones de carácter más científico tienen su lugar, en cambio, en esta revista que acaba de ver la luz, en las actas de algunos cursos (que se publicarán en formato digital), en los catálogos de exposiciones y en las monografías, como las galardonadas con el Premio de investigación cultural Marqués de Lozoya, que corresponden a tesis doctorales y que se publican anualmente.

## Comunicación

El objetivo del Museo de difundir unos contenidos y todas las actividades a ello dedicadas fracasarían sin una adecuada difusión y, en este sentido, la labor del área de comunicación es fundamental.

A menudo se emplean muchos más recursos y esfuerzos en programar exposiciones y actividades atractivas que en desarrollar las estrategias para hacer llegar la información de dicha actividad a los colectivos potencialmente interesados.

Las diferentes encuestas realizadas demuestran una y otra vez que, ante la pregunta ¿cómo se enteró de la actividad? son tres las vías fundamentales (y en este orden): "me lo dijo un amigo", "me llegó la información por correo", y "por la página web". Por tanto, son tres aspectos que, si somos consecuentes deberíamos cuidar especialmente.

El primero de ellos, "me lo dijo un amigo", vuelve a incidir en la idea ya mencionada más adelante de que el crecimiento en términos de público es lento. El boca a boca es una vía muy segura de difusión, puesto que cuenta con la predisposición favorable que genera el que alguien conocido nos hable bien de algo; segura, pero a la fuerza lenta. Esto nos demuestra que, para atraer más público, es importante innovar, pero tanto o más importante que innovar es mantener; es decir, ser constantes en nuestra programación, de forma que, si alguien llama interesado por una actividad que le han contado que merece la pena, encuentre, si no la misma, sí una alternativa similar. La importancia de que el público conozca una actividad, a qué hora se realiza, y que sepa que puede contar con ella es lo que garantiza el éxito de la misma. Eso hace que, a la hora de lanzar un nuevo programa, tengamos claro el compromiso que eso supone, y que haya que pensar muy bien los detalles de organización para no desorientar al público

con excesivos cambios. Otros dos aspectos a tener en cuenta, si se quiere cuidar esta vía de información, son la comunicación interna y la atención telefónica. Efectivamente, el siguiente paso que da la gente que se entera de una actividad por el boca a boca es llamar por teléfono para informarse (o acudir a la página web de la que hablaremos más adelante). Es fundamental que, cuando se reciba una llamada preguntando, siempre haya alguien para atenderla, sepa detectar de qué actividad se trata y darle la información que necesita o dirigirle inmediatamente a la persona que pueda ayudarle. Esto, que parece muy sencillo, no lo es tanto si, con una actividad tan extensa como la que tiene el Museo del Traje, no se cuida la comunicación interna. Son aspectos que los cuestionarios demuestran como de vital importancia y que, sin embargo, en muchas ocasiones, y por considerarse obvios, se descuidan.

El segundo, "me llegó la información por correo", nos lleva a la necesidad de disponer de una buena base de datos, con una adecuada clasificación que nos permita definir perfiles, que esté actualizada. En nuestro caso la gestión se hace a través del módulo de Directorio del sistema de documentación de museos DOMUS. Esto tiene la ventaja de que es posible cruzar información con otros departamentos. Por ejemplo, que todas aquellas personas que figuren como donantes de alguna pieza, automáticamente comiencen a recibir información e invitaciones a los distintos actos. Esto mejora claramente la imagen de eficiencia de la Institución. Además, la propia base de datos nos puede servir para obtener información muy interesante sobre nuestros visitantes: por ejemplo, en relación a la fidelización, saber cuántos de los Amigos del Museo eran anteriormente donantes, o, como se ve en la gráfica adjunta, con una simple consulta por códigos postales, conocer la procedencia de las familias que acuden a los talleres de fin de semana.

Ahora bien, sería inútil tener una base de datos actualizada si no nos dirigiéramos al público con cierta regularidad. Así, cuatro veces al año, se envía un boletín con la programación completa y detallada a prácticamente todas las direcciones (6.000 en la actualidad). Aparte se hacen envíos con información de actividades concretas, por ejemplo, los "Encuentros con diseñadores", ya a un número menor, de un públi-

co más específico, interesado particularmente por esa actividad.

Este punto también enlaza con otra cuestión, la de la imagen corporativa. En el caso del Museo del Traje, contamos con unas directrices bastante claras y definidas, que son las establecidas por el diseñador Manuel Estrada en el momento de creación de la Institución. El cuidado de esta imagen en cada una de las publicaciones y elementos de difusión (colores y letras corporativos, diseño de la cartelería, etc.) refuerza la identidad gráfica del Museo y, a la larga, la hace reconocible para el público. Esto es más importante, si cabe, en un museo de reciente apertura como este.

El último de los aspectos es el de la página web. No nos vamos a extender puesto que existe otro artículo en esta revista específicamente dedicado a ella. Simplemente resaltar que, para que esta sea efectiva, es necesario que esté permanentemente actualizada. En este sentido, es fundamental que el gestor de contenidos se lleve directamente desde el departamento de difusión.

Es evidente que, para realizar un análisis más en profundidad de todas estas cuestiones, sería necesario un estudio de público propiamente dicho, con apoyo de especialistas externos, que nos permitiera abordar cuestiones más complejas y globales. Aun así, esto no quita para que no dejemos de utilizar los recursos sencillos que tenemos a nuestro alcance y que pueden darnos bastante información: por ejemplo, los mismos datos de taquillas, el directorio del que ya hemos hablado o las encuestas que se realizan al final de cada actividad. Es importante analizar y, lo más importante, escuchar los resultados y programar en base a ellos. De nada nos servirá hacer una evaluación si no estamos dispuestos a oír lo que nos digan los resultados y a cambiar lo que se demuestre que no funciona.

Una mención aparte merece la labor de prensa. En el caso de este Museo es particularmente amplia y compleja puesto que enlaza con distinto tipo de medios. A los diarios o especiales de cultura de los distintos periódicos, tendríamos que sumar toda la prensa especializada en moda, que también puede cubrir los contenidos del Museo, pero cuyos intereses y política de funcionamiento es particular de ese sector.

El objetivo último del trabajo con la prensa es convertir al público potencial en



\* Me gustaría mencionar que lo explicado en este artículo es fruto de la colaboración de todas las personas que forman o han formado parte del equipo del Departamento de Difusión y hacer mención especialmente al trabajo de Ángela García Blanco y Rosario de Caso, que afrontaron el reto de empezar a construir desde cero. Todos ellos, con sus ideas, su entusiasmo y su capacidad de trabajo son los que construyen y definen la identidad del Departamento.

real y llegar a sectores de la sociedad que de otra forma no conocerían el Museo. Pero no sólo eso; también es importante cuidar y difundir la imagen pública del Museo, comunicar a la sociedad sus actividades y criterios. Digamos que sería su responsabilidad como institución pública. Puede haber alguien que no haya visitado el Museo pero que le interese, a través de los medios de comunicación, estar informado de cuál es su contenido.

El reto fundamental, y más si tenemos en cuenta que vivimos en una sociedad saturada de acontecimientos y de información, es convertir en noticia las actividades del Museo. Para ello, es importante establecer y mantener una relación fluida y constante con los periodistas. El poder de los medios de comunicación en la configuración de la imagen externa del Museo es fundamental, y por ello es importante que conozcan y comprendan los objetivos, la política y la idiosincrasia de la Institución, porque sólo así podrán reflejarla correctamente.

### Retos de futuro

En definitiva, el Museo del Traje es un museo joven, cuyo reto fundamental es aún darse a conocer, que la sociedad sepa de su existencia; no hay una imagen preconcebida de la Institución, y por lo tanto tiene aún la posibilidad de crearla. Sí, en cambio, hay una serie de expectativas acerca de qué puede ofrecer un museo del traje, qué se puede encontrar allí...; y sobre ellas hay que trabajar.

Es evidente, como se dice en el preámbulo de esta revista, que este Museo ha venido a cubrir un vacío, y eso se nota porque diariamente llegan a él propuestas de profesionales que ven en esta Institución el lugar que puede acogerlas: estudiantes de diseño, artistas contemporáneos que trabajan con el traje o la materia textil como base de su obra, estudiosos de historia de la indumentaria que dan a conocer sus investigaciones, abogados que estudian la propiedad intelectual aplicada al diseño, y un largo etcétera. Sería deseable que el Museo se convirtiera en un lugar de referencia para todos ellos. Se habla con frecuencia de museos y comunidad, y el Museo del Traje tiene un enorme potencial en este sentido. Su labor consistiría en saber transmitir y canalizar todas estas visiones polifacéticas de una misma materia a un público general que, quizás, nunca se había planteado el significado del traje y la indumentaria y que lo descubre a partir de estas exposiciones y actividades. Se trataría de colocar al Museo en el papel de mediador, de lugar de encuentro, y de espacio para el aprendizaje a partir de la interacción social.

La versatilidad de la disciplina de referencia (la Historia de la indumentaria y la moda) permite acoger una enorme variedad de actividades, entendiendo la difusión de forma amplia, sin perder nunca de vista, eso sí, que el centro de todo ello sería nuestra colección, la que nos hace existir como museo, y que detrás de todas las acciones debe subyacer la finalidad de transmitir la curiosidad, interés y aprecio hacia los objetos expuestos.

Exposición  
permanente  
del Museo del Traje:  
contenidos históricos



# Apuntes de moda desde la Prehistoria hasta época moderna

Amalia Descalzo Lorenzo

La historia de la indumentaria se nos ofrece como un libro abierto en el cual podemos descubrir los más variados aspectos de nuestro pasado histórico. Es difícil precisar en qué momento el ser humano decide cubrir su cuerpo. Sin embargo, desde la más remota antigüedad, las imágenes plasmadas en las diversas manifestaciones artísticas y los restos arqueológicos que han llegado hasta nosotros nos informan de que el vestido ha estado asociado al ser humano casi desde su aparición en el planeta. El acto de vestirse inmediatamente fue acompañado de la búsqueda de diferenciación, y en ella iría implícito el deseo de novedad y cambio que daría origen a ese fenómeno social que conocemos como moda.

La moda, hoy como ayer, dirige los más variados aspectos de nuestra vida; sin embargo, la acepción que aquí nos interesa es la referida al vestido. Covarrubias, en su *Tesoro de la Lengua Castellana o Española*, de 1611, no recoge el término "moda" pero sí el *Diccionario de Autoridades* de 1723, que lo define como "uso, modo ù costumbre. Tómase regularmente por el que es nuevamente introducido, y con especialidad en los trages y modos de vestir", en lo que se aprecia el especial hincapié en esa asociación con el vestido. No obstante, el término moda, tal y como hoy lo entendemos, es en el siglo XVII cuando comenzamos a encontrarlo en los documentos de la época. En España lo encontramos mencionado en una obra de 1662, de Agustín Moreto, *El lindo Don Diego*; y en Francia, en *La escuela de mujeres* de Moliere.

En cada momento de la historia y en cada época se ha resuelto de distinta

manera la necesidad humana de protegerse, identificarse y expresarse por medio del vestido. Por esta razón, el vestido, estrechamente ligado al ser humano y asociado al fenómeno de la moda, refleja los gustos estéticos y las tendencias del momento en el que se desarrolla, convirtiéndose así en uno de los signos más visibles de las transformaciones sociales, políticas, económicas y culturales. No en vano decía Balzac, en su *Tratado de la vida elegante*, que "el atavío es el más elocuente de todos los estilos (...) forma parte del propio hombre, es el texto de su existencia, su clave jeroglífica".

Hay dos maneras de vestirse. Una, la más simple y antigua, se resuelve con un trozo de tela cuya hechura no reproduce las formas naturales del cuerpo humano. Un trozo de tela de forma rectangular daría respuesta a esa tipología básica de vestidos envolventes que se ciñen al cuerpo mediante fíbulas o cinturones, tipología que ha sido denominada por algunos historiadores como vestidos drapeados, por los pliegues que hace la tela al ser ceñida con un cinturón al cuerpo. La segunda tipología responde a aquellos vestidos cuyas piezas han sido cortadas y unidas mediante costura para adaptarse a las formas naturales del cuerpo humano. Mientras que la primera no exige la presencia de una persona especializada para su confección, la segunda sí. Ambas fórmulas han dado solución a las necesidades de indumentaria de la humanidad hasta nuestros días.

Como comentábamos anteriormente, desde la Prehistoria tenemos referencias visuales y arqueológicas que nos informan



Figura 1. Dama oferente. Santuario del Cerro de los Santos (Albacete). Edad de Hierro II. Museo Arqueológico Nacional.



Figura 2. Figura femenina. Beocia (Grecia), 460-450 a.C. Museo Arqueológico Nacional.

de las diferentes indumentarias que ha ido adoptando el ser humano. La referencia clásica de la primera representación del traje en España son las pinturas rupestres de Cogull (Lérida), que muestran con claridad personajes vestidos con pieles. Sin embargo, habrá que esperar al primer milenio a. C., cuando, por influencia de las colonizaciones fenicia y griega, se desarrollan las culturas tartésicas e íbera, para encontrar representaciones detalladas de la indumentaria: túnicas y mantos drapeados, con flecos y cenefas de adorno, y abundante joyería. Las piezas de cerámica ibérica y las numerosas esculturas de damas oferentes que conservan nuestros museos reflejan también este atuendo, que en lo esencial debió de mantenerse, junto al uso de la toga latina.

La civilización romana, que admiró e imitó en muchos aspectos a la griega, no se limitó a copiarla, sino que la asimiló y la transformó. El vestido romano tenía como prenda básica la túnica, formada por dos piezas de tela cuadradas o rectangulares, cosidas, que dejan abiertos los espacios para sacar la cabeza y los brazos, y la cual se ceñía a la cintura con un cinturón. Una variedad de la túnica fue la llamada *lati-clavia*, decorada con ribetes o *clavus*. También encontramos una túnica con manga larga, hasta la muñeca, de origen oriental. Sobre estas túnicas se ponía un manto de hechura rectangular llamada *pallium*. A diferencia de los griegos los romanos llevaron prendas interiores. De forma similar a la túnica, la prenda interior confeccionada en lino recibió el nombre de *subucula*, y *licium*, una especie de taparrabos que se anudaba alrededor de la cintura. La prenda típicamente romana fue la toga, que, de hecho, solamente la podían utilizar aquellos que tenían la categoría de ciudadanos romanos. Consistía en una gran pieza de lana blanca cortada en forma semicircular. Su gran tamaño dificultaba su colocación, y había que ser muy hábil para ponérsela, o por el contrario contar con la ayuda de un sirviente.

La indumentaria femenina derivaba en parte de la griega, pues su prenda principal estaba inspirada en el quitón griego. El vestido principal recibía el nombre de *stola* y, dependiendo de la manera en que disponían los cierres y el cinturón para ajustar al cuerpo, se creaban diferentes tipologías. Ésta se vestía sobre la túnica íntima, pues también las romanas hicieron uso de prendas interiores, como una cinta que sujetaba el pecho y una prenda a

modo de bragas como nos lo indica el mosaico encontrado en Pompeya. Como prenda "de encima", el manto llamado *palla*, de gran tamaño y generalmente muy vistoso por los colores llamativos que se utilizaban.

Tras el Imperio Romano, en la Península Ibérica, y en general en lo que hoy conocemos como Europa, se mezclaron la supervivencia del mundo clásico, la influencia del imperio oriental, de Bizancio, y el vestido que en el siglo V trajeron los pueblos centro europeos que llamamos bárbaros. El pueblo que llega a la Península es el que conocemos como visigodo. De este momento histórico, que abarca cronológicamente del siglo VI a inicios del VIII, el único resto referente a su indumentaria que ha llegado hasta nosotros son las grandes hebillas y fibulas con las que ajustaron sus vestidos. No obstante, la documentación gráfica, aunque escasa, nos informa de que la túnica que veíamos en el mundo clásico sigue siendo el vestido básico de la sociedad visigoda; túnicas cortas y largas con decoración de *clavus* continúan en uso en estos siglos. San Isidoro nos habla en sus *Etimologías*, de una túnica llamada *armilauca*, cuyo rasgo más distintivo era estar abierta en la falda. Sobre estas túnicas se ponían los mantos, también heredados del mundo clásico como la *clamide* y el *pallium*. Ahora bien, lo más novedoso de este momento histórico, y que se conservará en los años posteriores, son las prendas para vestir las piernas. San Isidoro distingue entre las bragas, *femoralias* y *tubruco*s. La diferencia entre ellos viene dada por el largo. La *femoralia* fue un pantalón que cubría de la cintura hasta por debajo de las rodillas y el *tubruco*s, un pantalón que cubría de la cintura hasta los tobillos.

El vestido femenino se resuelve igualmente con túnicas decoradas con *clavus*, y como prendas "de encima", los mantos, de entre los que distinguiremos uno completamente cerrado, al modo de un poncho actual, más corto por delante, y que ya llevaron las mujeres bizantinas.

Estos vestidos sencillos que en la forma recuerdan al mundo clásico y en la decoración, al mundo oriental, son los que adoptaron los cristianos del norte de la Península. En el siglo VIII llegaron los árabes, pueblo poderoso y culto, cuya presencia se hará notar en muchos aspectos de nuestra historia y, cómo no, en la indumentaria, como iremos viendo.

## La sencillez lineal del vestido románico

Igual que hablamos de un estilo artístico común a todo el Occidente, dentro de lo que se entendía por Occidente en el siglo X, podemos hablar también de un vestido común. El vestido románico que se desarrolla cronológicamente entre los siglos X y XII cabría incluirlo en la tipología de vestidos drapeados. De hechura sencilla, se cortaban mangas y cuerpo en una pieza. Camisas, calzas, túnicas y mantos constituían el guardarropa básico de los hombres del románico. No existían apenas diferencias entre el vestido de hombre y el de mujer, salvo en el largo.

En su modalidad más elaborada el vestido de hombre y el de mujer se componían de dos túnicas superpuestas, más larga la de debajo. El vestido talar, largo, usado por clérigos y laicos, era propio de personas de elevada condición social. Cuando estas túnicas largas eran lujosas en sus tejidos y adornos se las llamaba brial, y hombres y mujeres la vestían sobre la camisa. Con el nombre de "piel" o pelizón fue llamado un traje amplio "de encima" forrado de piel.

Ahora bien, los primeros pasos hacia la conquista de lo que más tarde sería el arte de la sastrería, los comenzamos a ver en este período que llamamos románico. Las imágenes que han llegado hasta nosotros nos informan de unas túnicas más evolucionadas, ajustadas al cuerpo, con mangas muy vistosas por su amplitud, con gran bocamanga. A finales del siglo XII se pone en marcha un sistema que permitirá ajustar las prendas al cuerpo. Esta innovación, cuyo origen se produce en el mundo militar, fue revolucionaria e inmediatamente copiada por el mundo civil. El sistema consistía en dejar una abertura en un costado de la prenda con ojetes a ambos lados de la misma, por los que se pasaba una cuerda. En el Códice de San Andrés del Arroyo, en un dibujo que representa un guerrero, se nos muestra este sistema aplicado a la prenda, llamada *perpunte*, que el militar viste sobre la *cota de malla*.

Sobre estas prendas, hombres y mujeres vestían mantos y capas: los primeros, tra-sunto del *pallium* romano, y los segundos, de hechura semicircular que solía anudarse sobre un hombro. De entre los mantos femeninos, siguieron teniendo gran aceptación los cerrados de influencia



Figura 3. La Anunciación de los Pastores. Panteón de los Reyes. Colegiata de San Isidoro de León.



Figura 4. Códice de San Andrés del Arroyo. Miniatura militar. Cortesía M. Moleiro. Editor. S.A.





Figura 6. Cantigas de Alfonso X. Cantiga XXIV. Biblioteca del Real Monasterio de San Lorenzo del Escorial. Patrimonio Nacional.



Figura 5. Saya encordada de Doña Leonor. Monasterio de las Huelgas (Burgos). Patrimonio Nacional.

bizantina. En cuanto a los tocados, habría que distinguir entre aquellos de carácter decorativo y los de carácter funcional como el sombrero. De entre los primeros, el más común fue el conocido con el nombre de capiello, realizado en tela, pero que imitaba en forma a los de hierro que llevaban los militares. Las mujeres se cubrían la cabeza, salvo las doncellas que llevaban el pelo descubierto y decorado con diademas. Entre los tocados femeninos fueron extraordinariamente vistosos, el más común consistía en una toca que tapaba cabeza y cuello.

### En el siglo XIII. El vestido gótico y su gusto por la sencillez y el naturalismo

La pacífica situación política, los progresos tecnológicos y el activo comercio entre Oriente y Occidente sentaron las bases en el siglo XIII para una floreciente economía que favoreció el renacer de las ciudades. Se pone en marcha una sociedad más compleja en la que la diversificación profesional determinó nuevas estructuras sociales,

y se agudiza mucho más que antes la diversificación social por el vestido.

Hay una aspiración colectiva al lujo, como se comprueba en las leyes suntuarias destinadas a contenerlo. Las diferencias sociales en el vestir se empezaron a notar con más intensidad por el uso de tejidos, pieles o colores costosos que sólo unos pocos se podían permitir, sin olvidar que los tejidos más lujosos de este período fueron los hispanomusulmanes trabajados en los talleres árabes establecidos en Al-Andalus. El siglo XIII tiene un interés especial para la historia de la indumentaria en España debido a los hallazgos de los vestidos exhumados de los enterramientos reales en el Monasterio de las Huelgas en Burgos. Gracias a estos vestidos y a la numerosa documentación gráfica que nos proporcionan las miniaturas alfonsíes, conocemos mejor la moda del siglo XIII.

Se produce un incremento de los tipos de vestidos, que se diversifican no solamente por el número sino también por su hechura. Observamos que los patrones de los vestidos comienzan a complicarse, pero sin llegar a alcanzar el nivel de complejidad que presentarían los vestidos de finales del siglo XIV. No obstante, fue en el siglo XIII cuando comenzó a desarrollarse el difícil arte de la sastrería. La sencilla y lineal túnica del período románico con forma de "T", que se construía con piezas de tela de corte rectangular, se complicó al introducir una variante estructural muy importante como fue la nesga. Esta pieza de tela de corte triangular se añadió a los lados de la túnica con la finalidad de ampliar el vuelo de la misma. También en el siglo XIII se aprecia un corte más sofisticado en los vestidos ajustados, que presentan sisas extremadamente abiertas, que nos indican la intervención de un profesional.

Igual que hablamos de un arte gótico común a todo el Occidente, podemos hablar de un vestido común. Un país que desempeñó un papel importante en la creación de un arte y de un vestido gótico fue Francia. Aunque los reinos cristianos siguen la moda que podemos denominar como internacional, observamos entre las mujeres una serie de rasgos muy originales debidos a la supervivencia de modas anteriores y a la influencia del mundo musulmán. No hay apenas diferencias entre el vestido masculino y el femenino, salvo en el largo. Observamos que aumenta el número de prendas: camisa, bragas—en el caso de los hombres—, calzas, saya



Figura 7. Pellote de Don Fernando de la Cerda. Monasterio de las Huelgas (Burgos). Patrimonio Nacional.

o saya encordada y pellote constituían las prendas básicas del vestido gótico, pudiendo prescindir del pellote aquella persona que lo quisiera. Sobre estas prendas, mantos y capas. De entre los mantos, hemos de dedicar especial atención a un modelo de creación española cuya singularidad consistía en presentar una abertura lateral para meter por ella el brazo.

Como rasgo típicamente peninsular hemos de señalar las bellísimas camisas femeninas bordadas, que en los textos de la época son denominadas "camisas margomadas". Estas camisas bordadas con



Figura 8. Leyenda de Santa Lucía. Maestros de Estimariu. Museo Nacional del Prado.



Figura 9. Marqués de Santillana. Maestro de Sopenan. Museo Nacional del Prado.



Figura 10. Retrato de Carlos V. Tiziano. Museo Nacional del Prado.

hilos de seda de vistosos colores, cuyos motivos decorativos vienen del mundo musulmán, ocuparon un lugar destacado en los ajuares femeninos hasta el reinado de los Reyes Católicos. Es cierto que en el siglo XIII en toda Europa aparecen, como novedad, los vestidos sin mangas, pero en ningún otro lugar sino en la Península se abrieron las sisas de las sayas o de los pelletes tan exageradamente, quizás con la intención de mostrar ampliamente las camisas margomadas. Dentro de la indumentaria femenina hemos de destacar también los tocados con innovadoras formas y decoraciones, y de complicada ejecución. El armazón se realizaba con pergamino y posteriormente se forraba con largas bandas de tela con sus extremos rizados.

### El siglo XIV. Diferencia de indumentaria entre sexos

En el siglo XIV se produce un suceso de gran trascendencia: la población europea queda reducida a un tercio por la peste de 1348. Esto afectó a la sociedad y a la moda, y, entre las múltiples respuestas humanas

ante tan demoledor suceso, se dio mayor importancia al vestido, especialmente por parte de los más poderosos.

En el siglo XIV el difícil arte de la sastrería está prácticamente conquistado. Personas especializadas en el corte y la confección de los vestidos daban respuesta a una clientela que demandaba las complicadas hechuras que surgieron en el siglo XIV. Si durante las primeras décadas del siglo la moda siguió manteniendo los mismos vestidos, con ligeras variaciones estructurales, que en el siglo anterior, en la segunda mitad del XIV se produjo un cambio radical. La aparición de prendas cortas, como fueron el jubón y la jaqueta, determinaron la diferenciación definitiva entre la indumentaria femenina y la masculina. Ambas prendas, de difícil ejecución y corte, estaban diseñadas con la finalidad de modelar el cuerpo, siguiendo los dictados estéticos del momento. La creación de estas prendas provocó una transformación sustancial en las calzas, que hasta este momento cubrían el pie y la pierna hasta la mitad del muslo y que ahora se prolongan hasta la cintura. Ambas prendas se originaron primeramente en el ámbito militar, para pasar de inmediato al civil, siempre

expectante hacia las innovaciones adoptadas en el vestir por el hombre militar, modelo a imitar por causa tan noble como exponer su vida a cambio de la de los demás. Ni qué decir tiene la importancia que este sector de la sociedad tendrá en el desarrollo y creación de la indumentaria masculina a lo largo de la historia. La continua investigación que el mundo militar realizaba para buscar prendas más cómodas, acordes con su función ofensiva y defensiva, aceleraba la creatividad. Por otro lado, estaba liberado de las continuas pragmáticas que los reyes fueron dictando para controlar las prácticas indumentarias del total de la población.

Es también en la segunda mitad del siglo XIV cuando aparece una prenda de uso para ambos sexos: la hopalanda. Prenda suelta, vueluda y de amplias mangas, muy apreciada entre las clases más poderosas, podía forrarse con piel y, mientras que las de las mujeres fueron siempre largas, los hombres las tuvieron largas, cortas hasta media pierna y muy cortas.

## El siglo XV. La innovación del vestido femenino

El siglo XV marca el paso de la Edad Media a la Edad Moderna. Desde el punto de vista artístico el estilo gótico seguirá vigente en Europa, mientras que en Italia se inicia el Renacimiento. En cuanto a la moda, dos centros se disputan la hegemonía como centros creadores: por un lado, la corte de los Duques de Borgoña, donde impera moda francesa o franco flamenca y, por otro, Italia.

Hopalandas, jaquetas y jubones constituirían el vestuario básico de la sociedad moderna, vestidos sobre las camisas interiores, bragas y calzas. La cabeza adquiere un cierto protagonismo y se pone de moda un corte de pelo llamado "a la escudilla" que amplía el límite del rostro al afeitarse las sienes. Esta estética afectó también a las cabezas femeninas. La importancia concedida a la cabeza, tanto femenina como masculina, es atestiguada por los cortes de pelo y los enormes tocados, traducidos en capirotos para los hombres y tocas de elaborada construcción con soportes sorprendentes para las mujeres, algunos de los cuales repiten los pináculos de las catedrales góticas. Nuevamente los dictados estéticos que vemos en los artes figurativas se traducen en la moda y la implican. La verticalidad proyectada en la arquitectura se refleja en la esbel-



Figura 11. Adoración de los Reyes Magos (ca. 1530). Museo Nacional de Escultura de Valladolid.



Figura 12. La Emperatriz María de Austria, Antonio Moro. Museo Nacional del Prado.



Figura 13. Retrato de Felipe IV, Diego Velázquez. Museo Nacional del Prado.

tez de las siluetas, y se subraya con el talle alto en los vestidos, los zapatos de afiladas puntas y los asombrosos henin que la corte de los Duques de Borgoña exhibe como centro creador de moda.

Ahora bien, dentro de esta moda internacional de la que también participa España, al final del siglo XV y coincidiendo con el reinado de los Reyes Católicos, nuestro país empieza a despuntar en este campo por la creación de prendas que han sido decisivas en la evolución de modas posteriores: las camisas margomadas, el verdugado, el trenzado y los chapines. Entre ellas destacamos el verdugado, pues fue el origen de todos los armazones que se sucedieron a lo largo de la historia para ahuecar las faldas. Ni qué decir tiene que este artificio que apareció bajo el reinado de los Reyes Católicos no pasó desapercibido entre los cronistas de la época, y alguno de ellos atribuye su invención a Doña Juana, esposa de Enrique IV, hermano de Isabel la Católica, criticada siempre por su vida relajada. Evidentemente esta falda armada con aros de hierro, mimbre o junco llamados verdugos, no estaba diseñada para ocultar una preñez, pero, independientemente de quien partiera la idea, lo cierto es que el primer can-can de la historia surgió en España.

### Siglo XVI. La moda española en las cortes europeas

El siglo XVI aparece perfectamente definido por dos estilos de vestir: el primero coincidiría con el reinado de Carlos V y el segundo, con el de Felipe II. España, abierta a Europa a partir de la llegada de Carlos V, recibe una importante influencia de modas de otros países que se combinaron o convivieron con las típicas del país. Durante las primeras décadas del siglo, la moda se caracterizó por su variedad, riqueza de colorido y libertad, que, perfectamente combinadas, subrayaron el carácter individual del vestido renacentistas implícito en el pensamiento humanista.

En el vestido masculino los rasgos más elocuentes fueron las cuchilladas y las prominentes braguetas, y en el femenino, las vistosas mangas de la camisa bordada y los vestidos encargados de respetar las formas naturales del cuerpo. Alrededor de 1530 empezamos a ver cómo se define una nueva etapa en nuestro país, que deja de ser receptor para convertirse en creador de un estilo típicamente español que imi-

tará toda Europa hasta las primeras décadas del siglo XVII. En esta etapa de la historia de España, el vestido se convierte en un perfecto aliado de la monarquía más poderosa de Europa. Frente al concepto de libertad que nos ofrecían los vestidos de principios de siglo, con el nuevo estilo, hombres y mujeres sometieron sus cuerpos a las prendas rígidas e inmóviles que exigía la etiqueta española, con la finalidad de transmitir con el lenguaje corporal los gestos sosegados y altivos implícitos en los ideales de la monarquía hispánica.

Las principales prendas que componían el vestido masculino fueron el jubón, que se vestía sobre la camisa; las calzas, compuestas de muslos acuchillados; y las medias. Sobre el jubón se podía vestir la cuera o el colete, sin mangas, o la ropilla, ésta con mangas. Como complemento, el cuello de lechuguilla, que poco a poco va aumentando su diámetro hasta alcanzar su máxima exageración en el reinado de Felipe III. Con este vestido hay una clara preferencia por prendas vueludas y cortas que dejaban al descubierto las piernas: la capa, con capilla aplastada; el ferreruelo, de hechura circular como la capa y con cuello vuelto; el bohemio, más vueludo y cuyos bordes delanteros quedaban vueltos luciendo el forro; el tudesco, con mangas, aunque se llevaba echado por los hombros sin meter los brazos por ellas.

El vestido de mujer resaltaba la estrechez de la cintura, pero borraba las formas naturales del cuerpo; para ello la moda española hizo uso del llamado cartón de pecho, embrión de los futuros corsés de la historia de la indumentaria, y del verdugado. Sobre estas prendas interiores se vestía la saya entera o un conjunto formado por jubón y basquiña. Los cambios más notorios de esta moda que se mantendrá hasta las primeras décadas del siglo XVII vienen dados por el cuello de lechuguilla, los tocados y los peinados, estos últimos cada vez más altos, y dotan a la cabeza de una forma piramidal. Como prendas "de encima" se usaba la "ropa" o la galerilla, ambas abiertas por delante y sin costura en la cintura: la ropa, más holgada, quedaba despegada del cuerpo, la galerilla se ajustaba a la cintura.

## El siglo XVII. La moda española viaja en solitario

En el siglo XVII la moda española comienza a perder protagonismo en Europa a



Figura 14. Infanta Margarita de Austria, Diego Velázquez. Museo Nacional del Prado.

la par que su economía y su política. A mediados de siglo la francesa irá paulatinamente eclipsando a la moda española como principal inspiradora del vestido europeo. Mientras tanto España y los españoles se aferrarán más que nunca a sus modas y, aunque acogió influencias, especialmente de su país vecino, podemos decir que durante gran parte del siglo XVII se mantuvo un estilo propio, que en los últimos años del reinado de Carlos II seguirá vigente a pesar de iniciarse la introducción de la moda francesa en nuestro país.

El siglo XVII se inicia sin apenas cambios estilísticos en cuanto a moda se refiere. Durante el reinado de Felipe III hombres



Figura 15. Jubón femenino (segunda mitad del siglo XVII). Museo del Traje.

y mujeres siguen llevando las prendas establecidas en el anterior y son inapreciables las modificaciones, siendo la más notable el enorme tamaño que habían alcanzado los cuellos de lechuguilla. Sin embargo, en el reinado de Felipe IV se produce un cambio radical en el vestido de los españoles: las abultadas calzas del período anterior se sustituyen por los calzones y el cuello de lechuguilla, por el de la golilla. Este vestido masculino, cuyos rasgos más notables fueron el color negro, el cuello de golilla y su tendencia a la austeridad, estaba formado por las siguientes prendas: un jubón que se vestía sobre la camisa interior; una ropilla, que se vestía sobre el jubón; y los calzones. Como complementos, medias de punto, también en color negro, y zapatos. Como prenda "de encima", la capa típica llamada ferreruelo. La rígida golilla, que todo el mundo identificaba con España, estaba formada por un soporte de cartón forrado en seda negra sobre el que descansaba un cuello blanco llamado valona. Este cuello, que obligaba a mantener la cabeza erguida, se convirtió en símbolo de la gravedad y altivez de los españoles. Dicho vestido se mantendrá durante el siglo XVII y parte del XVIII. Los cambios de la moda, a lo largo de los años, afectaron principalmente a las mangas, a los calzones, cada vez más estrechos, y a la hechura de la golilla, que se fue adaptando a las melenas, cada vez más largas.

La moda femenina, especialmente bajo los reinados de Felipe IV y Carlos II, se distanció notablemente de la corriente europea. Las españolas no renunciaron al verdugado, y sobre él fueron elaborando las siluetas que precedieron al "guardainfante", que hace su aparición alrededor de los años treinta, no sin antes pasar por la crítica de los moralistas y legisladores de la época. En opinión de los contemporáneos vino de Francia, al parecer por obra de unos cómicos que actuaron en Madrid, cuando ya en ese país había pasado de moda. Se dio la curiosa circunstancia de que, en contra de lo que solía suceder, no apareció primero en el traje de corte para después generalizarse entre el resto de los estamentos sociales, sino que su aparición y divulgación se dio primero fuera del círculo cortesano. El modelo francés consistía en una plataforma de mimbre a la altura de las caderas, pero las españolas lo convirtieron en un complicado armazón realizado con aros de madera, alambre o hierro unidos entre sí con cintas o cuerdas

que se completaba en la parte superior con mimbre, crin y otros materiales para enfatizar las caderas. El guardainfante se vestía sobre varias enaguas y sobre él, a su vez, se ponía la pollera, falda interior realizada con tejidos ricos de vistosos colores y a veces acolchada con lana para redondear las caderas, encima de la cual se colocaba la falda exterior femenina llamada basquiña.

Alrededor de la década de los setenta el uso del guardainfante fue relegado a las ceremonias muy especiales. El sacristán siguió desempeñando el papel de ahuecar las faldas, bajo el reinado del último Austria, Carlos II, que en poco tiempo fue reemplazado por el tontillo, armazón realizado con aros que se cosían en una falda; se volvía a repetir el sistema de ensamblaje del verdugado.

Junto a los armazones para ahuecar las faldas, el otro elemento que hay que señalar como típico de la moda femenina fue la "cotilla", prenda armada con ballenas, determinante de la rigidez y tiesura del torso femenino. Se trata de un artificio surgido de los ideales de belleza del siglo XVI y que se mantuvo durante todo el siglo XVII. La cotilla se vestía sobre la camisa interior femenina, y sobre ella, el jubón. Con estas prendas, los cambios más notorios afectaron a las mangas, escotes y peinados.

## Bibliografía

Este artículo se apoya documentalmente en los estudios de Carmen Bernis, historiadora y pionera en el estudio de la indumentaria histórica en España.

Anderson, R.M., *Hispanic costume: 1480-1530*, Nueva York, 1979.

Bernis Madrazo, C., *Indumentaria medieval española*, Madrid, 1956.

Bernis Madrazo, C., *Indumentaria española en tiempos de Carlos V*, Madrid, 1962.

Bernis Madrazo, C., *Trajes y modas en la España de los Reyes Católicos*, Madrid, 1978-1979.

Bernis Madrazo, C., "La moda en los retratos de Velázquez" en *El retrato*, Barcelona, 2004, p. 251-288.

Descalzo Lorenzo, A., *El retrato y la moda en España (1661-1746)*, Tesis doctoral. Facultad de Geografía e Historia. Universidad Autónoma de Madrid, 2003.

# La moda en España durante el siglo XVIII

Amelia Leira Sánchez

El Museo del Traje tiene una magnífica colección de vestidos del siglo XVIII, una de las mejores que alberga el Museo, tanto de hombre como de mujer. Siguiendo su línea expositiva podemos hacer un repaso general a las modas del siglo XVIII.

## La llegada de los Borbones y el vestido francés

La vitrina titulada *Velada musical* nos muestra la moda de la primera mitad del siglo, durante los reinados de Felipe V (1700-46) y su hijo Fernando VI (1746-59). Los dos reyes y sus mujeres, Isabel de Farnesio y Bárbara de Braganza, fueron grandes aficionados a la música, por lo que esta vitrina se ha ambientado con unos instrumentos musicales de la época.

Precisamente con la llegada al trono de Felipe V se produjo el cambio de dinastía en España, de los Austrias a los Borbones, y este cambio se reflejó de manera muy evidente en la manera de vestir de los reyes, de la Corte y de la sociedad adinerada y urbana en general. Aunque ya en el reinado anterior, con Carlos II, había habido intentos de vestir a la francesa tal como se hacía en toda Europa siguiendo el ejemplo del rey más poderoso e influyente de la época, Luis XIV, fue con Felipe V cuando se instauró de modo general el vestido francés, también llamado vestido militar porque éste era su origen.

## El vestido masculino

Este vestido masculino estaba compuesto por tres piezas: casaca, chupa y calzón, que



Figura 1. Vitrina *Velada musical*, Museo del Traje.

son el antecedente, en el traje de hombre, de la chaqueta, el chaleco y el pantalón usado hasta nuestros días.

Describiendo las prendas que usaban los hombres, de dentro a fuera y de arriba abajo, podemos enumerar toda la ropa que llevaban encima. Sobre el cuerpo, la camisa, con cuello y manga larga. Desde la cintura hasta las rodillas, los calzoncillos. Estas dos prendas eran de tela de lienzo; es decir, hecha de lino, más o menos fina según fuera la categoría social y la riqueza de sus dueños. Sobre las piernas, medias de seda, lana u algodón; las medias eran entonces muy importantes, con el calzón se veían siempre y unas pantorrillas bien formadas contribuían mucho al buen parecer masculino. Sobre la camisa los hom-





Figura 2. Traje "a la francesa" (ca. 1755).  
Museo del Traje.

bres ricos usaban la camisola, sin cuello, con una abertura sobre el pecho que se decoraba con la chorrera o guirindola, volante de tela fina o de encaje semejante al que adornaba también el final de las mangas largas.

Sobre esta ropa interior se ponían las tres piezas del traje. La chupa era una chaqueta larga, abierta por delante y cerrada de arriba abajo con botones, los superiores no se abrochaban para dejar ver la guirindola. En un principio tuvo mangas largas de la misma tela, pero pronto éstas se hicieron de tela más fina para que no abultaran tanto debajo de la casaca y después desaparecieron. La espalda tenía costura en el centro y estaba abierta en la parte de abajo, la que correspondía al faldón, muchas veces se empleaba para ella una tela más fina y más barata que la del resto de la prenda, lo que quiere decir que los hombres no se mostraban nunca en chupa en público.

Los calzones llegaban desde la cintura hasta debajo de las rodillas. A principios de siglo la media tapaba la parte de debajo de los calzones subiendo por encima de la rodilla, pero ya durante el reinado de Fernando VI empezó a usarse el calzón por encima de la media rematado por una jarretera abrochada con una hebilla. Asimismo, a principios de siglo la chupa fue larga, llegaba casi hasta las rodillas y tapaba casi por completo el calzón, que era muy ancho y flojo por arriba, y se abrochaba con una bragueta en el centro de la cinturilla o con una tapa que montaba sobre ésta.

La casaca era la pieza exterior y la que más se veía. Era una chaqueta con cuello a la caja que llegaba hasta las rodillas, un poco más larga que la chupa. También se abrochaba de arriba abajo con botones por un lado y con grandes ojales por otro, aunque muchas veces ambos eran puramente decorativos; la mayor parte de ellos no se abrochaban. La espalda de la casaca tenía costura en medio y la parte inferior estaba abierta para permitir montar a caballo con facilidad –hay que recordar que este vestido fue en su origen una prenda para montar a caballo–. Con la misma finalidad de facilitar los movimientos la casaca tenía en los faldones a la altura de las caderas unos pliegues en forma de abanico sujetos en su parte superior por un botón. Toda la casaca estaba entretelada y armada, especialmente los pliegues de los faldones. La manga era ancha y llegaba por debajo del

codo; al principio la manga de la chupa se doblaba sobre el final de la manga de la casaca, pero después la chupa ya no se veía y la manga de la casaca terminaba en una gran vuelta. Tanto la casaca como la chupa llevaban bolsillos de tapa a la altura de las caderas que tenían debajo grandes bolsillos ocultos por debajo del forro donde los hombres guardaban sus cosas.

Con este vestido los hombres a la moda llevaron grandes pelucas de pelo natural o de crin de caballo con bucles que caían sobre los hombros. Durante el reinado de Felipe V la raya era en medio y el pelo se elevaba mucho a los dos lados de ésta. El sombrero que todos usaron fue el tricorno o sombrero de tres picos, un sombrero de ala ancha recogida arriba en tres puntos. A principio de siglo se usó una gran corbata, un trozo de tela fina, generalmente terminada en encajes, que se anudaba flojamente sobre el cuello. Pronto entró en desuso y fue sustituida por el corbatín, una tira de tela fina plegada horizontalmente que se ponía tapando el cuello de la camisa y se abrochaba por detrás con una hebilla.

Para terminar con el vestido masculino, los hombres llevaron zapatos cerrados, generalmente de piel oscura, con un poco de tacón y cerrados por delante con dos lengüetas abrochadas con una hebilla. Como complemento del vestido todos los caballeros llevaron espadín (en la corte era obligatorio usarlo) que se ponía en el lado derecho y que hacía que se abriese graciosamente uno de los pliegues laterales de la casaca.

Los vestidos masculinos se hicieron con telas ricas de seda y de vivos colores, adornados con bordados y galones de oro y plata. Contrasta mucho esta moda con el tradicional vestido "a la española" de la época de los Austrias, negro y sobrio. En general, y aparte de esta moda peculiar española del siglo XVII, en toda la historia de la humanidad y hasta este siglo los vestidos masculinos habían sido más coloridos y vistosos que los de las mujeres; en estos años se igualaron y los dos sexos usaron sedas de colores, adornos y encajes.

## El vestido femenino

Por lo que respecta a las mujeres, vamos a explicar también en primer lugar lo que llevaban bajo los vestidos, porque era muy importante para definir la silueta.

Pegada a la carne llevaban la camisa, larga hasta debajo de las rodillas y con mangas. De la cintura a los tobillos, enaguas, y debajo, nada. Las dos prendas estaban hechas con tela de lino, más o menos fina. Sobre el torso se usaba un cuerpo con ballenas, sin mangas, atado con cordones y terminado en haldetas para poder adaptarlo a la cintura: la cotilla. Sobre las caderas, un armazón hecho con ballenas o con cañas que ahuecaba las faldas en los costados: el tontillo. Sobre las piernas, medias de seda, lana u algodón, que tenían menos importancia que las de los hombres, pues no se veían casi nunca.

Durante los reinados de Felipe V y Fernando VI los vestidos más usados fueron los compuestos por casaca y basquiña (una falda) de la misma tela. Aunque en el resto de Europa eran más frecuentes los vestidos enteros, lo que nos descubren los documentos de la época y la gran abundancia de estas prendas que se conservan en el Museo nos lleva a pensar que los vestidos preferidos en España fueron estos de dos piezas.

La casaca femenina estaba inspirada en la masculina: se abría por delante, tenía la misma abertura en la espalda, los mismos pliegues con su botón arriba en los faldones, las mismas tapas de los bolsillos y las mismas mangas con gran vuelta bajo el codo. Como diferencias: los faldones de las casacas de las mujeres estaban cortados a la altura de las caderas, los bolsillos eran fingidos y, ante todo, se cerraban de forma distinta. Hay en el Museo algunas casacas cerradas con cordones y tapa encima, pero la mayoría se abren en forma de "V" desde la cintura, espacio que se rellenaba con un trozo de la misma tela y, más a menudo, con una pieza triangular ricamente adornada llamada peto o petillo. El peto se fijaba con alfileres o se cosía sobre la cotilla y sobre él se prendía con alfileres o se cosía la casaca, lo que significaba que una señora no se podía vestir sola; hacía falta ayuda y tiempo para hacerlo.

La casaca se completaba con una basquiña o falda de la misma tela, muy ahuecada en las caderas por el tontillo, sobre la que se desplegaban los pliegues de los faldones. Es curioso que, si bien se conservan muchas casacas, no haya perdurado ninguna basquiña. Esta ausencia creo que se debe a que las telas eran carísimas y las basquiñas tenían suficiente cantidad de tejido como para aprovecharlo y hacer otra prenda con él. Las basquiñas tenían

unas aberturas por las que se accedía a las faltriqueras blancas que las mujeres colgaban de la cintura, sobre las enaguas, y donde guardaban sus cosas; no había bolsillos en estos años.

Con este tipo de vestidos las mujeres llevaron las cabezas pequeñas, con rizos apretados y un pequeño adorno, una joya, una flor, un lazo, colocado generalmente en un lado de la cabeza. Por el escote y sobre el pecho se mostraba el volante de encaje que guarnecía la camisa interior, lo mismo que pasaba con los vuelos que asomaban por debajo de las mangas. Los zapatos femeninos tenían una forma semejante a los de los hombres, pero generalmente estaban forrados de seda y tenían tacón más alto, de carrete.

Una de las cosas que más nos llama la atención en esta vitrina son los preciosos colores de las telas, muchas veces pastel. Tenemos que recordar que el siglo XVIII fue el Siglo de las Luces, de la Ilustración. Las ciencias avanzaron mucho, y entre ellas la Química, lo que permitió un mejor conocimiento de los tintes y el descubrimiento de colores más suaves y matizados. Son colores típicos del estilo artístico más representativo del siglo, el rococó, especialmente ornamental, que alcanzó una de sus mejores expresiones en las artes decorativas, entre ellas el vestido.

Avanzó mucho también en este siglo la industria textil, con la que precisamente empezó en Inglaterra la Revolución Industrial que se desarrollaría a lo largo del siglo XIX. Empezó a usarse mucho una fibra que hasta entonces se consideraba de inferior calidad, el algodón, además de las tradicionales seda, lana y lino. Los ingleses lo trajeron de la India convertido en telas estampadas y también en telas muy finas como la muselina y pronto empezaron ellos mismos a fabricarlas. El algodón, así convertido en tejidos estampados y coloridos, representó una revolución en el vestido: se convirtió en un tejido barato, asequible por lo tanto a mucha más gente, que podía usar ahora ropas vistosas que antes no se había podido permitir, con lo que se avanzó mucho en la democratización del vestido. No hay en el Museo vestidos de algodón del siglo XVIII; como era ropa barata no ha merecido la pena conservarla como se ha hecho con la de seda. En cuanto a la muselina, yo creo que es la tela protagonista del siglo. Perseguida por las autoridades por ser tela extranjera y de poca duración, empezó a usarse para com-



Figura 3. Casaca (ca. 1740). Museo del Traje.



Figura 4. Vitrina *El paseo de los elegantes*.

plementos como pañuelos y delantales (se llevaban como prendas de adorno) y terminó siendo, a fines de siglo, la tela con la que se hacían todos los vestidos.

### El paseo de los elegantes

Figura 5. Traje "a la francesa" (ca. 1785).  
Museo del Traje.



Pasamos ahora a la vitrina llamada *El paseo de los elegantes*. Al fondo se puede ver una ampliación del cuadro de Ginés de Aguirre que representa el Paseo del Prado, el gran regalo que el rey Carlos III (1759-89) hizo a los madrileños, con la fuente de la Cibeles en primer término y la Puerta de Alcalá al fondo.

El vestido masculino continuó siendo el mismo en sus piezas pero fue cambiando, lenta aunque continuamente, de manera que la silueta era muy diferente a finales del siglo de la que había sido al principio. Cada vez los vestidos necesitaron menos tela, fueron más estilizados, los delanteros de las casacas, más abiertos y los pliegues de sus faldones, menos profundos, las chupas, más cortas y los calzones, más estrechos y pegados a las piernas. Lo único que se hizo más largo fueron las mangas, aunque lo suplieron siendo cada vez más estrechas. La peluca, o el pelo propio peinado de la misma forma, cambió; a partir de mediados de siglo tenía bucles altos laterales y el cabello se recogía atrás en una coleta que se solía meter dentro de una bolsa de seda negra cerrada con dos cintas negras que colgaban sobre el pecho que parecían una corbata, pero no lo eran. Como consecuencia de la falta de pelo sobre los hombros las casa-

cas empezaron a tener un pequeño cuello de tirilla que se hizo más alto según pasaron los años.

Las telas siguieron siendo de seda; los colores, muy delicados y los bordados, exquisitos y siempre en los mismos lugares: el cuello de tirilla, el borde de los delanteros de la casaca y de la chupa, las tapas de los bolsillos y sus alrededores, las vueltas de las mangas y la raja posterior de la casaca.

A partir de 1770 empezó a notarse en la indumentaria masculina la influencia inglesa, como ya había ocurrido en Francia; no en vano Inglaterra se estaba convirtiendo en el país más poderoso de Europa. Los ingleses estaban acostumbrados a vivir más en el campo y al aire libre y usaban trajes más cómodos y prácticos. Los hombres, aunque fueran de clase social alta, empezaron a usar trajes de paño oscuro sin bordados.

Una peculiaridad española fue la capa como prenda de abrigo. Todos los españoles la usaban, ricos y pobres. En el cuadro que se reproduce al fondo de la vitrina los vemos con ella, encima del vestido francés y acompañada del tricornio.

A mediados de siglo llegó a su apogeo el rococó, ese estilo artístico tan característico del siglo XVIII, que, en cuanto al vestido, tuvo su representante más famosa en Madame de Pompadour, la amiga y consejera de Luis XV, casi siempre retratada con el vestido por excelencia de la época, la robe "à la française". Como todas las robes era un vestido largo, abierto por delante y cerrado solamente en la cintura, y que de cintura para abajo dejaba ver una falda interior (brial en español) de la misma tela y de cintura para arriba, el peto. Era un vestido tan difícil y complicado de poner como los compuestos por casaca y basquiña y se usaba también sobre la cotilla y el tontillo. Su característica especial eran los pliegues que tenía en la espalda, que salían del escote y llegaban hasta el final de la cola; esta espalda amplia le daba un parecido con el vestido de estar en casa que usaban hombres y mujeres e hizo que en España se llamase "bata". Estaba adornado, o guarnecido como se decía en el momento, en el peto, los frentes de los delanteros y los finales de las mangas, más que con bordados, con volantes de la misma tela, lazos, encajes, cintas, borlas, flores de tela..., como en la bata que se expone en la vitrina y que tiene inclu-

so cestillos de paja en osa en los que se meten las flores. Ya no se veía la camisa interior en el escote y al final de las mangas, éstas terminaban en volantes de la misma tela sobre el codo y a ellos se cosían velos de encaje de uno, dos o tres órdenes.

A partir de los años 70 las cabezas de las mujeres, peinadas con rizos pequeños, empezaron a crecer cada vez más y pronto se llegó a unas cabezas descomunales en las que, sobre el peinado, muy alto, se ponía un bonetillo muy adornado con todo género de cosas (plumas, gasas, cintas) que las hacía aún más altas. Al mismo tiempo la decoración de los vestidos se hizo cada vez abundante. Estas exageraciones dieron lugar a una reacción en busca de una mayor naturalidad y sencillez.

Hay dos vestidos en esta vitrina que responden a esta tendencia hacia la sencillez, aunque no lo parezca a primera vista. Una es la polonesa verde y rosa que corresponde a la *robe "à la polonoise"* francesa. Aquí el vestido exterior tiene la parte de la falda recogida en tres bullones por medio de unos cordones que la fruncen de manera que, para conseguir las faldas abultadas, las mujeres ya no tenían que recurrir al tontillo, lo que en verdad era una gran simplificación. La polonesa era un traje de calle y tenía la falda más corta, con lo que se veía el tobillo de las mujeres. Empezó a usarse otro tipo de zapato, también con tacón de carrete, escotado y hecho de seda bordada.

Otro vestido un poco posterior fue la *robe "à l'anglaise"*, llamado en España "vaquero hecho a la inglesa"; con él se prescindía del tontillo y también de la cotilla y del peto, ya que el cuerpo del vestido llevaba incorporadas ballenas para darle rigidez, y se abrochaba por delante. Con los vaqueros a la inglesa las mujeres cubrían su escote con pañuelos de muselina que se fueron poniendo cada vez más ahuecados, dando lugar a una silueta muy característica: abultada por delante sobre la cintura y por detrás bajo ella. Los dos vestidos eran muy ajustados por la espalda y reunían el vuelo de la falda detrás, con lo que la silueta femenina cambió totalmente: en vez de estar ahuecada sobre las caderas con el tontillo pasó a estar abultada hacia atrás, en una premonición del polisón.

Las españolas siguieron siendo muy aficionadas a los vestidos de dos piezas,



Figura 6. Bata (ca. 1780). Museo del Traje.



Figura 7. Polonesa (ca. 1775). Museo del Traje.



Figura 8. Vitrina *Majismo*. Museo del Traje.

como los que se ven también, aunque siempre a falta de la falda, en la otra parte de la vitrina. Unos fueron al gusto francés, el *deshabillé* (definido con este nombre en los diccionarios de la época), con pliegues en la espalda como la *bata*. Más tarde se usaron cuerpos muy ceñidos a la espalda, como en la *polonesa* o el *vaquero*, con un amplio escote relleno por un pañuelo puesto muy abombado, y un faldón muy pequeño por detrás: los *pierrots* franceses o *pirros*, en español. Los cuer-

Figura 9. Vitrina *Clasicismo y burguesía*. Museo del Traje.



pos más numerosos se llamaron aquí *jubones* y siguieron la moda francesa en cuanto a formas de escote, mangas y telas, pero mantuvieron a menudo el corte en forma de *haldetas* en la cintura que les hacía más cercano a los gustos populares. Porque en los últimos treinta años del siglo XVIII comenzó en España el fenómeno del *majismo*, el gusto de las clases altas por vestirse y actuar al modo de las gentes del pueblo de Madrid, y es frecuente encontrar elementos populares incorporados a los vestidos de moda francesa.

## El majismo

Los *majos* eran los habitantes de los barrios bajos de Madrid y tenían sus vestidos peculiares que, en realidad, constaban de las mismas piezas que otros vestidos populares de España y tenían la característica de ser muy coloridos y vistosos. Los hombres llevaban una *redecilla* o *cofia* recogiendo el cabello y grandes *patillas*. No usaban corbata sino un pañuelo de colores anudado a la garganta bajo el que se les veía siempre el cuello de la camisa. Vestían *chaquetilla* corta, generalmente adornada en la *bocamanga* y la *pegadura* de las mangas, *chaleco*, *calzón*, y en la cintura, una *faja* de colores. Las mujeres en la cabeza usaban una *cofia* sobre el pelo, que se llamó *escofia* cuando se fue haciendo

más grande; un jubón con haldetas sobre el torso, adornado como las chaquetas masculinas; un pañuelo rellenando el escote; una falda llamada guardapiés que dejaba ver los tobillos; y un delantal largo y estrecho como adorno. Los majos, además de sus vestiduras, se distinguían por su actitud: bravucona en el caso de los hombres, atrevida y descarada en el de las mujeres, actitud que se criticaba pero se consideraba en su momento muy "atractiva y seductora".

Estos son los tipos que Goya pintó en sus cartones para tapices y lo hizo por encargo de los entonces Príncipes de Asturias, los futuros Carlos IV (1789-1808) y María Luisa, muy aficionados a estas escenas populares. En los primeros cartones de Goya, los pintados en los años 70, los majos parecen gentes del pueblo, pero, en los que pintó a finales de los años 80, los personajes son tan atildados que más bien que majos parecen señores elegantes vestidos como los majos. Así ocurre con "La Vendimia" que decora el fondo de la vitrina dedicada a la indumentaria de estos tipos populares.

En relación con esta moda castiza, y con las mujeres, tenemos que hablar del "vestido nacional", como lo llamaron los extranjeros que viajaron por España en esos años, que son los que nos hablan de él, pues a los españoles no les llamaba la atención. Todas las mujeres españolas se ponían, para salir a la calle o ir a la iglesia, una falda negra que se llamó basquiña (entonces las faldas de color se llamaron de otra manera) y se cubrían la cabeza y los hombros con una mantilla negra o blanca. Cuando entraban en una casa se quitaban ambas prendas, así que tenían que llevar debajo otra falda que se llamó brial, si estaba hecha de tela de seda, o guardapiés, si estaba hecha de algodón. Todas las españolas tenían estas prendas, nobles, burguesas y mujeres del pueblo, entre ellas las majas; eran tan imprescindibles como las camisas y las enaguas, pero las señoras nobles no las usaban tan a menudo como las demás, ya que andaban muy poco por la calle; casi siempre iban en coche, un signo de distinción muy importante en aquellos años. En el cuadro de Ginés de Aguirre podemos ver al fondo una señora con polonesa, que seguramente acaba de bajar de un coche, y en primer término, otra señora con el "traje nacional" acompañada por un caballero con traje francés bajo la capa.

## Neoclasicismo y libertad

La vitrina titulada *Clasicismo y burguesía* nos muestra un cambio muy grande en la forma de vestir; la moda ha cambiado radicalmente, especialmente la de las mujeres. Y es que los vestidos aquí expuestos son de los años 90 del siglo XVIII o de los primeros del siglo XIX. No han pasado más que diez, o acaso veinte años, entre ésta y la vitrina anterior pero, entre tanto, ha pasado nada menos que la Revolución Francesa, que supuso una verdadera revolución, entre otras muchas cosas, en la manera de vestir.

El cambio fue a primera vista menos drástico entre los hombres, pero quizás fue más duradero. La casaca masculina se convirtió en frac, una casaca con cuello alto vuelto, grandes solapas, delanteros cortos que se cruzaban con botones, y los faldones muy echados hacia atrás que apenas tenían un recuerdo de los antiguos pliegues. La chupa, cada vez más corta, se hizo recta por abajo y se convirtió en chaleco, y tenía también cuello alto y solapas. Los calzones fueron sustituidos por un pantalón hasta los tobillos, prenda que hasta entonces no habían usado más que los marineros y, durante la Revolución, los *sans-culottes* franceses. En un principio se llamaron pantalones a una especie de leotardos de punto que abarcaban el pie y se llevaban por debajo de la bota, y que fueron usados primero por los ingleses; es una de tantas prendas que los hombres adoptaron por influencia militar. Ya a principios del siglo XIX se fue imponiendo el pantalón de paño igual al de la casaca. Las dos prendas se hicieron de colores oscuros cada vez con mayor frecuencia, sin bordados ni adornos, siendo los chalecos la única parte del vestido donde se permitía la fantasía. Los revolucionarios adoptaron los sencillos trajes ingleses que les parecían más acordes con las ideas de libertad y democracia, y a partir de entonces los hombres usaron trajes cada vez más sobrios, identificaron virilidad con sobriedad y dejaron los adornos y los colores para los vestidos femeninos.

Al sombrero tricornio le sucedió el bicornio, el que usaba Napoleón, pero no duró mucho tiempo, ya que a finales del siglo XVIII se empezó a usar el sombrero de copa, que fue el más utilizado durante el siglo XIX. El vestido y el calzón de seda y con bordados quedó reservado para la corte.



Figura 10. Traje masculino (ca. 1800). Museo del Traje.



Figura 11. Vestido (ca. 1800). Museo del Traje.

El cambio del vestido femenino fue espectacular. Llegó a la moda el Neoclasicismo como había llegado antes a la Arquitectura y a la Pintura. Las mujeres quisieron vestirse como las estatuas clásicas con trajes enteros de telas blancas y vaporosas, con el talle bajo el pecho, mangas cortas y zapatos bajos, sin tacón. En España este traje se llamó simplemente "camisa" y se hizo de la tela que había llegado a triunfar sobre todas, la muselina. Las mujeres no llevaron ninguna armadura debajo del traje y se adivinaba bajo él la forma del cuerpo, novedad realmente extraordinaria; era algo que desde hacía muchos siglos no ocurría. Las cabezas fueron pequeñas, con cabellos cortos o un moño atrás, y con rizos sobre la frente. Esta moda estaba muy en consonancia con las ideas revolucionarias de sencillez y libertad y todos los países europeos la adoptaron, aunque no hiciesen lo mismo con las ideas políticas. Fue una moda que duró poco tiempo; aunque se siguió llevando el talle alto, muy pronto apareció el corsé y se empezaron a usar otra vez las

sedas oscuras y pesadas, los adornos voluminosos y las mangas hinchadas.

Las mujeres españolas siguieron usando durante estos últimos años el "vestido nacional" tanto o más que antes, pero lo adaptaron a la nueva silueta del talle alto. Las basquiñas fueron más pegadas al cuerpo, como marcaba la moda, y los jubones, muy cortos, parecidos a la chaqueta que se usó en toda Europa para ponerse encima de las camisas, el *spencer*. Justamente con el cambio de siglo fue cuando las mujeres elegantes prefirieron retratarse vestidas con el "traje nacional" más que con vestidos de moda francesa; hay una larga lista de damas españolas así vestidas retratadas por Goya. Un poco antes de hacer el retrato de la Condesa de Chinchón con una preciosa camisa (1800), casi igual a las que se pueden ver en la vitrina, Goya pintó a la Duquesa de Alba con mantilla y basquiña y, al poco tiempo, a la propia reina María Luisa. Las españolas debían de encontrarse con este traje muy guapas y favorecidas.

Figura 12. Vitrina *Majismo*. Museo del Traje.



# Indumentaria en España: el periodo isabelino (1830-1868)

Pablo Pena González

## París, Londres, Madrid

Con la sola excepción de los trajes regionales, no puede decirse que exista una indumentaria específicamente española en tiempos de Isabel II. Según avanza el siglo XIX, España se ajusta cada vez más al dictado de París, productora de cuantos grabados se puedan contemplar en aquellas primeras revistas de modas. Cuando en 1845 Gautier pasa por Madrid, escribe que no ha encontrado ni una manola verdaderamente castiza:

“La manola es un tipo desaparecido, como la griseta de París, como las transiberinas de Roma; existe aún, pero despojada de su carácter primitivo. Ya no lleva su traje atrevido y pintoresco (...) He buscado la manola pura sangre por todos los rincones de Madrid: en los toros, en el jardín de las Delicias, en el Nuevo Recreo, en la fiesta de San Antonio, y no he podido hallar ni una completamente castiza”<sup>1</sup>.

El título de este apartado lo he copiado de un libro de viajes de 1861 donde su autor, Eugenio de Ochoa, compara las verdaderas capitales de Europa, París y Londres, con Madrid<sup>2</sup>. Sin duda la influencia de París en la moda española ha de juzgarse muy superior a la de Londres. La última, en cierta medida, conserva el honor de haber inaugurado el traje masculino contemporáneo; es decir, el terno clásico de chaqueta, chaleco y pantalones.

Rara vez se menciona alguna invención de modas procedente de la capital inglesa<sup>3</sup>; la influencia de Londres fue más vaga, pero quizás más diversa:



Figura 1. Fernando VII y María Cristina. Cruz y Ríos. Museo de Bellas Artes de Asturias.

- 1 GAUTIER, T., 1985 (1845), *Viaje por España*, Barcelona, 1845, pp. 96-97.
- 2 OCHOA, E., *París, Londres y Madrid*, París, 1861, p. 261.
- 3 Apenas una mención en LA ILUSTRACIÓN (8/VII/1848, p. 152) que explica e ilustra dos arreglos para el cabello inventados por la modista londinense Mme. Bernard (Londres, Reegent Street, 300).





Figura 2. Señora de Delicado Imaz, Vicente López. Museo Nacional del Prado.

“Los legisladores estudian las leyes, el carácter y costumbres de la Gran Bretaña, los ministros negocian tratados con la corte de Londres, dinero en su bolsa, armas en sus arsenales, y defensores en su ejército. Los oradores parlamentarios dicen “*bill de indemnité*”, los políticos de café hablan de Torisk y de Wights; los elegantes remedan a los dandys, montan caballos ingleses y corriéndolos por las calles las convierten en Hyde-Parck o New Market; y los sastres en fin hablan con desdén de las modas parisienses y corren en persona a las orillas del Támesis para contraer este nuevo empréstito”<sup>4</sup>.

4 SEMANARIO PINTORESCO ESPAÑOL, n.º. 7, 15/5/1836.

5 BOEHN, M., *La moda. Historia del traje en Europa desde los orígenes del cristianismo hasta nuestros días*, Barcelona, 1945, VI, p. 149.

6 CORREO DE LAS DAMAS, 7/III/1833, p. 46.

7 LA MARIPOSA, n.º. 13, 10/8/1839, pp. 97-98.

Fue lugar común el referirse a Londres al hablar de la elegancia masculina, pero yo no he encontrado publicación alguna o tratado de confección inglesa en los depósitos españoles. Por el contrario, la Biblioteca Nacional conserva diversos números del *Journal des Tailleurs*, editado por el sastre parisino Compaigne. Resulta más convincente pensar que si los sastres españoles más célebres, como Utrilla o Bruguera, llegaron a olfatear el buen gusto inglés lo hicieron a través de esta publicación francesa.

Como el resto de las naciones, España se sometió al embrujo de la capital parisina. Nada en cuestión de trajes se sustraía a su influencia, e incluso la reina María Cristina encargó su vestido de novia a Mme. Ninette en 1830<sup>5</sup>. Todavía en los primeros años del Romanticismo París quedaba un tanto lejano a las españolas, más que nada porque las revistas de moda no vivieron su eclosión en nuestro país hasta 1829 con *La Moda* (Cádiz) y 1833 con *Correo de las Damas* (Madrid). Así, la última se quejaba del retraso de España en cuestión de vestidos:

“En Madrid apenas se puede llamar voluble a la moda: por lo regular viene cuando se ha cansado ya de llamar a todas las puertas de París y aquí fija descansadamente su domicilio: la moda en fin que conocemos por acá nada tiene de loca ni de inconstante. Siempre los mismos vestidos, siempre los mismos sombreros, y lo que es peor, siempre el mismo dinero”<sup>6</sup>.

Pero esta situación cambió rápidamente. Además de *Correo de las Damas*, en la década de 1830 vieron la luz las revistas femeninas *La Mariposa* y *El Buen Tono*, y desde 1836 el *Semanario Pintoresco Español* acredita también las novedades parisiñas. La cosa se mueve, la moda se diversifica con la originalidad francesa; para los de siempre, incluso en demasía.

Ya sea en el Prado, ya en las altas reuniones, ya en las sociedades de la clase media, y aún casi en algunas del pueblo, dominan las modas francesas. No tenemos valor para ser originales, para ser nosotros mismos<sup>7</sup>.

La dominación parisina se constata también en los nombres afrancesados de las modas (*paletot* o *pardesús* en vez de gabán), la costumbre de dirigirse a las modistas más importantes como *madames*, y la costumbre de garantizar los pro-

ductos de belleza mediante el consabido "llegado de París".

## El traje femenino

### La ropa interior

Entre 1830 y 1914, una mujer vestía tanta o más ropa interior que exterior. Desde luego, sería demasiado pedir que los pintores de época tan pudibunda nos hubieran legado alguna ilustración de esta circunstancia. No obstante, la propia silueta —anormalmente estrecha la cintura y amplia la falda— delata la presencia de infraestructuras bajo el vestido. Primero, y sobre todo, ésta es la época en la que se recupera el corsé. La instalación de fábricas de corsés permitió elaborarlo con innumerables variantes, pero en términos generales de evolución nos basta con saber que el corsé de los años 1830-1845 abarcaba desde los sobacos hasta la cadera, para después recortarse por los citados extremos y permitir el crecimiento de la falda. Segundo, bajo la falda encontraríamos un ingente vestuario: calzoncillos, pantalones de volantes (por si el vaivén de las crinolinas provocaba una indiscreción), zagalejos y miriñaques. Para ahuecar la falda se contaba con enaguas de volantes, tiesas y pesadas enaguas crinolizadas (lana o lino mezclado con crin) y, desde 1850 aproximadamente, miriñaques, auténticas cimbras falderas sin las cuales no se explican los trajes de las figuras 6, 7 y 9. Este conjunto de armazones y andamios, más que el corte de los trajes, explican la forma del vestido romántico y acotan su moda entre 1825 y 1870<sup>8</sup>.

### El ideal femenino

**EL TRAJE DE BAILE.** Ya entonces las mujeres preferían immortalizarse ataviadas con sus galas más espléndidas, las que utilizaban para ocasiones sociales y que, en perfecta coherencia, eran denominadas "trajes de sociedad" o "trajes de baile"; que no había reunión distinguida sin su ración de contoneo. El traje de baile equivale al ideal femenino romántico, porque en ninguna otra ocasión la mujer se acicalaba con mayor esmero. Son las reuniones sociales el lugar donde cumple su papel en la vida: cazar un buen marido.

Detengámonos un momento sobre ese ideal. Las revistas de moda hablan de mujeres de dos edades: la joven casadera



Figura 3. *El sastre de Palacio Don Cayetano Fuentes y su familia*, José Elbo (1837). Museo Romántico.

y la señora. *El Correo de la Moda* recomienda para la primera vestidos de tonos claros y tejidos livianos, y para la segunda, géneros de mayor cuerpo y tonos brillantes:

"Hasta los veinticuatro años nos es permitido un traje que nos envuelva en una nube de gasas y de tules; hasta esa edad nos es lícito transformarnos en hadas o ninfas, pero en llegando a los veinticinco, ya es imprescindible vestirse como una mujer"<sup>9</sup>.

Esta cita nos permite acercarnos aún más al ideal femenino que persigue el traje romántico al sugerir que las jóvenes se vistan como hadas y ninfas. Y en efec-

8 Cfr. PENA, P., "Ropa interior en el Romanticismo", *Anales del Museo Nacional de Antropología*, n.º. 8 (2001), pp. 217-241.

9 EL CORREO DE LA MODA, Periódico del bello sexo. Modas. Literaturas, Bellas Artes, Teatros, etc., Imp. de Andrés Peña, Madrid, n.º. 146, 16/1/1856, p. 16.



Figura 4. La familia de Don Jorge Flaquer, José Espalter. Museo Romántico.

to, según el teatro de la época, el vestido de la Condesa de Vilches (fig. 8.) recuerda al de una ninfa, mientras que los de Luisa Fernandina de Borbón (fig. 5.) y la Duquesa de Castro Enríquez (fig. 11) se adaptan a lo que el ballet romántico entendía por un hada. Concluimos que el ideal femenino romántico procede del teatro y muy especialmente de la ópera y el ballet. Este tipo de vestido, compuesto por un corpiño vuelto en forma de berta (el volante del escote) y amplia falda de materiales esponjosos y traslúcidos, se confirmó como el vestido romántico por antonomasia en 1832 para no perder su pedestal hasta después de 1865. En 1832

María Taglioni estrenó el ballet *La Sylfide* ataviada con un vestido que recibió el mismo nombre: la sílfide, el traje de ballet desde entonces, formado por corpiño blanco y tutú. Si se convirtió en el traje de ballet imprescindible, lo hizo porque cristalizó un ideal compartido por toda la sociedad. La joven romántica debía asemejarse a un hada, una ninfa o una wilis, seres ligeros, gráciles, etéreos, vulnerables. Desde 1832, cuando una mujer se vista para un baile (o lo que es lo mismo, para encontrar novio, propósito de aquellas reuniones) tratará de secundar el ideal femenino de la sílfide y se vestirá de bailarina.

## Evolución del vestido femenino

### El estilo neomanierista, 1828-1836

El atavío femenino de la década de 1830 se caracteriza por las mangas más desarrolladas de todo el siglo XIX. En la figura 1 la reina María Cristina exhibe un traje de terciopelo con mangas ajamonadas y se adorna con boa de armiño. El sombrero que luce, inmenso y con plumas, pertenece igualmente a esta década; moda efímera que sucumbirá al empuje de las tímidas capotas románticas. Por su parte la figura 2 nos permite observar el peinado más característico de este período indumentario: el peinado de alto moño, dicho "a la jirafa", y la mantilla, ornamento del que nos ocuparemos más adelante y que nuestra modelo luce pendiente sobre los hombros. En ambos casos las mangas hiperbólicas parecen proceder del *Cinquecento*, y esta procedencia no es improbable porque ya en 1836 ya se habían estrenado por toda Europa óperas historicistas que revitalizaban el Renacimiento: *Lucrecia Borgia*, *Ana Bolena* y *María Estuardo*, de Donizetti, y *Los Capuletos y los Montescos*, de Bellini<sup>10</sup>.

### El traje sencillo de hacia 1840

Fue como si todas aquellas protuberancias del traje de 1830 explotaran: cayeron los moños del peinado jirafa y reventaron las mangas jamón para ajustarse al brazo. Las muchachas y la esposa de Jorge Flaquer (figura 4) lucen vestidos lisos y a cuadros, tan sosos como los de las mujeres mormonas o los que imaginamos leyendo las andanzas de Jane Eyre. Desde 1838, el peinado romántico característico va a ser el de guedejas lánguidas sobre las sienes, llamado "peinado de bandós".

### El estilo neorococó, 1848-1862

Del estilo de los años cincuenta debemos destacar la perfecta combinación de infraestructura y superestructura centrífugas: el miriñaque y el vestido de volantes. En la década de 1850 volvió el rococó, estilo al cual sabemos era muy adicta la emperatriz María Eugenia, y así los escotes se abrieron formando un triángulo sobre el tórax, las mangas se confeccionaron cortas y desbocadas en el antebrazo (a la chinesca, a la pagoda o a la Pompadour) y las faldas iniciaron un paulatino engrosamiento



Figura 5. Retrato de la infanta Luisa Fernanda de Borbón, Duquesa de Montpensier, Federico de Madrazo (1851). Museo del Prado.

con la introducción del miriñaque, la famosa jaula de flejes metálicos denominada en Francia "crinolina". Si el estilo neorrenacentista de la década de 1830 provenía del teatro, el neorococó enciende el apetito indumentario en los bailes de disfraces:

"Merced a los bailes de máscaras, que tanto gustaban, y a las fiestas de trajes, que se desarrollaban conforme a un programa previamente trazado, las

<sup>10</sup> Historiadoras anglosajonas, como Millia Davenport, califican este primer estilo del vestir romántico como traje "neogótico", debido a la prolongación del estilo gótico en Inglaterra hasta principios del siglo XVII; es decir, coincidiendo con el estilo renacentista y manierista de otras naciones europeas. M. DAVENPORT, *The book of costume*, Nueva York, 1948, p. 793.



Figura 6. (Detalle 1) *La procesión del Corpus en Sevilla*, Manuel Cabral y Aguado Bejarano (1857). Museo Nacional del Prado.



Figura 6 bis. (Detalle 2) *La procesión del Corpus en Sevilla*, Manuel Cabral y Aguado Bejarano (1857). Museo Nacional del Prado.

11 VON BOEHN, M., "La Moda. Historia del traje en Europa desde los orígenes del cristianismo hasta nuestros días", Barcelona, 1945, vol. VII, p. 136.

12 EL CORREO DE LA MODA, op. cit., n.º. 149, 8/II/1856, p. 44.

damas tuvieron que estudiar los trajes históricos, encontrando que los que mejor les quedaban eran los de las épocas Luis XIV y Luis XVI"<sup>11</sup>.

El cabello continúa peinándose con raya al medio y bandós, pero ahora recibe una adorno especialmente característico de la década de 1850, los prendidos. Generalmente se trataba de arreglos para el cabello, diademas combinadas con encajes, flores, plumas, perlas, hilos de oro. En *El Correo de la Moda* leemos:

"Los prendidos para soar se componen por lo general de enrejados de perlas o de cuentas de oro y plata. También juega mucho en ellos el terciopelo con caprichosos adornos de plumas, blondas y flores"<sup>12</sup>.

En los detalles del cuadro de Cabral y Aguado Bejarano (figuras 6 y 6 bis) podemos apreciar el efecto del miriñaque bajo las faldas y la elegancia de las mujeres acaudaladas. En el extremo inferior izquierdo vemos una mujer con un vestido verde de tres volantes rematados con galones rojos y abrigada con una mantilla blanca orlada de flocaduras. Su compañera luce dos piezas a juego en lustroso tafetán en seda azul, el cuerpo (hoy diríamos chaqueta) terminado por detrás en haldeta y una falda. De paso, apreciamos en el caballero que la chaqueta masculina, cortada al modo de nuestras modernas americanas, ya era una realidad en la España de 1850. En el extremo opuesto del lienzo (figura 6 bis), una mujer agachada y dialogando con una niña presenta vestido negro, chal amarillo (mantón favorito después de 1836) y mantilla de seda negra; todavía delante de ellas encontramos tres mujeres con trajes de miriñaque y caracós o chaquetillas con haldetas.

#### El estilo estructuralista, 1862-1868

Figura 9: el miriñaque ha perdido abombamiento por delante, pero, en su base, la base se presenta con un perímetro asombroso y se ha operado un notable alzado del talle. Así, la última falda romántica es la más grande de todo el período. Podría afirmarse que la mujer pretende compararse con una cúpula barroca, donde la falda sería la cúpula propiamente dicha y el cuerpo y la cabeza, más diminutos que nunca, la linterna. El peinado consigue desembarazarse de los sempiternos bandós y se construye como un marco de regulares proporciones para el óvalo de la cara.

## Los complementos de moda: pañuelo, sombrilla, guantes

Una cita encontrada en un ejemplar de *El Pénsil del Bello Sexo*, de 1845, parece escrita esta misma mañana:

“Sabido es que los accesorios suelen ser, a veces, cosas indispensables para que reine en todo una completa armonía, sin la cual dejan de ser los trajes verdaderas obras de arte”<sup>13</sup>.

Los pañuelos en manos de señoras (figuras. 2, 5, 9) se han visto en todas las épocas pretéritas. Los románticos los preferían, según explica *El Tocador* en 1844, bordados, provistos de guarniciones de encaje o al menos con un festón en el borde<sup>14</sup>. En tanto que objeto del vestido, con sentido de adorno de la mano más que de complemento higiénico, los pañuelos habían de recibir un mimo decorativo digno del resto del traje:

“Los pañuelos de la mano reúnen en el día todo el lujo y elegancia posibles; al bordado mate ha sustituido uno en que se hallan enlazados diversos dibujos a un festón de hilo casi imperceptible. Para visitas se usan pañuelos de batista bordados de colores, para soirée batista también con un bordado de menudas flores caladas”<sup>15</sup>.

Como en el caso del pañuelo, la moda del parasol excede los límites temporales del Romanticismo (fig. 6). Accesorio imprescindible de señorita cuya principal función era la de preservar la tez del bronceado. Una noticia de 1852 nos pone al corriente de las más novedosas:

“La Maintenon es recta con mango pequeño, y se hace de tamaño mediano sin flores. La Marquesa, sombrilla pequeña en forma de media naranja con abertura. Todo lo caprichoso, fantástico, elegante y lujoso conviene a esta sombrillita cuyo mango está artísticamente trabajado, se adorna con un deshilado a puntas y se forra de tafetán blanco. La sombrilla Baronesa, es un medio entre la Maintenon y la Marquesa, se guarnece con franja o deshilado y también se forra. Esta sombrilla puede usarse con toda clase de trajes”<sup>16</sup>.

El accesorio romántico por antonomasia: los guantes. Nunca como en el Romanticismo se han vestido los guantes. Los de una dama debían ser blancos y de cabritilla:

“Los guantes, una de las partes menos costosas de nuestros vestidos, son sin embargo un objeto de gasto por la suma facilidad con que se ensucian, y particu-



Figura 7. Doña Elvira Álvarez, José Vallespín y Aivar (1856). Museo Romántico.



Figura 9. Duquesa de Castro Enríquez, Federico de Madrazo (1853). Museo Nacional del Prado.



Figura 8. Condesa de Vilches, Federico de Madrazo (1853). Museo Nacional del Prado.

larmente los guantes blancos; pero precisamente estos son los que hay que llevar con más frecuencia”<sup>17</sup>.

13 *EL PÉNSIL DEL BELLO SEXO*, Periódico semanal de Literatura, Ciencias, Educación, Artes y Modas, dedicado exclusivamente a las damas, Imprenta de José Rebolledo y Compañía, Madrid, 7/XII/1845.

14 *EL TOCADOR*, Gacetín del Bello Sexo, Periódico semanal de educación, literatura, anuncios, teatros y modas, Establecimiento Artístico-Literario de Manini y Compañía, Madrid, n.º. 2, 21/VII/1844, p. 29.

15 *SEMANARIO PINTORESCO ESPAÑOL*, Imp. de D. T. Jordán, Madrid, n.º. 11, 14/III/1847.

16 *EL CORREO DE LA MODA*, op. cit., n.º. 16, VI/1852.

17 Mme. CELNART (Elisabeth-Félicie Bayle-Mouillard), *Novísimo manual completo de señoritas o de las artes y oficios que las convienen y en que se pueden ocupar con utilidad y recreo*, tales son: toda clase de costura y hechura de vestidos; las diferentes especies de bordados; las labores de punto de aguja; la fabricación de encaje y calados; las obras de cañamazo y tapicería; las de punto de red, felpilla, abalorio y pasamanería; todo género de bolsillos, de flores y de frutos artificiales, cestitos y canastillos de adorno y de obras de pelo; la pintura a la oriental sobre papel y sobre telas, incluidas las cortinas transparentes y las lacas chinas e inglesas; el arte de zurcir, de hacer corsés, de coser guantes, de quitar manchas y de componer y reparar las telas y labores, Calleja, López y Rivadeneyra, Madrid, 1857, p. 493.



Figura 10. *Los poetas contemporáneos o lectura de Zorrilla*, Antonio María Esquivel (1846). Museo Nacional del Prado.

Figura 11. *Segismundo Moret*, Federico de Madrazo (1853). Museo Nacional del Prado.



Se estilaron cortos y largos, de seda y de encaje. No había razón, sin embargo, para arruinarse con este gasto pues era posible lavarlos:

“Se lavan al vapor toda clase de guantes, ya sean de cabritilla, castor o seda. Se componen y limpian, poniéndoles botones si les faltan, y quedan sin mal olor después de lavados. Por dos reales, tienda de los Guantes Azules, calle del Carmen, núm. 23”<sup>18</sup>.

El vaciado de facturas del Archivo del Palacio Real nos descubre el inmenso dispendio que la familia de Isabel II dedicaba a los guantes. Se conservan facturas del guantero de cámara Lafin, con fábrica en la calle madrileña de Carretas, de los años 1857, 1862 y 1863. En el primer semestre del año 1857, esta empresa envió 220 pares de guantes para la Reina y su esposo por un precio de 3292 reales de vellón<sup>19</sup>; y las facturas de diversos meses del año 1862 suman 466 pares de guantes por un valor de 7525 reales de vellón<sup>20</sup>. Estas facturas nos aclaran que se trataba de forma mayoritaria de guantes de cabritilla blan-

18 EL *DEFENSOR DEL BELLO SEXO*. Periódico de literatura, moral y modas, dedicado exclusivamente a las mugeres, Sociedad Tipográfica de Hortelano y Compañía, Madrid, 5/X/1845, p. 32.

19 Archivo General del Palacio Real de Madrid, Sección Administrativa, Cuentas de Particulares, leg. 5236, facturas de 31/I/1857, 28/II/1857, 3/III/1857, 31/IV/1857.

20 dem, leg. 5236, facturas de: 28/II/1862, 5/III/1862, 14/III/1862, 30/IX/1862, 30/XI/1862.

cos y superfinos, con botones para atar en la muñeca, y algunos de ellos con caña.

### Modas españolas: la mantilla y el abanico

Hacia 1830 no había mujer en España que se privara de mantilla; veinte años después, exonerada por el sombrero, el chal, la manteleta y otras innovaciones francesas, se convierte en atuendo folclórico para los toros y la Semana Santa.

La crisis de la mantilla se detecta en las revistas ya en 1835. En este año el *Correo de las Damas* se proclamaba partidario tanto de la mantilla como del sombrero: animaba a las damas a procurarse ambas modas, confiando en el triunfo de la primera, que consideraban estéticamente superior<sup>21</sup>. Es notable que un sencillo comentario de una revista femenina lograra captar la atención de los intelectuales (hecho hoy en día inimaginable), pero así fue. Eugenio de Ochoa respondió encantado a semejante ocurrencia: "Una y mil enhorabuenas a nuestro compañero del *Correo de las Damas* por haber, el primero entre los periódicos, elevado la voz contra el antipatriótico uso de los sombreros femeniles"<sup>22</sup>. Y Mesonero Romanos le ofreció apoyo desde su *Semanario*<sup>23</sup>.

En 1837 la mantilla fue exportada a Europa. El suceso lo recogió para el *Semanario Pintoresco Español* la periodista Clementina, corresponsal en París:

"Este gracioso capricho lo hemos tomado de las españolas, aunque ellas pretenden que jamás las francesas saben sacar todo el partido de un auxiliar tan poderoso de las gracias y la ligereza: dicen que ignora toda extranjera el modo garboso y señoril de llevar la seductora mantilla, cuyos más insignificantes pliegues dejan traslucir la tierna imaginación y ocultas miras de quien en ella se esconde. Cedamos pues a las gallardas españolas el arte de manejar tan interesante velo, y contentémonos con saber que nuestras modas penetran más allá de los Pirineos"<sup>24</sup>.

La mantilla seguiría captando la atención de los europeos en diversos momentos entre 1835 y 1850, y recibió nombres tan diversos como "camail", "crispina", "cardenala" y "redowa"<sup>25</sup>. En España fue también denominada "nube"<sup>26</sup>. Ya en 1851 podemos darla por extinguida incluso en nuestro país. Un lector de *La Ilustración* que firma con las iniciales T. Z., se lamenta:



Figura 12. Conde de Eleta, Federico de Madrazo (1856). Museo Nacional del Prado.

21 *CORREO DE LAS DAMAS*. Periódico de modas, bellas artes, amena literatura, música, teatros, etc., Imprenta de J. Sancha, Madrid, 21/VII/1835, p. 213.

22 *EL ARTISTA*, Imprenta de J. Sancha, Madrid, 1836, pp. 59-60.

23 Cit. BERNÍS, C., "El traje burgués"; en MENÉNDEZ-PIDAL, G., *La España del Siglo XIX vista por sus contemporáneos*, Madrid, 1988, vol. I, p. 473.

24 *SEMANARIO PINTORESCO ESPAÑOL*, op. cit., n.º. 42, 15/II/1837.

25 BOEHN, op. cit., p. 63.

26 *LA MUJER*, Periódico defensor y sostenedor de los intereses de su sexo, redactado por una sociedad de jóvenes escritoras, Imprenta de José Trujillo, hijo, Madrid, n.º. 95, 18/II/1844.



"¿Cuánto más graciosas, cuanto más elegantes han sido siempre las mantillas nuestras, que esos sombreros que nos introducen?"<sup>27</sup>.

Por último, los abanicos se consideran el complemento de coquetería de la mujer romántica española. Teófilo Gautier, cuando visita nuestro país, afirma no haber visto mujer desprovista de ventilador, y lamenta que sólo las españolas sepan manejarlo:

El manejo del abanico es un arte completamente desconocido en Francia. Las españolas lo realizan a la perfección; el abanico se abre, se cierra, se revuelve entre sus dedos con tal viveza y tan ligeramente, que un prestidigitador no lo podría hacer mejor<sup>28</sup>.

Un anuncio publicitario de 1852 nos revela los materiales habituales de los abanicos que se fabricaban en Madrid: nácar, hueso, asta y sándalo<sup>29</sup>.

## El traje masculino

### El ideal masculino

El dimorfismo sexual del traje —la primera función del vestido es denotar el género— nunca ha sido tan evidente como en el Romanticismo: nunca antes el traje masculino se había diferenciado en tantos aspectos (forma, color, material) del traje femenino; nunca antes se habían clarificado con tanta precisión los elementos indumentarios opuestos para el hombre y la mujer. Frente a la estructura centrífuga y volátil del vestido femenino, el hombre aparece encerrado en prietos estuches como si el principio del guante hubiera sido aplicado a todo el cuerpo. En oposición al colorido variado y la profusión ornamental del indumento femenino, el traje del caballero se ha vetado todo elemento ornamental y ha restringido su paleta a cuatro o cinco tonos oscuros. Contra un catálogo de géneros textiles brillantes, esponjosos, traslúcidos, que caracterizan al vestido femenino, el hombre se circunscribe al austero paño de lana para los trajes y a los algodones para las camisas y chalecos. Esta división indumentaria tajante de los géneros, elaborada mediante términos opuestos, nos revela la disparidad de los roles masculino y femenino. Mientras la mujer hereda del Antiguo Régimen su papel pasivo y decorativo, el hombre ha renunciado al traje brillante del Rococó para subrayar su rol activo, síntoma del triunfo burgués.

La sensibilidad hacia el traje de los desfavorecidos, el traje proletario y campesino, se acrecienta a partir de la Revolución Francesa. El traje masculino romántico bebe de fuentes militares (el frac y la levita proceden de la casaca) y de fuentes proletarias. Es un traje *sans-culotte*: el calzón fue la prenda característica de los aristócratas del XVIII y logró mantenerse de moda tres décadas más, hasta que fue derrotado por los pantalones campesinos. No hay duda de que el Romanticismo prefigura una nueva lógica indumentaria característica del vestir contemporáneo que ha ido franqueando el umbral de la elegancia a los artículos de los humildes: primero el pantalón, luego la chaqueta, después el *jean*, por último la camiseta. En un mundo donde cada día que pasa resulta más necesaria la negociación y donde los derechos de los individuos de cualquier estamento social van paulatinamente equiparándose, merced a las protestas de los desfavorecidos, se impone un traje despojado de signos marginantes. Igual que un político socialista prescinde del terno azul marino y se presenta en camisa y cazadora buscando la identificación con sus votantes, un terrateniente presumido puede encontrarse con problemas. El avance democrático, en definitiva, también se ha ido escribiendo sobre la indumentaria.

### El traje de caballero

El retrato multitudinario pintado por Esquivel (figura 10) nos permite apreciar un catálogo muy completo del traje masculino de mediados del siglo XIX: trajes negros compuestos por frac y pantalones, chaleco blanco de cutí, inexcusable bigote, cabellos bien peinados y a menudo con guedejas laterales a juego con los bandós femeninos. El pintor llama nuestra atención sobre sí mismo y los personajes en torno a su caballete. El artista se distingue con un chaleco de fantasía, propio de creativos, y un gabán o paletó, sinónimo de progresismo. A su izquierda, con pantalón azul, un caballero especialmente elegante viste un frac cerrado con dos hileras de botones dorados y terminado en faldón curvo sobre la cadera —a la inglesa—, moda que no superará la fecha de 1850.

Óleo que también nos permite refrendar las hipótesis arriba expuestas sobre el simbolismo democrático del traje masculino. En este cuadro nos resulta imposible adivinar qué caballero es más rico o quién es

27 LA ILUSTRACIÓN, Periódico universal, Oficinas y Establecimiento Tipográfico del Semanario Pintoresco y de La Ilustración, Madrid, 7/4/1851, p. 185.

28 T. GAUTIER, Viaje por España, Barcelona, 1985, p. 94. T. GAUTIER, Viaje por España, Barcelona, 1985, p. 94.

29 LA MUJER, op. cit., n.º. 1, 1/VIII/1852. LA MUJER, op. cit., n.º. 1, 1/VIII/1852.

un aristócrata. La necesidad de negociar aproxima a los hombres y éstos eliminan de sus trajes los rasgos diferenciales.

### El gabán

Capa de mangas, tuina, jaique, carrique, paletó, gabán: todas estas prendas fueron gabanes, padres del abrigo contemporáneo, nietos de la roqueloura y el redingote de la Guerra de la Independencia (figuras 11 y 12). El gabán, por su evidente funcionalidad, remplazó a la capa que había sido moda característica de la España setecentista. Dolió:

“La capa madrileña llega a su apogeo en el siglo XIX (...) Triunfó plenamente, hasta que los figurines exóticos nos trajeron los carriks, los macfarlans y los sobretodos, que le quitan a la figura varonil su aire elegante y desenvuelto. Los partidarios del gabán aparte de la rutina afirman que abriga más que la capa. Reconozco que está bien para septuagenarios frioleros”<sup>30</sup>.

La primera noticia que conservo de la moda del gabán en España data de 1839. *La Mariposa* nos confirma su ingreso en el vestuario masculino de los españoles y lamenta profundamente que venga a jubilar a la capa:



Figura 13. Rafaela Flores Calderón, Antonio María Esquivel. Museo Nacional del Prado.

30 CARRERE, E., “La capa madrileña”, en ROCA PIÑOL, P. (Coord.), *La estética del vestir clásico. Antología compuesta a la mayor gloria gremial de los tejidos españoles*, Tarrasa, 1942, p. 450.



Figura 14. Manuel Flores Calderón, Antonio María Esquivel. Museo Nacional del Prado.

“Se generaliza profusamente la moda de los gabanes; ipero qué formas son las suyas! Cuanto más horrible ha inventado el hombre, otro tanto ha aplicado a esta gala desgraciada en su origen, y más desgraciada aun en el nuevo corte que se le ha dado”<sup>31</sup>.

Feo y algo más que eso le parece el gabán a Mesonero Romanos, quien en 1842 le dedica una retahíla de filípicas:

“Hemos llegado a una época en que no hay creencia en la moda, como no la hay en política, en literatura, ni en nada: reina en ella la anarquía, como en la sociedad: se afecta el mal tono y el feo ideal como en las acciones: se encubre el vacío a fuerza de tela, como la falta de razón a fuerza de palabras; por último, se ha destruido toda jerarquía, se han nivelado y confundido las clases, como en el mecanismo social. La sociedad del día está, pues, simbolizada por el gabán”<sup>32</sup>.

Aceptamos el símbolo: el gabán puede efectivamente simbolizar el tránsito de la indumentaria moderna a la contemporánea, porque supone el abandono de la última prenda de configuración geométrica o abstracta por una prenda de vestir de corte anatómico. La capa comprende al ser humano como monolito, mientras que el gabán se adapta a la fragmentación de los miembros corporales y facilita el movimiento. Así, tenemos en la capa a la última prenda aristocrática, destinada al hombre pasivo, y en el gabán, a un instrumento del hombre activo. Además, el gabán se distingue por unas cualidades difíciles de adivinar si no te las cuentan:

“Desde que se llevan paletots ha disminuido sensiblemente el número de rate-rías, por cuanto los bolsillos de detrás van perfectamente resguardados; ainda mais, porque los paletots los tienen delante. Está calculada en doscientos pañuelos diarios la mejora”<sup>33</sup>.

## El traje infantil

Todavía en el Romanticismo el vestido infantil apenas se diferenciaba del adulto excepto en la talla: se viste a los chicos como a caballeros miniaturizados y a las niñas como a enanas. Una salvedad: como las faldas infantiles se confeccionaban cortas por debajo de la rodilla, abrigaban las piernas con pantalones de volantes (fig. 13). Su hermano (figura 14) es un niño endomingado, seguramente con el traje que empleó para recibir la primera Comuni6n.

31 *LA MARIPOSA*, Peri6dico de literatura y modas, Imprenta de Omaña, Madrid, n.º. 28, 19/12/1839, p. 217.

32 *SEMANARIO PINTORESCO ESPAÑOL*, op. cit., n.º. 32, 7/8/1842.

33 *EL PANORAMA*, Imprenta de Jos6 Domenech, Valencia, n.º. 19, 9/IV/1839, p. 300.

# Algunas consideraciones sobre la moda durante la *Belle Époque*

Mercedes Pasalodos Salgado

Un marcado carácter internacional define la moda a partir del siglo XIX. Éste quizás sea uno de los aspectos de mayor trascendencia, que se manifiesta en la rápida difusión de formas y en el cambio de las mismas, en el deseo de incorporar lejanas influencias con una renovada interpretación, en el prestigio y renombre de casas de costura con las que se inicia el renacer de la costura, en la incorporación de tecnologías y nuevas investigaciones que facilitaron la modernización de una industria que amplió sus canales de difusión.

A lo largo de este período tiene lugar en la moda el triunfo del eclecticismo, acogido con gran satisfacción por la mayoría de las mujeres que no podían seguir férreamente los dictados de la moda, dados los rápidos cambios que en ella se registraban. Ante el aspecto variable de aquélla, inmediatamente se perfilaron dos posturas. Por un lado, quienes consideraban que la moda causaba una pérdida de tiempo, que provocaba la disminución de la modestia y de la moralidad, que ocasionaba perjuicios físicos, y que repercutía en el orden doméstico. En la línea opuesta, se valoraba que la moda surgía y cambiaba para buscar remedios y soluciones en función de las necesidades de una época, y era la expresión de la cultura y de la sociedad.

Las revistas femeninas y, más tarde, las revistas de moda activaron uno de los canales de mayor influencia. De los iniciales grabados de moda, sin apenas comentarios, se dio paso a publicaciones periódicas en las que las crónicas de moda adquirieron un mayor protagonismo, acompañadas de ilustraciones, algunas de ellas en color. Aunque en España las publi-

caciones siguieron muy de cerca a sus homónimas francesas, esta hermandad, con el transcurrir de los tiempos, se fue difuminando. El impulso de estas revistas pone de manifiesto el auge que estaban alcanzando la moda y la industria con ella relacionada. Paralelamente a esta evolución, la actividad comercial adquirió una singular proyección.

Dos tipologías de comercios ocuparon el espacio comercial desde mediados del siglo XIX. Por una lado, las tiendas o bazares *magasin de nouveautés*. De otro, las casas de moda. Este fenómeno que está muy bien definido en otros lugares, como en Francia, no fue ajeno en nuestro país. En ciudades como Madrid surgieron desde mediados de la centuria comercios con una amplia variedad y selección de artículos, en donde la confección ocupaba un espacio destacado. Desde los más tempranos, denominados pasajes (como los de San Felipe Neri, Caballero de Gracia o el situado en Espoz y Mina), a los más recientes de finales del siglo XIX y principios del siglo XX, podemos dar una lista inicial que a medida que avanza la investigación crece. En la calle Príncipe número 11 se instaló el almacén de modas *Le Tout Paris* en el edificio de La Equitativa; en la calle Sevilla, y con sucursal en Biarritz, abrió sus puertas el almacén de *Walewly-Lacloche* que tuvo el honor de proveer de diferentes géneros, tanto a la reina regente María Cristina como a la reina Victoria Eugenia. No menos conocido fue el comercio propiedad de Agustín Mansó, *New England*, inaugurado el 17 de enero de 1887; *El Bazar X* en la calle Espoz y Mina; *La villa de Madrid* en la calle Montera; o los alma-



Figura 1. Almacenes El Águila (1910).



Figura 2. Vestido de la Infanta Isabel de Borbón (ca. 1860). Etiqueta: Honorine (Madrid). Museo del Traje.

cenes *El Águila* en la calle Preciados (figura 1), número 3; entre otros.

Con respecto a las casas de modistas la nómina aumentaba cada año. Así por ejemplo, *madame* Carolina, *madame* Honorine (figura 2) o Chavany (figuras 8 y 9), modista de cámara de S.M, fueron renombradas artesanas, cuya actividad la podemos situar en torno a los años cincuenta y sesenta del siglo XIX<sup>1</sup>. Presentación C. de Sánchez, en la calle Príncipe, y Margarita Kempf, en la de Preciados, recibieron importantes encargos, entre ellos los de la infanta Paz, en la década de los 80.



Figura 3. Factura Gosálbez (1906).



Figura 4. Etiqueta Gosálbez. Madrid.

De finales del siglo XIX<sup>1</sup> uno de los nombres más importantes fue el de Dionisia Ruiz (figura 6). A lo largo de su dilatada actividad cambió de taller en diversas ocasiones. Sin embargo, a pesar de las noticias documentales, hasta la fecha no ha sido posible localizar ninguna pieza que saliera de su taller. En este sentido, diferente es el caso de la modista Gosálbez (figuras 3 y 4), de la que el Museo del Traje cuenta con diferentes piezas. Asimismo, en el *Anuario Almanaque* de 1901 se recogen algunas noticias relacionadas con su actividad. Tanto las facturas como las prendas que se conservan ayudan a trazar y definir la situación comercial madrileña. Coronando la factura, figura el nombre de la casa, la dirección, la actividad y especialidad, los premios recibidos y la alusión al distintivo de proveedor real. A continuación se detallan las prendas confeccionadas, en las que se suele especificar los materiales empleados, además de aquellas otras que simplemente han requerido un arreglo. Un dato de singular relevancia que aportan las mismas es el referido a los precios, donde, en ocasiones, se desglosa el coste de la mano de obra y el importe de los materiales empleados.

Por otro lado, las piezas son el testimonio de una realidad. Uno de los datos más significativos es el nombre de la casa o de la modista, estampillado en el interior de la prenda. A partir de 1860 se generalizó en Francia la incorporación de las marcas estampilladas en el interior de los trajes femeninos<sup>2</sup> y, casi paralelamente, las eti-

1 El Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico cuenta entre sus fondos con piezas salidas de los talleres de Madame Honorine (MT001271) y Chavany (MT0014863).

2 *Au paradis des dames. Nouveautés, modes et confections 1810-1870*, París, 1992, p. 52.

quetas, que fueron una aportación de las casas de moda. Esta práctica rápidamente se adoptó en España. Las etiquetas, que en ningún modo pueden ser comparables a la firma de un artista, tenían una importante función. Considerando, como señalábamos al principio, que la internacionalización de la moda es una constante a lo largo del siglo XIX, la etiqueta venía a garantizar su calidad, sobre todo en aquellas prendas destinadas a la exportación. Por otro lado, les confería una categoría diferente, frente a los artículos que se vendían en los comercios de precio fijo.

Otra posibilidad para la comercialización fueron los catálogos, tarjetas de publicidad<sup>3</sup> y anuncios en prensa, que revelan una actividad comercial de gran interés; se trata de un campo al que la investigación no ha dedicado merecida atención, quizás porque rastrear este material no resulta una tarea fácil. En este sentido, son de gran interés los catálogos para equipos de novia (figura 5), donde se da amplia cuenta de su diversidad, descripción de los mismos en cuanto a calidad y número de piezas y, naturalmente, el importe<sup>4</sup>. El antecedente de estos pequeños libros está en el siglo XVIII, cuando sastres y modistas se encargaban de dar publicidad a sus creaciones en cuartillas en las que figuraba el modelo y el precio.

La moda vista por los contemporáneos fue un asunto que despertó interés; pero un interés distinto al de nuestros días. Las advertencias y consejos relatados en los manuales de comportamiento, de urbanidad o de buenos modales, así como en las revistas de la época, recogen el sentir de la época. La instrucción femenina no sólo estaba orientada a los valores religiosos y deberes familiares y domésticos; la actitud, el porte y naturalmente la forma de vestir formaban parte del barniz que una joven recibía para conducirse en sociedad. Las diferencias sociales y las actividades determinaron y condicionaron el traje, que se convirtió en expresión de circunstancias concretas.

Seguir la moda con acierto suponía tener un conocimiento profundo del "arte de vestir" y del "arte del adorno", y dominar a la perfección los principios de este arte significaba saber elegir el traje más conveniente para cada ocasión, aunque los principios de este código fueron complejos. La "armonía" se presentaba como uno de los fundamentos básicos para alcanzar el perfecto equilibrio de la imagen exterior. El

uso conveniente del traje contribuía a disimular la falta de armonía. Con respecto al estilo propio de las españolas, Carmen de Burgos recoge los comentarios de una dama francesa:

"(...) Tenemos un gusto oriental, una pasión por los colores fuertes y los contrastes de color. Esto es cierto y como no nos preocupamos de estudiar el conjunto de los colores, como no contamos con el efecto de nuestra luz sobre ello, como no nos cuidamos de usarlos arbitrariamente, de aquí esa falta de conjunto en la elegancia femenina que se advierte en el verano en las grandes ciudades"<sup>5</sup>.

Desde las páginas de los manuales también se reflexiona acerca de la "belleza física" y de la "belleza moral". La elegancia se expresaba en la forma de vestir, en los movimientos, en los gestos, en la mirada. Incluso, se llegaron a diferenciar unos grados asociados a la elegancia, como la distinción, el encanto, la fascinación y lo chic. Pero, sin lugar a dudas, la sencillez fue el baluarte de la elegancia, en la que no dejaron de insistir las crónicas:

"La única regla infalible para estar siempre bien vestida es la de procurar guiarse por la sencillez; la mujer elegante, no solo se desvía instintivamente de las hechuras rebuscadas y adornos llamativos, sino que se siente atraída hacia las distintas manifestaciones de la sencillez, tanto en la corrección de las líneas como en el matiz de los colores. Esto no implica un total abandono del adorno, pero sí exige un delicado estudio, a fin de que el color, la hechura y el adorno se fundan en un todo armónico, correcto y distinguido"<sup>6</sup>.

En un período en el que la moda está dominada por una necesidad de cambio incesante, el lujo destacaba como el gran enemigo de la elegancia y de las economías más modestas. La preocupación por sus efectos inquietó especialmente, lo que se expresa en el importante número de citas que recogen este sentimiento dadas sus consecuencias:

"A primera vista, cuando se considera lo que puede ser una toilette femenina, parece casi imposible que una mujer, para ir a la moda, tenga que desarrollar lujo tan refinado; pero queda el consuelo de que siempre se puede tomar de la moda reinante aquella parte, la

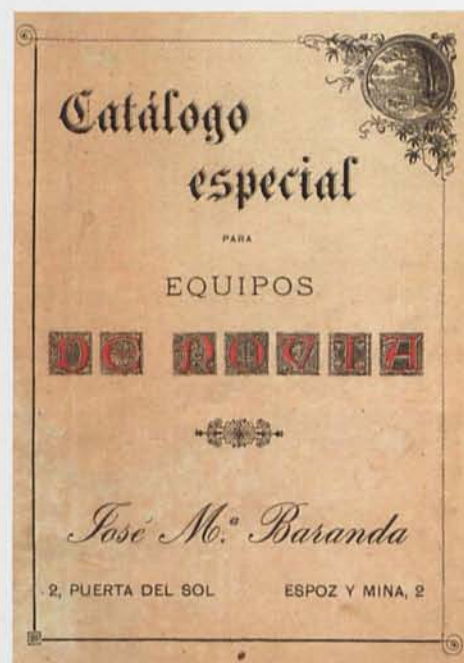


Figura 5. Catálogo de Equipo de Novias (1902).

3 En el *Catàleg de targetes postals de Barcelona* se recogen algunas tarjetas que nos remiten a los almacenes El Siglo. Se puede hacer un recorrido por las diferentes secciones donde se exhiben los variados modelos confeccionados.

4 *Catálogo especial para equipos de novia*, José María Baranda. Puerta del Sol, 2 y Espoz y Mina, 2. Establecimiento Tipo-litográfico de F. Rodríguez Ojeda, Calle de la Montera, nº 10, 1902. Catálogo de equipos de novia y canastilla de Eugenio Rey, Madrid, 1910.

5 Burgos Seguí, Carmen de, *El arte de ser mujer. Belleza y perfección*, Madrid, 1920?, p.181.

6 *El eco de la moda. Almanaque de las gracias y elegancias femeninas*, (1899), p.101.



Figura 6. Factura Dionisia Ruiz (1905).



Figura 7. La moda elegante (1904).

más sencilla, que elimina cuanto constituye adorno demasiado superfluo y costoso.

Lo cierto y verdad es, que dentro del gusto actual, se hace tal derroche de perfecciones y detalles, que la toilette más modesta resulta una verdadera obra de arte. No obstante, se puede obtener un bonito vestido, lindamente adornado, sin necesidad de acumular sobre él bieses, pliegues, trencillas, cordoncillos botones, junquillos y esos mil detalles que decoran aún los vestidos más sencillos.

¡Pero no se desconsuelen nuestras lectoras! No es precisamente la acumulación de guarniciones lo que constituye el encanto de una toilette; se puede ir tan graciosa como elegante con un vestido más sencillo, con tal de que esté bien cortado. Este último punto es muy importante, pues es el que más contribuye a que la ropa siente bien, a que se amolde perfectamente a las indicaciones del figurín y el patrón y no de otra manera a la aventura, como acostumbra a hacer las modistas poco prácticas<sup>7</sup>.

La armonía y la sencillez exterior tuvieron su reflejo en la silueta, constituyendo uno de los aspectos más singulares del estudio de la indumentaria femenina. La evolución de la moda no sólo puede seguirse a través de las transformaciones que se manifiestan en la hechura y en el corte de todo tipo de prendas, en los colores y guarniciones. Asimismo, la silueta, definida en otros momentos por miriñaques, polisones y, sobre todo, por el corsé, vio alterada sus formas naturales. En este sentido la higiene jugó un papel decisivo alertando sobre las posibles contraindicaciones de ciertos usos, sobre todo los relacionados con el corsé, responsable en algunos casos de los trastornos en:

“...el aparato respiratorio al comprimir los pulmones; alerta el aparato digestivo al oprimir el estómago, que adopta una posición casi vertical; desvía el hígado y maltrata la vejiga, comprimiendo el vientre; trastorna la circulación, congestionando por consiguiente el rostro, y aplana y marchita los pechos”<sup>8</sup>.

La higiene se desarrolló como campo de estudio y se definió como parte importante de la ciencia. Sus reflexiones acerca de la moda influyeron considerablemente,

alertando de los caprichosos vaivenes de la moda.

Las aportaciones en este sentido no escasean. Desde mediados del siglo XIX hay un intento material por racionalizar la moda, que parte en sus inicios de Estados Unidos, con la propuesta de Amalia Bloomer. Fue un hecho puntual, pero dio pie a que personajes vinculados al mundo del arte dirigieran su atención hacia la indumentaria femenina, proponiendo diseños con hechuras flexibles que permitían al cuerpo recuperar su protagonismo. Fue en Inglaterra donde se avivaron nuevas ideas llegadas desde el movimiento *Arts and Crafts*. William Morris diseñó algunos vestidos para su mujer, en los que la simplificación no sólo afectaba a la forma, sino también a los elementos decorativos que, sin faltar, contrastaban con las elaboradas hechuras contemporáneas, que, por otro lado, encarecían de forma desmedida las prendas.

Establecer una unión entre el cuerpo y el traje donde lo artístico, lo estético y sobre todo lo funcional se expresaran de forma natural fue la intención de algunos de los implicados en este movimiento. E.W. Godwins, arquitecto y diseñador, equiparar el saber vestirse con la arquitectura, arte y ciencia de la construcción, otorgándole la misma categoría de conocimiento elevado<sup>9</sup>. Desde Alemania también se registró una importante sensibilidad hacia estos aspectos, denominando al traje moderno como “traje reforma”.

El mundo clásico se convierte en una referencia. Así, las inquietudes de Whistler, el interés de Henry Van de Velde, las propuestas de Klimt y Mariano Fortuny y los diseños de Kandinsky y Sonia Delaunay, entre otros, dan forma a prendas que proporcionan una mayor libertad al cuerpo. Pero estas propuestas elitistas se comercializaron de manera minoritaria y no calaron profundamente; esos diseños de hondas raíces estéticas estuvieron al margen de la moda convencional que recogen las revistas. Las cronistas de las publicaciones femeninas manifiestan un involuntario interés por relatar las novedades vistas en los talleres más renombrados, en los teatros y fiestas o en las carreras de caballos. Por otro lado, fue en el “traje de interior” donde las nuevas propuestas estéticas, aunque de forma muy sutil, encontraron un tímido hueco, sobre todo en las hechuras elegidas: hechuras de corte imperio o la túnica con pliegue Watteau, frente a la

7 *El eco de la moda*, (1902), p.50.

8 *El arte de ser bonita*, (1904), p.307.

9 Vid. Stern, Radu, *Against fashion. Clothing as Art, 1850-1930*, Cambridge, 2003, p. 7.

bata de corte princesa más ajustada al cuerpo que, por otro lado, no se abandonó.

Este período que nos ocupa (1890-1914) se conoce genéricamente como *Belle Époque*. A partir de 1890 se inaugura una nueva etapa que deja atrás el uso del polisón, encargado de dar volumen y ahuecar las faldas. Estas pierden el protagonismo de la etapa anterior y dejan paso a formas concebidas con una menor rigidez y con cierto movimiento que intenta responder a los ritmos sinuosos del Modernismo de: el busto de los cuerpos se ajusta al busto mediante el corsé y las ballenas, que se alojan en las costuras de los forros, imprimen una rigidez que se disimula al exterior, porque los tejidos flotan y se despegan de la estructura interior. Característica que se mantiene hasta comienzos de la primera década del siglo XX.

Desde la última década del siglo XIX otros cambios se dejan sentir. Si hasta la fecha cada momento del día y cada actividad habían regulado la etiqueta relacionada con el traje, a partir de ahora no sólo no se abandona sino que se mantiene. Además se definen nuevas categorías de trajes para diferentes actividades que hasta la fecha no habían sido propias de las mujeres. En este sentido, es importante la transformación que se produce en relación con la práctica de determinados deportes. Trajes para montar a caballo o para tomar baños de mar se habían definido en décadas anteriores. Sin embargo, la gran novedad fue la incorporación del traje para montar en bicicleta<sup>10</sup> como consecuencia de la práctica del mencionado deporte. La reacción más inmediata ante todo aquello dio pie a que se iniciara una etapa de reflexión sobre la práctica femenina del ciclismo y su incidencia en el traje<sup>11</sup>.

Otra de las grandes aportaciones fue el traje sastre, sin antecedentes en hechura y función. Su éxito se asocia a la comodidad que proporcionaba y a su carácter práctico, singularidades que se destacan reiteradamente las revistas de moda<sup>12</sup>, desde que Charles Poynter, sastre inglés, conocido como John Redfern<sup>13</sup>, diseñara un traje compuesto por una falda y una chaqueta adecuado para las exigencias urbanas.

Este largo período al que nos referíamos anteriormente, prolonga la presencia de la estética decimonónica hasta 1910. La línea sinuosa define la silueta de 1900, vigente

hasta 1908. A partir de este momento una nueva lectura de las modas de los tiempos del Directorio y del Imperio incorporan el talle alto y la falda recta, dejando atrás aquellos talles finos en los que se marcaba la curvatura de los riñones con faldas de amplísimo vuelo, que se abrían siguiendo ritmos florales. Fecha límite en este recorrido es 1910, cuando se anuncian cambios que introducirán elementos y detalles que triunfarán tras la Primera Guerra Mundial. Túnica, sobrefaldas y faldas pantalón, reales o disimuladas, se acortan progresivamente dejando ver tímidamente el tobillo, novedad importante aunque con precedentes anteriores a lo largo del dilatado siglo XIX. Al mismo tiempo que las faldas se acortan, se estrechan. Pero, sin lugar a dudas, una de las notas de modernidad, no exenta de críticas, fue la incorporación de la falda pantalón hacia 1911. De clara reminiscencia oriental, fue Paul Poiret quien introdujo esta nueva modalidad, aunque, dado el atrevimiento, su uso no se generalizó de manera inmediata. No hay que olvidar que la falda se identifica con la esencia de lo femenino. Por ser una prenda imprescindible, la moda no escatimó esfuerzos para introducir novedades que marcarían su evolución. De aquí que las revistas informasen puntualmente de las transformaciones que tenían lugar; entre otras razones, porque las propias lectoras reclamaban más noticias.

Pero, independientemente de lo que determinara la moda, era preciso conocerse bien para saber lo que convenía. Así, por ejemplo, las faldas ajustadas a las caderas de 1898 no sentaban bien a las que tenían el talle corto ni a las muy delgadas, porque carecían de formas. Por esta misma razón, cuando la falda pantalón intentó hacerse hueco, las revistas no dejaron pasar el asunto, a pesar de que se creía que sería algo meramente transitorio, sin fuerza para implantarse.

Revistas de la época como *La moda práctica*, *La mujer en su casa* o *El salón de la moda*, en sus números de 1911, recogen diferentes comentarios. Desde algunas de estas páginas se intentó hacer campaña para avalar su fracaso, como se pone de manifiesto en las siguientes líneas:

“Lo que creíamos una burla carnavalesca, un capricho de algún modisto fantástico, va tomando aspecto de realidad; sí, estimadas y sensatas lectoras de *La mujer en su casa*: en todas las buenas fuentes en donde yo bebo para comu-

10 Pasalodos Salgado, Mercedes. “La moda sobre dos ruedas”, *Goya*, nº 234, Madrid, 1993; Pasalodos Salgado, Mercedes. “Moda y deportes. El traje para montar en bicicleta”, I Jornadas Internacionales de Museos de Juegos y Deportes, Madrid, 2004.

11 En España la práctica de la bicicleta tuvo una difusión temprana, contando con revistas que lo apoyaron, entre ellas *El deporte velocipédico* (1897-1899). Esta revista da a conocer a alguna de las ciclistas de mayor renombre como Pepita Alcocer, Eulalia Molina y Antonia Moreno. Asimismo las revistas de moda también recogen alusiones en relación con la inclinación de las jóvenes de nuestro país hacia este deporte: “Las señoras y señoritas españolas, se van aficionando insensiblemente al ciclismo, sport siempre ameno y doblemente gratificante durante la primavera y el verano, que son las estaciones del año más propicias para las excursiones y paseos por el campo. Esta última razón me inclina a dedicar el presente carnet a las toilettes de última moda que se usan como una especialidad para entregarse a tan higiénico ejercicio, y que en la actualidad son más elegantes que nunca”. Vid. *La última moda* (1898), nº 541, p.3.

12 El traje *trotteur*, de origen modesto, adoptado primeramente por los modistos ingleses y secundado luego con sus variantes por los parisienses, ha merecido el favor de las mujeres elegantes de todos los países por su comodidad, distinción y, sobre todo, porque está al alcance de todas las fortunas, pues así puede confeccionarse con géneros y adornos de mucho valor, como con muchas clases de telas económicas, y sobre todo, que se usa indistintamente en todas las estaciones...”. Vid. *El hogar y la moda* (1909), nº 18, p. 2.

13 Charles Poynter nació en Inglaterra (1853-1929). Desde muy joven trabajó como sastre en la isla de Wight. En 1881 se trasladó a París como representante de la casa londinense Redfern, adoptando su nombre. El corte irreprochable de sus trajes sastre le otorgó un rápido éxito que le llevó a abrir tiendas en Londres, Nueva York, Niza, Cannes.





Figura 8. Sombrero (ca. 1860). Madame Chavany (Madrid-Barcelona).



Figura 9. Etiqueta. Sombrero (ca. 1860). Madame Chavany (Madrid-Barcelona).

nicaros noticias, veo con disgusto algunos modelos de falda-pantalón. Esperamos, yo todavía espero con afán, que por un lado las modistas de fama y por otro las señoras de buen sentido unirán sus esfuerzos para librarnos de esta horrible extravagancia"<sup>14</sup>. Desde *La moda práctica* se esgrimen otros argumentos también destinados a buscar el fiasco del nuevo modelo: "Aunque estos pantalones son razonables, ya que suprimen el peligro de las faldas trabadas, creemos que las mujeres no los aceptaremos. Los pantalones son agradables y nos favorecen mucho; pero ¿cuál de nosotras se aventurará a ponérselos?"

La moda ésta, más que nada, tiende a dar a las mujeres más independencia; pero tememos que la iniciativa resulte dema-

siado atrevida. ¿Por qué? Porque desde el momento que llevemos calzones tendremos que modificar nuestra toilette, prescindiendo de carnes demasiado abundosas. Y como no es justo que hagamos excepción de las robustas, que son la mayoría en España, tendremos que crear una nueva moda para ellas"<sup>15</sup>.

Sin embargo, y a pesar de todo, la estética, el decoro y la conveniencia social se suavizaron con el tiempo y hubo cierta libertad para la elección. En este orden de ideas, la elección del sombrero permitió cierta relajación, aunque sin dejar de lado las indicaciones relacionadas con su uso:

"El párrafo de los sombreros termina pronto: en cuanto os diga que se llevan todas las formas, por extravagantes que sean, de todos los tamaños y que se admite toda clase de adornos; esta libertad tiene la ventaja de aprovechar cuanto se conserva de todas las épocas y de escoger la forma que mejor siente a las fisonomías; esta debe ser la razón de la preferencia que se observa hacia los sombreros flexibles, con un alambre al borde del ala, que se sube, se baja o se ladea según el capricho o el gusto de la que se coloca el sombrero"<sup>16</sup>.

Más allá de las características que definen la moda de este período, presentadas y difundidas por las revistas de moda, no debemos olvidarnos de la estética que, asociada a la elegancia, es un componente individual que la alimenta. En palabras de Elvira Lindo "*La estética nos delata más que las palabras, más que lo que decimos que somos, más que una declaración de buenas intenciones*".

## Bibliografía

*Au paradis des dames*. Nouveautés, modes et confections 1810-1870, París, 1992.

Boix Fepil, Ernesto, *Catàleg de targetes postals A.T.V.*, Barcelona, 2002.

Burgos Seguí, Carmen de, *El arte de ser mujer. Belleza y perfección*, Madrid, 1920.

Pasalodos Salgado, Mercedes, "La moda sobre dos ruedas", *Goya*, nº 234, Madrid, 1993.

Pasalodos Salgado, Mercedes, "*Moda y deportes. El traje para montar en bicicleta*", I Jornadas Internacionales de Museos de Juegos y Deportes, Madrid, 2004.

Stern, Radu, *Against fashion. Clothing as Art, 1850-1930*, Cambridge, 2003.

14 *La mujer en su casa* (1911), nº 112, p.118.

15 *La moda práctica* (1911), nº 160.

16 *La mujer en su casa* (1911), p.338.

# Mariano Fortuny y Madrazo. Vestidos y tejidos de la colección del Museo del Traje

M<sup>a</sup> del Mar Nicolás Martínez

La adquisición en el año 2003, por parte del entonces Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, de 88 piezas de vestir y 144 fragmentos de telas estampadas originales de Mariano Fortuny y Madrazo (1871-1949), incluidas dentro de un conjunto de 470 obras textiles procedentes de la antigua colección *Fortuny-Madrado*<sup>1</sup>, todas ellas destinadas a formar parte de los fondos del Museo del Traje, aparte de constituir una importante contribución al aumento del acervo histórico-artístico de nuestro país, han venido a paliar, en cierto modo, el desconocimiento que el gran público español tenía, y aún todavía tiene, sobre la figura de este fecundo y exquisito artista, cuya extensa producción creativa abarca campos tan diversos como la pintura, el grabado, la escenografía, la luminotecnica, la fotografía, el diseño textil y la moda. Hijo del gran pintor Mariano Fortuny Marsal y de su esposa, Cecilia de Madrazo, su nombre aún se confunde con el de su famoso padre y, aunque nacido en Granada, el que viviese prácticamente toda su vida en Venecia ha hecho que algunos lo consideren un artista veneciano, cuando lo cierto es que él siempre se sintió un *pintor español*, tal y como orgulloosamente proclama en el título de unas notas autobiográficas, por otra parte, nunca publicadas.

Con frecuencia, a Mariano Fortuny se le adjudica el calificativo de “mago”, en un intento vano, pero al menos poético, de atribuirle poderes maravillosos a la hora de crear sus singulares obras, en particular por lo que se refiere a la obtención de colores para sus pinturas y para el tintado de las telas –que él mismo preparaba



Figura 1. Knossos. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.

<sup>1</sup> La casi totalidad de la colección Fortuny-Madrado, constituida no sólo por las piezas antiguas reunidas por Mariano Fortuny Marsal, Cecilia de Madrazo y Mariano Fortuny Madrazo a lo largo de sus vidas, sino, también, por los vestidos y tejidos firmados por el propio Fortuny Madrazo, se encuentra actualmente dividida entre varias instituciones culturales: la Caja de Ahorros de Venecia, el Museo Fortuny (Venecia), el Centro Internacional de las Artes y el Vestido del Palacio Grassi (Venecia), el Museo Cívico Veneciano y el Castillo Sforza de Milán. Las piezas que se custodian en el Museo del Traje fueron compradas a la coleccionista austriaca Liselotte Höhs en la cantidad de 2.967.273 euros, a través de una dación en pago de impuestos realizada por la entidad “Industria de Diseño Textil, S.A.” (INDITEX), como liquidación de parte de su Impuesto sobre Sociedades.



Figura 2. *Delphos*. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.

siguiendo secretos procedimiento de fabricación extraídos de antiguos recetarios—, y también por lo que atañe a sus magistrales métodos para la estampación de terciopelos, sedas y algodones, con los que además simulaba habilidosamente diversos tipos de tejidos antiguos así como posibles irregularidades y defectos en ellos, en el afán de hacer, como se decía en el texto del folleto publicitario *Société Anonyme Fortuny*, publicado en 1919 en el *Gazzettino Illustrato*, no falsos viejos sino reediciones, interpretaciones o traducciones de tejidos y vestidos de otras épocas, reconstruidos sobre fragmentos antiguos pero de una manera totalmente nueva y original<sup>2</sup>.

Sin embargo, no hay nada de magia en el arte de Fortuny, salvo la que se desprende de la belleza de sus creaciones, y sí mucho de trabajo, ingenio, talento y conocimiento profundo de la naturaleza. Educado desde su más tierna infancia en un ambiente refinado y erudito, especialmente propicio al fomento y desarrollo de todas y cada una de sus tempranas inquietudes intelectuales, Mariano Fortuny fue un artista-artesano adscrito al contexto histórico del periodo Fin de Siglo, y, por ello, culturalmente ecléctico y en constante transformación, que supo con gran esfuerzo, y no sin dolorosas renunciaciones personales, fusionar en su obra de manera admirable valores estilísticos asimilados del pasado con novedosos procedimientos técnicos y tradicionales métodos artesanales, en el anhelo último de alcanzar a través del arte la belleza en todos los órdenes de las cosas, un sentimiento esteticista que habría de penetrar profundamente en su espíritu y que terminó convirtiéndose en el motivo fundamental de su existencia.

Herederero por vía materna de una de las más grandes e influyentes dinastías de artistas españoles del siglo XIX —la de los Madrazo—, desde muy joven asumiría su condición de tal, dedicándose a la pintura bajo la protectora y, a veces, asfixiante tutela familiar, en la que destacó como pintor simbolista en una serie de obras de tema wagneriano impregnadas del entusiasmo que siempre tuvo hacia la música y la figura del gran compositor alemán. Por otra parte, al igual que otros pintores de su generación, su extraordinaria pasión por la luz le impulsaría a estudiar luminotecnología, patentando, en 1901, un procedimiento de iluminación escénica por luz indirecta al que dio el nombre de *Sistema For-*

*tuny*<sup>3</sup>, completado casi dos años más tarde, en 1903, con un aparato escenográfico, la *cúpula Fortuny*<sup>4</sup>, verdaderamente revolucionario para la puesta en escena teatral del siglo XX. Sobre esta cúpula, con forma de perfecto cuarto de esfera, dispuesta sobre una compleja estructura metálica y realizada por medio de un doble tejido tensado por aire, se proyectaba luz coloreada proveniente de una serie de lámparas adaptadas para tal fin. De este modo se obtenían sugerentes efectos lumínicos de fondos y celajes concebidos en bien de mejores y más nuevas escenografías. La reforma teatral propuesta por Mariano Fortuny alcanzaría el éxito tras darla a conocer en París, en 1906, en el teatro particular de Martine de Behague, Condesa de Béarn. A partir de entonces se comercializaron sus sistemas luminotécnicos bajo los criterios de una sociedad constituida entre el artista y la empresa alemana AEG, que, si bien supuso fama y dinero para el autor, también le daría amargos disgustos, ciertamente debidos a las implicaciones de todo tipo que la citada sociedad le comportó. Pese a todo, el artista siempre mantuvo excelentes relaciones profesionales con el mundo del teatro, y llevo a cabo numerosas escenografías destinadas a los más importantes foros operísticos italianos, algunos de cuyos decorados también se vieron en otros escenarios, como, por ejemplo, los que realizó para la representación del *Tristán e Isolda* estrenado en la Scala de Milán en diciembre de 1900, utilizados para una producción de 1909 en el *Metropolitan Opera House* de Nueva York<sup>5</sup>.

Sin olvidar su faceta como fotógrafo, más que interesante por lo que se refiere a las series que hizo de fotografías de moda y de vistas panorámicas de la ciudad de Venecia, de su trabajo como diseñador merece destacar las preciosas lámparas en metal y en seda que produjo para decorar con ellas salones y museos, y que hoy, por lo demás, son consideradas verdaderos hitos en la historia del diseño. Pero, sobre todo, centrándonos principalmente en el tema que aquí nos ocupa, es de resaltar su quehacer artístico con relación a la estampación de tejidos y creación de vestidos y complementos, actividades con las que fascinó a la sociedad de su época, rendida ante las riquezas de las telas y la imperecedera elegancia de sus trajes.

Diversas razones son las que hicieron que Fortuny se interesara por el diseño

2 Véase: Tosa, Marco, "Mariano Fortuny y Madrazo: L'Arte della Ricerca" en Mariano Fortuny, Venecia, 1999, p. 36.

3 Oficina Nacional de la Propiedad Industrial. París. *Système d'éclairage scénique pour lumière indirecte*. N.º. 309.588, 2 de abril de 1901. Nuevas adiciones en 1903, 1905 y 1907.

4 Oficina Nacional de la Propiedad Industrial. París. *Appareil de décoration théâtrale*. N.º. 329.176, 7 de febrero de 1903. Nuevas adiciones en 1904 y 1905.

5 Jiménez Fernández, Lourdes, "La reforma del drama wagneriano y los artistas españoles. Afinidades teóricas con Appia" en Adophe Appia. *Escenografías*, Madrid, 2004, p. 91.

textil, pero entre ellas se encuentra como principal el profundo conocimiento que tenía del medio y que había adquirido estudiando la colección de tejidos antiguos que poseía su madre, en parte heredada de la que había sido de Fortuny Marsal, guardada celosamente por Cecilia de Madrazo en el palacio Martinengo, residencia en la que vivía junto con su única hija, M<sup>a</sup> Luisa, desde que se instalarán definitivamente en Venecia allá por el año de 1888. Aunque muy reproducido en otros tantos trabajos dedicados a este artista, vale la pena citar la descripción que de ella hizo el escritor francés Henri de Régnier, en su obra *L'Altana ou la Vie vénitienne*:

“... Madame Fortuny nos confiesa que siempre le han apasionado los tejidos antiguos, de los que un minúsculo retal, escapado a las injurias del tiempo, nos permite evocar intacto su antiguo esplendor. Su primera adquisición la hizo en España: un velludo del siglo XV de un púrpura con reflejos de sangre, adornado con granadas abiertas. A esta primera compra siguieron otras muchas, y poco a poco se fue formando su maravillosa colección... Madame Fortuny y su hija se aproximan a un arcón situado en un salón de la sala y levantan su pesada tapa. Allí reposan delicadamente dobladas o cuidadosamente extendidas, las telas que van sacando con gesto precavido... He aquí los pesados terciopelos de Venecia, de Génova o de Oriente, suntuosos o delicados, deslumbrantes o sobrios, con amplios rameados, figuras u hojas, terciopelos que acaso vistieron a los dogos o a los califas; he aquí los brocados de tonos poderosos, las sedas de sutiles matices; he aquí los ornamentos litúrgicos y los trajes de corte; he aquí los deliciosos tafetanes y los rasos relucientes, cuajados de florecillas y ramilletes, con los que en el siglo XVIII se confeccionaban los vestidos de las mujeres y los trajes de sus hombres; he aquí las telas de todos los colores y de todos los tejidos...”<sup>6</sup>.

En estrecha relación con la actividad creativa anterior hay que situar la irrupción de Fortuny en el mundo de la moda, favorecida, en cierto modo, por el clima imperante en la sociedad europea de la *Belle Époque*, que aspiraba a dar a través del arte del vestir una imagen de exquisitez propia de su privilegiada condición de clase.

Su primera creación en este nuevo campo fue un gran velo, o chal, confeccionado en satén o en gasa de seda, al que dio el significativo nombre de *Knossos* (fig. 1) en razón con los motivos decorativos que lo adornan —rosetas, flores de papiro, palmetas, bandas de grecas, líneas en zigzag, escaques...—, casi todos ellos extraídos de la cerámica tipo Camarés y Naturalista que por aquellos años de principios del siglo XX se estaban descubriendo en las excavaciones arqueológicas del citado palacio cretense, y que Fortuny conocía a raíz de un viaje efectuado a Grecia en compañía de la que luego sería su mujer, Adele Henriette Nigrin. Con este velo, sobre el que Gabriele D'Annunzio escribió, en la novela *Forse che si Forse che no*, “... ella se envolvía en uno de esos larguísimo echarpes de gasa oriental que el tintorero alquimista Mariano Fortuny sumerge en las drogas misteriosas de sus cubas... y que saca tintados de extraños sueños para luego estampar con... nuevas generaciones de astros, de planta, de animales...”, el artista vistió al cuerpo de baile de la Ópera de París que intervino en la inauguración del teatro de la Condesa de Béarn, el 29 de marzo del ya citado 1906, aunque la presentación oficial del modelo tuvo lugar en Berlín, en noviembre del año siguiente, a cargo de la bailarina norteamericana Ruth St. Denis, que danzó ataviada con él como símbolo, según ensalzó el poeta Hugo von Hoffmannsthal, en un discurso pronunciado durante la celebración del evento, de una nueva libertad finalmente concedida al cuerpo femenino.

La sutileza de esta prenda, que recrea el *bimation* griego y para la cual Fortuny diseñó una etiqueta inspirada en un grafiti pompeyano, ilustra fielmente el extremado refinamiento del que hacen gala todos sus vestidos y que los aleja de lo que habitual y comúnmente se entiende por moda. Para Fortuny cada una de sus creaciones es una obra única e irreplicable en las que poder fundir, en palabras de Silvio Fuso, sus investigaciones sobre la química de los colores, los efectos de la luz y el arte decorativo del pasado, todo lo cual se observa en los numerosos y diversos modelos que a partir de aquel momento produciría con la ayuda inestimable de su esposa y de un reducido grupo de operarias en la intimidad del taller de su residencia veneciana del Palacio Orfei, muchos de los cuales fueron presentados, junto a sus bellas telas estampadas, en la Exposición



Figura 3. *Delphos*. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.



Figura 4. *Jubón*. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.

<sup>6</sup> La traducción del francés se toma de la realizada por Carlos Alonso en: Fuso, Silvio, “El mago Fortuny” en FMR, n.º. 70, Febrero/Marzo 2003, pp. 105-128.

Figura 6. Aba. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.



Figura 5. Capa burnous. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.

de las Artes Decorativas, celebrada en París en el año 1911, con un éxito absoluto.

De todas formas, el vestido que le daría definitivamente la fama entre sus contemporáneos fue el *Delphos* (fig. 2), una túnica de seda densamente plisada que imita en su forma al chitón jónico y al que llamaron de tal manera en honor al "Auriga" del mismo nombre, un bronce datado en el año 476 a.C. que se atribuye al escultor Sotades, el cual porta el llamado chitón podéres, el tipo de túnica recreada por Fortuny en el primer prototipo que hizo de este modelo, registrado en 1909<sup>7</sup>.

Mucho se ha escrito sobre el *Delphos*, hoy ya una leyenda en la historia de la moda, por lo que muy poco se puede añadir al respecto. El extraordinario plisado-ondulado de la tela lo consiguió Fortuny mediante un sistema patentado en París en junio de 1909<sup>8</sup>, consistente, en lo fundamental, en arrugar manualmente el tejido hasta plegarlo en su totalidad para luego, por medio de un procedimiento semimecánico, lograr el cadencioso ondulado de su superficie empleándose para

ello un artificio ideado por el propio artista. Sin embargo, el resultado último del plisado se debe a las secretas manipulaciones a las que era sometida la tela después del proceso anterior, una de las cuales radicaba en fijar y planchar los pliegues con una mezcla de almidón y clara de huevo, labor que llevaba a cabo personalmente Henriette Fortuny y que, según parece, le ocupaba varias horas, sin incluir el mucho tiempo más que empleaba en limpiar la seda de residuos para devolverle toda su ligereza y flexibilidad.

El esmero puesto en la consecución de este plisado se advierte nuevamente en los colores de matices insospechados creados por el artista para el tintado de los *Delphos*—violetas, blancos marfileños, lilas, naranjas, verdes, rojos, azules, esmeraldas...—, una paleta de tonalidades propia de un pintor y de la que también participa el resto de sus productos textiles. En este sentido, no se puede obviar la íntima relación que siempre mantuvieron todas las actividades creativas de Fortuny con la pintura, bastando para ello recordar su constante preocupación por el fenómeno de la luz. Se puede afirmar que el gusto que manifiesta al iluminar sus exquisitas telas con estos tonos no es sino el fiel reflejo de su sentir como pintor, aunque animado, eso sí, por el afán de ir un poco más allá en el proceso de la creación artística, al hacer tangible por medio de la materia del tejido lo que antes sólo era visible a través de la ficción de un cuadro.

El *Delphos*, de cuyos ejemplares el Museo del Traje posee un notable conjunto, es un vestido de gran sencillez. Se forma mediante cuatro rectángulos de tela (cada uno de 30 cm de ancho y entre 430 y 450 pliegues) que apoyan en los hombros y caen libremente a lo largo del cuerpo. Pueden llevar mangas y distintos tipos de cuello, y muchas veces se prolongan hasta el suelo abriéndose a "toda rueda", de forma similar a los chitones vestidos por las *korai* de la isla griega de Samos. Ciertos modelos—los llamados *peplos* (fig. 3)— se complementan con una sobretúnica o blusa corta trabajada en igual material y color que el vestido, cuyos bordes van rematados en puntas orladas con minúsculas perlititas de pasta vítrea, fabricadas *ex profeso* en la isla de Murano, e insertas en un cordoncillo de seda. El añadido de estos mínimos ornamentos, junto con el uso que a veces se hace de cintas de raso de seda, decoradas con un estarcido en

7 Oficina Nacional de la Propiedad Industrial. París. *Genre de vêtement pour femmes*. N.º. 408.629, 4 de noviembre de 1909.

8 Oficina Nacional de la Propiedad Industrial. París. *Genre d'étoffe plissée-ondulée*. N.º. 414.119, 9 de junio de 1909.

plata u oro, con las que ceñir la túnica al cuerpo, es lo único superfluo en estas prendas, donde todo aditamento es banal dada la elegantísima sobriedad de las mismas.

A partir de 1919 ó 1920 se agregaron a los trajes las etiquetas con la marca *Fortuny Deposè* y se aumentó de cuatro a cinco el número de piezas de tela empleadas en su confección, en ambos casos obedeciendo a razones comerciales, pues, de la venta directa que se hacía de los *Delphos* en el Palacio Orfei se pasó a su adquisición en selectas tiendas de París, Londres o Nueva York, mientras que el incremento de la clientela hizo necesario aumentar las medidas de los vestidos en atención a posibles compradoras de tallas más corpulentas. En todo caso, el que un modelo de Fortuny lleve etiqueta es la mejor manera de datarlo, siempre en una fecha posterior a la de los años anteriormente señalados, por ser aquellos límite de su introducción en el mercado.

Los *Delphos* se vendían enrollados sobre sí mismos y doblados como una madeja, envueltos en papel de seda y dentro de unas cajas de cartón diseñadas por el propio artista, y es de suponer que las afortunadas mujeres que los compraron debieron de experimentar los mismos sentimientos que expresa el escritor británico L.P. Hartley, en su novela *Eustace and Hilda*, al escribir:

“... Fortuny, estaba escrito en letra de imprenta sobre la caja. Eustace desató el lazo y levantó la tapa. Lo que descubrió bajo el papel de seda liso le provocó un escalofrío de placer; totalmente enrollado y retorcido sobre él mismo, dispuesto para ser sacado, el vestido azul y plata de Hilda. Los pliegues densos, tan unidos los unos con los otros como los surcos de un campo labrado, le parecieron más oscuros de lo que había imaginado. Sabiendo que nunca sería capaz de desplegarlo, se contentó con deslizar sus dedos entre las ranuras y las aristas del plisado en que sintió la resistencia de lo que había estado tan apretado. Sin embargo ¡qué poderosa expansión la de estos pliegues, que posibilidades insospechadas de movimiento para Hilda, para la nueva Hilda!... En este vestido podría danzar, podría volar...”.

El tipo de mujer que lució el *Delphos*, ya fuese real o imaginada por la mente de un

poeta, encarna admirablemente una forma de elegancia a la que Luis Antonio de Villena denomina “la elegancia de la disidencia”, por ser aquella cuyo máximo principio se asienta en la libertad, al apartarse voluntaria y ferozmente de todo lo que sea habitual y común<sup>9</sup>. En este sentido, y sin renunciar al más exquisito de los refinamientos, todas esas mujeres se atrevieron, en una época muy difícil para ellas, a mostrarse en público con un vestido revolucionario que no admitía ropa interior, que se llevaba como una segunda piel y que liberaba al cuerpo de toda sujeción, revelando la belleza natural de sus formas sin falsos pudores. Personajes como Luisa Amon, Marquesa de Casati, la bailarina Isadora Duncan, la actriz Lillian Gish o la coleccionista de arte Peggy Guggenheim, por citar sólo unos nombres, son claros ejemplos de lo anteriormente dicho.

La perturbadora modernidad del *Delphos* es también una cualidad que se puede hacer extensible al resto de los modelos creados por Fortuny, donde juegan un papel primordial las magníficas telas con las que están confeccionados. El gusto por la ropa *vintage* ha puesto de actualidad una serie de prendas, muchas de las cuales fueron dadas a conocer por el artista en la ya citada exposición parisiense de 1911, en las que abundan las túnicas, las chaquetas, las capas y los abrigos, y cuyos característicos diseños evocan indumentarias de estilos muy diversos, aunque, fundamentalmente, de inspiración tardo-medieval, renacentista y oriental. A este catálogo inicial hay que añadir varios trajes de escena diseñados para montajes teatrales, como, por ejemplo, el del *Otelo* representado en el patio del Palacio Ducal de Venecia en el verano de 1935, entre los que hay que destacar hermosos jubones (fig. 4), bellos *djellabah* de amplias y colgantes mangas y, sobre todo, unos espectaculares abrigos largos confeccionados en terciopelo y ribeteados en piel que recrean los *gowns* usados por los notables europeos del siglo XV, reproducidos, por lo demás, y en numerosas ocasiones, por los grandes pintores de la época en sus cuadros más célebres.

Los terciopelos de seda empleados en la confección de estos ropajes están estampados con diversos motivos extraídos de documentos textiles antiguos, muchos de ellos pertenecientes a la rica colección familiar, y algunos de los cuales hoy se custodian en el Museo del Traje. Así, de los



Figura 7. Túnica. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.

<sup>9</sup>Villena, Luis Antonio de, “Retrato y elegancia como disidencia” en *Elegantes de 1900*, Granada, 2000, pp. 13-20.



Figura 8. Túnica. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.

tejidos venecianos y florentinos toma el cardo y la granada, que dispone sobre el campo de la tela siguiendo composiciones de esquema oval, de simetría vertical o "a *inferriata*", en todos los casos según modelos de gran exuberancia decorativa donde los efectos de oro y plata son especialmente sugerentes. Los terciopelos de estas maneras decorados, con efectos de cortados, rizados o brochados, sirvieron también a Fortuny para hacer unas espléndidas capas, provistas de capuchón de varios picos, que reciben el nombre de *burnous* (fig. 5), y que son parecidas en su forma a un tipo de abrigo norteafricano vestido usualmente por los moriscos españoles.

Entre las prendas más elegantes se encuentran, igualmente, las *abas* o *abaias* (fig. 6), unas túnicas largas y sin mangas, en seda o terciopelo de seda, que se llevan como abrigos. Aunque el adorno de la tela admite cualquier motivo decorativo, el ori-



Figura 9. Vestido Eleonora. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.

gen medio oriental de la prenda hará que Fortuny se decante, casi siempre, por una ornamentación basada en temas libremente elegidos de entre los propuestos por el arte del mediterráneo helenístico y de la cultura oriental, sin olvidar aquellos otros que derivan del esplendoroso pasado medieval musulmán. En este sentido, conviene recordar su lugar de nacimiento y, también, la idiosincrasia de la ciudad en la que vivió, aquella "invisible Venecia", en palabras de Marcel Proust, "... invadida de ornamentación árabe... (y con sus) palacios... tapados, a la manera de las sultanas...".

Extraordinarias son una serie de túnicas confeccionadas en gasa de seda que se utilizaban como sobretodo (fig. 7). Se trata de una elegante adaptación realizada por Fortuny de una prenda propia de la indumentaria femenina italiana del siglo XV, con forma de chaleco largo que cierra en los laterales y en el delantero por medio de cordoncillos de seda o de pequeñas trabilas adornadas con perlas de cristal de Murano. La decoración, casi siempre de gusto orientalista, se suele desarrollar a lo largo de todo el borde de la túnica y, con mayor profusión, en los bajos de los entrepaños. Una variante de este modelo es otro tipo de sobrevesta, igualmente en gasa de seda, larga, cerrada y con mangas tipo "murciélagos", cuya ornamentación suele ser una bordura estampada que, a modo de cenefa, corre a lo largo de todo el vestido. Frecuentemente el motivo elegido para su decoración es el de una banda de escritura en letra árabe cúfica resuelta sobre fondos de arabescos o de atauriques, lo que ocurre en un bello ejemplar de este tipo conservado en el Museo del Traje (fig. 8). En otras ocasiones se prefirió temas sacados del arte del Renacimiento pero, en todos los casos, la transparencia de la materia textil en la que están confeccionadas estas túnicas hace que los estampados que las adornan parezcan adherirse al vestido sobre el que se lleva, aumentando aún más si cabe la belleza de aquel, casi siempre, un *Delphos*.

A la sencillez y extremada delicadeza de estas gasas se opone la poderosa estructura de unos trajes conocidos en el mundo de la alta costura con el nombre de *Eleonora* (fig. 9), por ser uno de los preferidos de la gran actriz italiana Eleonora Duse, amiga y colaboradora de Fortuny en algún que otro fallido proyecto teatral. Dichos vestidos evocan los tabardos medievales, aunque se enriquecen con relación al



Figura 11. Vestido-túnica.  
Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.



Figura 10. Abrigo. Mariano Fortuny y Madrazo.  
Museo del Traje.

modelo original al insertárseles en las aperturas de los costados y en las de los laterales de las mangas unos "abanicos" de tela plisada, para con ellos reproducir convenientemente el efecto de superposición de prendas propio del modo en que se llevaba estos trajes "de encima". Pero, además, es especialmente sugerente la manera en que el artista mezcla el terciopelo de seda tratado en aplicación metal oro/plata del vestido, con el satén o raso de seda del plisado *Delphos* de los "abanicos", de cuya fusión emana una nueva naturaleza textil de gran originalidad.

El catálogo de piezas creadas por Fortuny se completa con elegantísimos abrigos cortos contruidos en ricos terciopelos estampados en oro y plata (fig. 10); con chaquetas de terciopelo de seda teñidos en vibrantes colores y grabados con motivos hispano-moriscos; con albornoces, tipo chilaba, en seda cruda, con vestidos "directorío" (fig. 11); con túnicas en *crêpe* de seda inspiradas en ropa china del siglo XIX; con chaquetas parecidas al *dolmán* turco; con *kaftanes*... En resumen, con todo un conjunto de prendas concebidas al margen de cualquier moda contemporánea, aun-





Figura 12. Algodón estampado. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.



Figura 13. Algodón estampado. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.

que sí integradas dentro de la ola de exotismo provocada, en parte, por algunos de los diseños del modisto francés Paul Poiret y, sobre todo, por las propuestas del pintor León Bakst para los decorados y el vestuario de los Ballets Rusos de Sergei Diaghilev, como muy bien supo ya apreciar el gran Marcel Proust al afirmar que los trajes de Fortuny eran a "... la manera de la decoración de Sert, de Bakst y de Benoist..." evocando como un decorado "... la Venecia toda llena de Oriente donde aquellos trajes se llevaron...".

Por otra parte, entre los años 1909 y 1910 Mariano Fortuny depositó en París dos patentes relativas a sistemas de estampación de telas<sup>10</sup>, en las que sumariamente se

dan a conocer algunos de sus revolucionarios métodos basados en procedimientos de impresión en banda continua o por medio de planchas grabadas. Utilizó la técnica del estarcido, bien a la gelatina o fotográfico, y también estamparía según un método artesanal japonés en el que se trabaja con finísimas plantillas de papel de arroz llamadas katagami, empleadas por el artista en la decoración de los velos *Knossos*.

Para la comercialización de los tejidos constituyó, junto a su madre, el 30 de diciembre de 1911, una primera sociedad denominada *Mariano Fortuny*, disuelta como tal el 15 de febrero de 1916, aunque conservada a título propio con el mismo nombre. A partir de 1919 pasaría a ser la

10 Oficina Nacional de la Propiedad Industrial. París. Procédé d'impression polychrome sur tissus, papier, etc. N<sup>o</sup>. 419.269, 21 de octubre de 1909. Procédé d'impression sur tissus, papier, etc. N<sup>o</sup>. 427.307, 24 de mayo de 1910.

*Società Anonima Fortuny*, con sede en la isla veneciana de la Giudecca, que tuvo como fin "... la impresión mecánica de tejidos de todos los tipos, con la excepción de sedas y terciopelos, así como la impresión mecánica de papeles pintados y de fotografías según las patentes y los métodos de Fortuny...". A este respecto hay que decir que los terciopelos y las sedas de la firma siempre se trataron artesanalmente en el taller sito en el último piso del Palacio Orfei, mientras que en la fábrica de la Giudecca se llevó a cabo la producción industrial de los famosos algodones estampados *Fortuny*, dedicados casi en exclusiva a la decoración de interiores. Por lo demás, pese a muchos y desgraciados avatares, tanto la sociedad como la fábrica permaneció en manos del artista hasta su muerte en 1949, tras lo cual Henriette se hizo cargo del negocio, bajo la marca *Tessuti Artistici Fortuny*, manteniéndolo abierto hasta el año 1965, fecha de su fallecimiento<sup>11</sup>.

Mariano Fortuny empleó para el adorno de sus tejidos variados temas y motivos decorativos, algunos, originales, la mayoría, fielmente imitados o libremente adaptados de documentos textiles anteriores, sin ponerse límites a referencias y citas. Aunque analizar todos ellos sería imposible en este trabajo, vale la pena detenerse en el recuerdo de los bellos diseños de inspiración griega o en aquellos otros de influencia greco-romana y copta, en los que abundan las figuras geométricas y las cintas y los florones, pasando por el zarcillo de vid y la palma terminada en punta y decorada en su interior con elementos vegetales planos. Del arte sasánida toma el motivo del árbol de la vida *-bom-* que crece de una fuente y sirve para curar los males del cuerpo y del alma. Una variante del modelo, procedente de los talleres italianos medievales de Lucca y Palermo, que reproduce parejas de ciervos y aves coronadas dispuestas, respectivamente, de espaldas entre sí y a ambos lados de un eje vertical formado por un jarrón del que surgen plantas y flores estilizadas, será muy del gusto de Fortuny, al igual que el



Figura 14. Algodón estampado. Mariano Fortuny y Madrazo. Museo del Traje.

<sup>11</sup> Para un mayor conocimiento de lo dicho, puede consultarse: Davanzo Poli, Doretta, "Étoffes et vêtements" en Mariano Fortuny. Un magicien de Venise, 2<sup>o</sup> edición, París, 2000, pp. 137-187. También, Nicolás, M<sup>o</sup> del Mar, Mariano Fortuny y Madrazo. Entre la modernidad y la tradición, Madrid, 2001.

motivo de las inscripciones epigráficas en letra árabe, bien sea cúfica o cursiva, desarrolladas sobre fondos de arabescos, atauriques o listados (fig. 12). Por influencia del arte persa moderno los diseños del español se enriquecen con campos de flores, de los que surgen mariposas iniciando el vuelo o pájaros posados sobre ramas floridas. De los tejidos turcos del siglo XVII extrae el motivo de la granada, cuyo fruto presenta un aspecto rígido y estilizado con relación a la forma habitual empleada en las telas italianas en donde tiene su origen. En fin, del arte hispano-musulmán, aparte de las inscripciones y los atauriques, toma los juegos variados de líneas rectas y curvas, los cuadrados, las estrellas de ocho puntas, las cintas trenzadas y las rosas.

Su pasión por el Renacimiento le llevó a diseñar suntuosas piezas estampadas con flores de cardo y granadas, con piñas, con troncos ondulantes recubiertos de hojas, flores y frutas, con palmetas polilobuladas, con grutescos, con cordones de trenzas de doble nudo, con tiras de pergaminos retorcidos y ajedrezados, con guirnaldas de flores, con acantos ligados a vasos ornamentales, a jarrones y ánforas, a leones, a pájaros, a dragones..., de acuerdo con todas las tipologías decorativas posibles en los siglos XV y XVI (fig. 13), recuperando, igualmente, diseños de los siglos XVII y XVIII en composiciones vigorosas donde abundan, junto con las figuras vegetales, las arquitecturas y los animales fantásticos, más tardes sustituidos, en el Rococó, por rocallas, encajes, ruinas o accesorios de jardinería. Exquisitos son, también, sus diseños inspirados en el arte chino y japonés, algunos de bellísimas facturas, y otros que toman como fuente de inspiración el

arte del África negra y el de los tejidos de la América precolombina (fig. 14).

Por último, el conocimiento exhaustivo que Fortuny tuvo sobre los tejidos antiguos se manifiesta convenientemente en la manera en la que recreó en sus telas las características técnicas y estilísticas de cada uno de ellos, consiguiendo texturas, colores y efectos de oro y plata<sup>12</sup> con tal grado de similitud que, como escribió el crítico italiano Malaguzzi Valeri, ni el ojo ni casi la mano pueden advertir la diferencia entre un auténtico tejido antiguo y una pieza manufacturada por el artista español. Sin embargo, y pese a ello, erraríamos si sólo se considerara de interés en estas telas, o en los vestidos de Fortuny, el virtuosismo casi mágico de su producción, o la belleza innegable de sus diseños, pues, sin olvidar dichas cualidades, el verdadero valor de estas obras reside en su capacidad para transmitir sentimientos estéticos placenteros, lo cual es propio del objeto artístico, junto con sensaciones físicas gratas a los sentidos, cumpliendo de este modo con su función de objeto útil y agradable al usuario, síntesis perfecta de lo que debe considerarse valores inherentes de una obra de arte en su categoría.

Otra manifestación de la coherencia creativa del artista son las diversas etiquetas que diseñó para sus productos textiles, entre ellas, la ya citada FORTVNY KNOS-SOS, registrada en París el 6 de enero de 1908, que, con algunas variantes en la tipología de la letra, repetirá como logotipo de la marca FORTUNY VENISE. Igualmente haría unos tondos con la leyenda MARIA-NO FORTVNY. VENISE destinados a ser la marca de las etiquetas de sus vestidos.

12 Los efectos de oro y plata se obtenían mediante la aplicación sobre las telas de sustancias metálicas, concretamente, polvo de bronce o de cobre para el efecto oro y, polvo de aluminio para el efecto plata. Además, se llevaban a cabo otras manipulaciones, aún no del todo conocidas.

# El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX

Isabel Vaquero Argüelles

## I. De la indumentaria a la moda

La moda es un fenómeno socio-cultural que surgió en Europa en los albores del Renacimiento. Hasta el siglo XIV la ropa había sido, por supuesto, símbolo de pertenencia a una determinada clase social, pero la innovación renacentista consistió en poner de relieve el valor de la individualidad. La ropa empezó a convertirse en expresión, además, de la personalidad; en exaltación de un gusto propio. Este fenómeno se correspondió con el surgimiento de un deseo de autoría en todas las artes. La industria textil progresaba y la comunicación por mar con Oriente a través de la ruta de la seda aportaba tintes de colores nuevos, pieles, sedas, tejidos de Damasco, hilos de oro... Entre la aristocracia y la burguesía de las ciudades italianas y flamencas comenzó a desarrollarse un diálogo nuevo a través de la vestimenta, un deseo de ser original, que se extendió por toda Europa y no se produjo en ninguna otra cultura: las modas. Sin embargo, sólo durante el siglo XX este fenómeno cobra dimensiones desconocidas.

## II. La aparición de la Alta Costura

La Alta Costura es la creación firmada y, por tanto, de diseño original, de modas de la más alta calidad y de confección totalmente artesana. El *couturier*, o diseñador, crea modelos a partir de una *toile* de hilo o percal que lleva su nombre, y después se

hacen las prendas basadas en esa *toile*. El instaurador de la Alta Costura fue el inglés Worth, el primero que creó libremente formas nuevas fuera de la influencia de la corte. “Mi trabajo no es sólo ejecutar, sino inventar. La creación es el secreto de mi éxito”, decía. Fundó su casa en 1858 y, junto a otros *couturiers* que habían surgido siguiendo su ejemplo como Doucet o Paquin, fundaron, en 1868, la *Chambre Syndical de la Confection et de la Mode* para impedir la copia de sus modelos y proteger así sus negocios. En 1910 la costura se separó de la confección al fundarse la *Chambre Syndical de la Couture* y quedar establecidas ya las diferencias entre la “alta costura”, la “media costura”, casas que no hacían desfiles, pero recibían clientes privados y compradores profesionales, y la “pequeña costura”, o confección, de los modistos tradicionales que hacían ropa a medida.

## III. El gobierno de los mejores

Las exigencias de la *Cámara Sindical de la Alta Costura* se han ido suavizando a lo largo del siglo pasado, pero siguen siendo muy estrictas. Hoy en día, sus integrantes están obligados a presentar dos colecciones al año en la ciudad de París, en fechas fijadas por la Cámara, con al menos 75 modelos originales por colección, diseñados y confeccionados en talleres propios, y sujetos a comisiones de control. El taller debe contar con un mínimo de veinte empleados fijos. Además, cada colección tiene que presentarse al menos cuarenta y cinco veces en



Figura 1. Vestido (ca. 1880), Ch. F. Worth.  
Museo del Traje.

un año dentro de la propia casa de costura, y con al menos tres maniqués "vivientes".

Desde 1950, muchas de las casas de costura se vieron obligadas a cerrar y se dedicaron a la creación de artículos concebidos para su fabricación en serie, sobre todo prendas de *prêt-à-porter*. Desde entonces, las firmas de Alta Costura han basado gran parte de su estrategia de negocio en la concesión de licencias de uso de marca para cosméticos, perfumes, joyas y accesorios en general. La intervención efectiva del modisto en el diseño y control de estas líneas, así como los acuerdos sobre *royalties*, dependen de cada caso concreto. La Alta Costura, que se autorreguló ya en 1876, ha dictado durante los últimos 100 años la moda del mundo con el único aval de su prestigio. Actualmente vive de los beneficios que le procuran la cosmética y sus contratos de licencias.

#### IV. El nacimiento de la industria

Durante el siglo pasado, la industria de la moda ha dependido de las decisiones de un pequeño grupo de especialistas. Por escaso que haya sido siempre el número de mujeres que hayan podido acceder a esos modelos de firma, en ellas se ha inspirado la opinión pública de todo Occidente. Las revistas de moda parisinas se convirtieron muy pronto en propagandistas de las proposiciones de la Alta Costura, y la industria de la confección femenina, cuya organización coincide poco más o menos con la de la Alta Costura, se inspiraría desde el principio en las iniciativas de las grandes casas. Fenómeno prácticamente simultáneo fue la aparición en las principales capitales europeas de los primeros grandes almacenes, cuyos departamentos de moda adquirieron enseguida una enorme importancia, al poner al alcance de las clases medias dignas imitaciones de las creaciones de los grandes modistos. La cadena de la industria de la moda, tal y como la conocemos, funcionaba ya en el arranque del siglo XX.

#### V. Charles frederic Worth. El fundador de la Alta Costura

Durante la primera mitad del siglo XIX hubo en París casas de modas dirigidas por

mujeres, pero ninguna consiguió imponer su marca. Se trataba, al fin y al cabo, de costureras de clase social inferior a la de las mujeres que vestían, que carecían de la formación artística que añade al traje un atractivo irracional. Sin embargo, en la segunda mitad del siglo, un inglés, **Charles Frederic Worth** (1825-1895), abrió casa de costura en París, después de trabajar durante años en el sector, y animado por el éxito de los trajes que confeccionaba para su mujer. Worth, dotado con la autoridad de un artista, fue capaz de imponer su criterio a una clientela indecisa, a la que procuró todos los elementos que constituyen el vestuario de una mujer elegante. En 1858 quedó fijada la estructura de la primera casa de Alta Costura de la historia y, tal como Worth la definió, otras siguen funcionando hasta hoy mismo. Por lo demás, a Worth se debe también la introducción de otra gran novedad: fue el primero en firmar sus prendas.

Worth fue el verdadero fundador de la Alta Costura. Tuvo la inteligencia de reclutar una clientela escogida entre las que se contaba la Emperatriz Eugenia de Montijo, Sara Bernhardt o Eleonora Duse. Worth presentaba sus modelos con maniqués, aunque todavía no pueda hablarse de presentación regular por temporadas, ya que el modisto producía todo el año y cada clienta personalizaba el modelo elegido para llegar a modelos verdaderamente exclusivos, a la medida y según el gusto de cada clienta. Worth sustituyó la crinolina por el polisón, inspirándose, según la leyenda, en la forma de remangarse la falda sobre los riñones de una lavandera a la que vio en la calle. Con Worth el personaje del gran modisto quedó definitivamente perfilado: un artista, con la cultura suficiente para que sus clientas pudieran tratarlo más como a un amigo que como a un sirviente, y profundo conocedor de todos los escalones de la industria, desde la concepción a la distribución. Worth, el precursor, murió en París en 1895.

#### VI. España. Principios del siglo XX. La moda improbable

España entró en el siglo XX arrastrando el desastre del 98, la pérdida de las últimas colonias. Lejos de cualquier metrópoli, enfrentados a la escasez y al atraso, la

depresión nacional se prolongó largos años. Sólo las burguesías catalana, donde se concentraba la industria textil española, y vasca estimulaban con su demanda las artes decorativas, claramente encuadradas en el movimiento modernista. En lo que a la moda se refiere, habrá que esperar a los años 30, con el resplandor de Balenciaga, para que España figure en el mapa de la Alta Costura. Mientras tanto, las señoras elegantes se compraban la ropa fuera de España, o simplemente la hacían copiar a sus costureras. La silueta de la mujer flor, de Doucet, y el estilo de gasas superpuestas con escotes cuadrados, de Lanvin, fueron favoritos entre las escasas clientas de la época. En 1914 *Madame Paquin*, *couturière* parisina de prestigio internacional, abrió una casa en Madrid e impuso los trajes de chaqueta simplificados para las mujeres que vivían en lo que ella llamaba "la civilización del metro". En 1945, una década después de su muerte, un español, **Antonio Cánovas del Castillo** (1908-1984), tomó la dirección artística de la casa, y acentuó el carácter hispano que la marca había ido adquiriendo, toda vez que ya desde agosto de 1936 otra española, **Ana de Pombo**, había dirigido la prestigiosa casa parisina.

Por lo demás, conviene repasar también la huella que en la época y la cultura españolas dejaron notables visitantes o vecinos, como el matrimonio formado por los artistas **Robert** y **Sonia Delaunay**, que vivieron en España desde 1917 a 1919. Sonia abrió aquí una *boutique*, y se convirtió en la decoradora más apreciada de la aristocracia española. Caso contrario es el del modisto Raphaël, nacido en Madrid en 1900 y fundador en 1924 de una firma que no cerró sus talleres parisinos hasta bien entrados los 50, cuando en sus locales se instaló Hubert de Givenchy.

## VII. Paul Poiret. La silueta del nuevo siglo

Sería en el taller de Doucet, y más tarde en el de Worth, donde se formaría el modisto que recibe el mérito de haber creado, a principios del siglo XX, la silueta de la mujer moderna. **Paul Poiret** (1879-1944) creció en el París de la *Belle Époque*, y pudo contemplar cómo las *toilettes* fastuosas de la casa Worth dejaban de corresponderse con el gusto de las mujeres modernas. Sensible a este cambio de atmósfera,



Figura 2. Acuarela de un modelo de Paul Poiret, Jordi Ballester. Museo del Traje.

Poiret abrió su propia casa de costura a finales de 1904. Rápidamente elaboró su propio estilo, una ropa completamente nueva para una clientela de mujeres ávidas de novedades.

Inspirada a la vez en la moda arcaizante del Directorio, del que retomó la línea recta marcada únicamente por un frunce bajo los senos, y por el traje tradicional de Oriente, del cual había imitado los motivos estilizados y los vivos colores, la nueva ropa se llevaba sin corsé, para que la línea natural del cuerpo, apenas moldeada, se adivinara bajo el traje. Tras los inevitables reparos, las mujeres aceptaron el cambio (aunque haciendo trampas con la cintura, que seguían reduciendo a base de ballenas). En dos o tres años, toda la compleja parafernalia de la *toilette* femenina quedó *demodé*, y las mujeres redujeron el peso de su atuendo de tres kilos a 900 gramos. Todo gracias a Poiret, iniciador por otra parte del uso comercial de las ilustraciones de jóvenes artistas como Paul Iribe, Georges Lepape y André Marty.

Pero, en todo caso, Poiret no era un avanzado defensor de la emancipación de la mujer. Suprimió el corsé para hacer a la mujer más seductora. Tuvo la suerte y la sabiduría de ser el primero en captar los deseos de cambio y beneficiarse de ese

clima favorable. En 1910 su revolución estaba consumada, y la Alta Costura ya sólo fabricaba trajes más livianos. Claro está que no todas las mujeres renunciaron al corsé de la noche a la mañana, pero sí los llevaban lo disimulaban. Inmediatamente muchos creadores se dedicaron a copiar a Poiret, vulgarizando su línea hacia su aspecto más funcional, lo que acabó decepcionando al maestro. A partir de 1920 Poiret se convirtió en un profeta superado por sus propios discípulos, y en 1925 cerró su casa de costura. Pero ya para siempre personifica un estadio superior de la historia del traje femenino: el retorno al traje fluido, entallado, que significaba el fin de la moda recargada que había durado cuatro siglos, siempre acompañada de corsés con ballenas.

Poiret fue también mecenas y animador de la vida parisiense; sus fiestas se hicieron legendarias. Para tales ocasiones creó numerosos trajes, que conservan aún una extraordinaria belleza, debido a su calidad e inspiración. Contemporáneo y admirador de Mariano Fortuny y Madrazo, en su tienda sólo vendía ropa con su propia etiqueta, con la única excepción de la firmada por el hispano veneciano Fortuny.



Figura 3. Vestido (ca. 1924), Madeleine Vionnet. Museo del Traje.

### VIII. El apagón de la Gran Guerra

La Primera Guerra Mundial (1914-1918) acabó con el brillante carácter de la moda orientalizante. Con los hombres en el frente, las mujeres se vieron obligadas a asumir responsabilidades laborales y sociales, y a dejar la casa. Así, poco a poco, se fue imponiendo un traje práctico, adaptado a las nuevas formas de vida. Por primera vez la falda se acortó considerablemente; en 1915, el traje cubre rodilla y pantorrilla, pero despeja los tobillos. Y, sin embargo, una revolución de tal magnitud no tiene carácter ni origen reivindicativo o provocador; las circunstancias la impusieron. El nuevo largo de las faldas armonizaba, además, con la ropa tipo sastre, sin adornos, que extendió naturalmente su propuesta para adultas razonables, no para muñecas de salón. Sin pretenderlo, Paul Poiret había suministrado a las mujeres el vestuario de la emancipada: el traje sastre de tipo deportivo, en un solo color, para todas las horas del día. Esta tendencia representa también una cierta idea democrática. A simple vista era difícil distinguir entre la

elegante que había pagado una fortuna por su traje sastre, la obrera que lo había copiado de figurines de moda, o la burguesa que lo compraba en unos grandes almacenes.

La guerra produjo también una enorme profusión de jerséis tejidos a mano. Las revistas femeninas publicaban modelos de punto para soldados, las mujeres abandonan los bordados por las labores de punto y fabrican chándales, calcetines, boinas y chalecos abotonados en el delantero. Paulatinamente empiezan a usarlos ellas también, debido a su fácil mantenimiento y a la sencillez de su elaboración. Los tejidos de punto, que revolucionaron la ropa para niños, irrumpieron también en el mundo de la moda gracias, principalmente, a las creaciones de Gabrielle Chanel, que por esas fechas abre una casa de costura en París.

### IX. Entreguerras. El reinado de las mujeres

Al acabar la Primera Guerra Mundial, la burguesía del siglo XIX había perdido su preponderancia absoluta. Parcialmente arruinada y conmocionada por el nuevo rumbo de la historia, tuvo que aceptar de mala gana la competencia de una nueva clase de nuevos ricos surgida a la sombra del conflicto armado. El dinero y el poder cambiaron de manos, pero la Alta Costura continuó siendo una industria próspera que encontraba clientes en la sociedad emergente. En 1920 la costura francesa propuso la vuelta al traje sofisticado, tentativa que, sin embargo, sólo tendría éxito en 1947, tras la Segunda Guerra Mundial. En aquel momento de loca euforia las mujeres rechazan esa imagen por *démodé*, imponiéndose la ropa corta, que, además, atrae la atención de los hombres que vuelven del frente.

Las casas de costura que ejercieron mayor influencia entre 1920 y 1940 estaban dirigidas por mujeres. Ciertamente, Worth y Doucet seguían en activo, pero ya no volvieron a ser las casas-*vedette*. Las creadoras favoritas son Jeanne Lanvin (1867-1946), en principio modista y creadora, a partir de 1906, de trajes bordados de un gusto exquisito; Madeleine Vionnet (1876-1975), la pionera del corte al bias, que logrará su cenit creativo en los años 30; y Gabrielle Chanel (1883-1971), que, más que inventora de formas, es la primera gran estilista y representante de un nuevo estilo de vida.

Los trajes de Chanel son de los primeros que una mujer puede ponerse sin ayuda, ya que están concebidos precisamente para eso, sin las complicaciones inútiles del sistema de cremallera utilizado hasta entonces. Otras casas que alcanzan renombre en la época estaban dirigidas por el inglés Molyneux, Jean Patou y Jacques Heim, quien colaboró con Sonia Delaunay (1889-1979), impresora de sus tejidos. Son años en los que la Alta Costura procura aproximarse a otras artes decorativas, y nuevamente el mérito corresponde a Paul Poiret, creador antes de la guerra de una escuela de arte decorativo e impulsor de la colaboración con pintores que imprimen sus tejidos.

## X. El bautismo de la nueva mujer

La mujer de "los años locos" podría estar representada por una joven deseosa de escapar a las normas tradicionales de la moral burguesa y vivir su vida. El traje de esta *garçonne* tenía un matiz de provocación sexual que procuraba manifestar la paridad de la mujer emancipada con el hombre y, a la vez, un fuerte deseo de seducción. La *garçonne* decidió, sin embargo, renunciar en la medida de lo posible a sus atributos femeninos. Ya no se rellenaba el pecho, incluso se lo vendaba para reducir su volumen, y bajó la cintura hasta la cadera, que, sin embargo, consiguió adelgazar. La invención del tul elástico, que permitió fabricar fajas ligeras, se utilizó para dar al cuerpo un matiz andrógino. Esta imitación estética del macho explica también el que la mujer se cortara el pelo muy corto, lo metiera bajo la *cloche* (sombrero en forma de campana de los años 20), bien calado hasta los ojos, dejando ver sólo una patilla. Al mismo tiempo, la nueva mujer renunció a uno de los privilegios de la ociosidad desde hacía milenios: la piel blanca.

Practicando deportes y exponiendo el cuerpo a los baños de sol, la mujer logró lucir orgullosa por primera vez una tez bronceada. Pero su indumentaria básica siguió siendo el traje sastre de corte estricto, con camisa, y a veces con corbata. El maquillaje era tan artificial como los del siglo XVIII. Las cejas se depilaban y luego se trazaban con lápiz, la boca se dibujaba con el lápiz de labios, de colores sintéticos, traído de Alemania por los vencedores.

Pero el nuevo instrumento de la coquetería femenina fue la exhibición de las piernas. La falda apenas si cubría las rodillas y revelaba las piernas cubiertas con medias de color carne. La lencería elegante era de seda, en color pastel y muy reducida. La camisa, pieza base de la ropa interior femenina, estaba a punto de desaparecer para ser sustituida por la combinación, que se llevará sobre el pantalón íntimo con cintura elástica que ha dejado de ser abierto. El punto de seda artificial, indesmallable y de mantenimiento fácil, que no necesita plancha, se extendió muy pronto en la fabricación de ropa interior. El periodo de entreguerras constituye la edad de oro de la moda parisense.

En España, mientras tanto, gracias a la difusión de la fotografía en revistas de moda y periódicos, el número de mujeres que pueden conocer las novedades impuestas por los grandes creadores crece notablemente. Las grandes divas del cine, en especial Greta Garbo, aportaban también modelos vivos de elegancia, de cómo maquillarse, vestirse y peinarse. Y de esta forma la mayoría de las mujeres, sin medios para poseer un traje de marca, lo hacían copiar a partir del modelo entrevistado en las fotografías y reportajes de la época.

## XI. Los años treinta. El fin del corsé

El ciclo de la moda comenzó a cambiar de nuevo hacia 1928. La *garçonne*, una vez casada y convertida en madre de familia, aceptó de buen grado el alargamiento de las faldas que le proponían los modistos. De nuevo era una mujer la que marcaba las directrices y el tono de la moda. Madeleine Vionnet (1876-1975), cuya maestría en el corte al bias le permitió dar a los trajes aparentemente más simples una ligereza extraordinaria, explotó como nadie lo había hecho hasta entonces las posibilidades del tejido, en todos los sentidos, para modelar el cuerpo. Madeleine Vionnet trabajaba con la tela directamente sobre un maniquí de tamaño mediano. Cabría decir que, en toda la historia de la moda, es su ropa la que más se aproxima a la armonía del traje antiguo, sin rastros de imitación grosera, sino más bien inspirada en algo muy similar al ideal clásico.

Pero lo cierto es que entre 1930 y 1939 no se produjeron modificaciones especta-





Figura 4. Abrigo (ca. 1958), Asunción Bastida. Museo del traje.

culares en la línea general del atuendo femenino. Las faldas fueron acortándose y ganando amplitud poco a poco, los hombros se marcaron y los trajes de noche se alargaron. Sin embargo, el verdadero y trascendental cambio se produjo en la ropa interior. Bajo aquellos trajes ceñidos, era sin duda mucho más atractivo adivinar un cuerpo moldeado, de modo que la mujer "tabla de planchar", omnipresente en 1925, había dejado de ser la ideal. Para parecerse a las vampiresas del cine americano, envueltas en zorros plateados, las mujeres adoptarán la faja elástica, que reduce el contorno de las caderas, y el sujetador, que deriva de la "modestia" de sus madres.

Cuando Paul Poiret suprimió el corsé para sus creaciones, sus clientas se horrorizaron ante la sensación de llevar el pecho desprotegido. Lo sujetaban con una especie de banda corsé, o "modestia", que, en principio, se llevaba por encima del corsé. Estos primeros sostenes desaparecerían hacia 1925, pero volvían a usarse cuando fue preciso redondear el pecho y darle el volumen deseado. De esta forma el sujetador se convirtió en una prenda fundamental del vestuario femenino, que en los años 60 y 70 también se puso en cuestión.

## XII. España años 30. La moda amenazada

En España el comienzo de los años 30 vio el triunfo definitivo de **Cristóbal Balenciaga** (1895-1972), que había abierto su primera casa de costura en San Sebastián en 1914, para instalarse más tarde en Madrid a finales de los años 20. Balenciaga, que acabaría dejando una huella indeleble en la moda europea de su época y en la que estaba por llegar, se vio obligado a cerrar sus casas de costura tras la caída de la monarquía de Alfonso XIII, aunque ya en 1935 abrió una tercera en Barcelona con el nombre de Eisa (apócope del apellido materno, que utilizaría también en otros momentos de su carrera).

Sin embargo, la tragedia de la Guerra Civil truncaría la carrera en España del donostiarra, que en 1936 huyó de la barbarie para instalarse definitivamente en París, donde ya en 1937 presentó su primera colección francesa.

Pero la Guerra Civil determinó el destino de millones de españoles. Fue el caso de Francisco Rabaneda Cuervo (San Sebas-

tián, 1934), que llegaría a ocupar un destacadísimo lugar en la moda a partir de los años 60 con el nombre de **Paco Rabanne**. Hijo de un general republicano fusilado por las fuerzas franquistas en 1936, y de la jefa del taller de Balenciaga en Barcelona, la familia Rabanne abandonó España tras la muerte del padre, y se instaló en París en 1939. Rabanne creció, estudió y desarrolló toda su carrera en Francia, por lo que difícilmente puede considerársele un diseñador español, salvo por las referencias familiares, las profesionales transmitidas por la madre costurera, y las culturales de un idioma y una tradición que siempre dejan poso.

La Guerra interrumpió también la carrera de **Asunción Bastida**, que había nacido en 1902 en Barcelona, lugar donde fundó su primera casa de costura en 1926. En 1934 abrió casa en Madrid, pero el paréntesis de la Guerra truncó sus expectativas artísticas y comerciales. Considerada una de las mejores *coutouriers* de la Alta Costura española, Asunción Bastida fue miembro fundador, en 1940, de la *Cooperativa Española de Alta Costura*, y mantuvo abierta su casa hasta 1970, aunque posteriormente, y hasta 1975, continuó firmando sus creaciones bajo la marca *Asunción Bastida, SA*. Desgraciadamente, quedan pocos ejemplos de una producción valiosa y valorada tanto en España como en el extranjero.

## XIII. Colecciones y otros desfiles

En los años anteriores a la Segunda Guerra Mundial se abrieron en París muchas casas de costura. **Elsa Schiaparelli** (1890-1973), una italiana de espíritu creador ligada a artistas como Cocteau o Salvador Dalí, insufló a la moda un aire surrealista y aristocrático, con propuestas brillantes e insólitas, como un sombrero con forma de zapato, o un traje negro con un esqueleto bordado en oro. Algunas de sus colecciones se organizaban monográficamente en torno a un tema decorativo: las mariposas, los instrumentos de música o el circo, y tanto accesorios como bordados completaban la escena.

Por la misma época, las casas de costura empezaron a acostumbrar a su clientela a la presentación de modelos de temporada sobre maniqués: trescientos para el invierno y el verano, y cien para la primavera y el

otoño. Poco a poco se fue admitiendo en tales pases, antes previstos exclusivamente para clientas, a las periodistas de moda, que notificaban en sus medios cuál era el largo oficial de faldas para la temporada. Este detalle, tan fácil de modificar, era siempre el más señalado en las crónicas.

En 1936, el traje de novia de la Duquesa de Windsor consagró mundialmente al joven norteamericano Mainbocher. Mientras, en el taller de Lucien Lelong se formaban dos futuras estrellas del mundo de la moda: Christian Dior y Pierre Balmain. Marcado por la guerra española que estallaba, y aunque su triunfo hubiera de esperar hasta después de la Guerra Mundial que ya se presentía, el genio Balenciaga preparaba ya su desembarco en París.

#### XIV. España años 40. La moda racionada

Mientras los vientos de guerra recorrían Europa y el mundo, España intentaba recomponerse de la devastación económica y cultural. La Guerra Civil había destruido el frágil tejido social y productivo que sustentaba la incipiente industria de la moda española. Los 40 fueron años de racionamiento, envueltos en un clima de oscurantismo, represión de las costumbres e integrismo católico.

Durante la Guerra el vestuario de la población estuvo marcado por una sola señal: la escasez de telas. La industria textil se encontraba en Cataluña, zona republicana, y las mujeres se veían obligadas a arreglar o transformar en la medida de lo posible los trajes y abrigos que ya tenían. Acabada la Guerra, las telas que empezaron a surtir al país eran ásperas y de mala calidad. Los tiempos imponían, además, cortes sobrios, sencillos, con escotes tímidos y cuellos redondos o en pico, lo más discretos posible.

Si hay una característica que recorre la década es el uso monótono del "negro español", con ligeros toques en gris o en marrón. Los colores no se consideraban elegantes entonces y nadie se atrevía a desafiar esta regla. Sólo el talento de Balenciaga llegó a sublimar esas tristes combinaciones componiendo verdaderas obras de arte; pero él ya estaba en París. El negro era el color dominante para las prendas de uso diario. Negros, los paños de lana de mayor calidad para la ropa de vestir. Negro para los lutos, que se encadenaban uno tan

otro. Y negro también para acompañar la mantilla de blonda negra que lucían las mujeres de las clases altas en Semana Santa con altas peinetas de concha.

Todavía no había *boutiques*; la ropa la confeccionaban las modistas y costureras, inspirándose en las pocas revistas nacionales de la época, y sobre todo en las revistas francesas. En las grandes ciudades comenzaba a haber tiendas que ofrecían ropa ya confeccionada, y aparecían los zapatos topolino, con suelas de corcho muy gruesas.

Las únicas libertades en los estampados eran los cuadritos pequeños, los lunares discretos y, en verano, el azul marino y el blanco. Los colores, ingenuos, tímidos, casi desvaídos, se reservaban para los vestidos de tul, seda o raso de las puestas de largo. La moda respondía a la monotonía de la vida diaria, rota sólo por los destellos de las *vedettes* o las pieles de contrabando de las estrellas del teatro y del cine. Katherine Hepburn, Lauren Bacall y Rita Hayworth eran las estrellas del cine americano, tan abundante en la época, que hicieron soñar a los jóvenes de la época con un mundo mejor.

Pedro Rodríguez (1895-1990) nació en Valencia, pero su familia se instaló en Barcelona ya en 1900. En 1905 comenzó su aprendizaje en un taller de sastre, y desde 1914 trabajó en un taller de modisto. En 1919 abrió su propia casa de costura en colaboración con su esposa, Ana María, costurera de profesión. Su consagración tuvo lugar en el desfile para la Exposición universal de Barcelona de 1929, y durante los años 30 entabló amistad con la otra luminaria de la moda española de la época, Cristóbal Balenciaga. Al comenzar la Guerra Civil se trasladó a Italia y luego a Francia. En 1937 se estableció en San Sebastián, donde fundó una nueva casa de costura. En 1939, al final de la Guerra, abrió de nuevo su casa en Barcelona, y una tercera en Madrid. En 1940 fue fundador y primer presidente de la *Cooperativa de Alta Costura Española*. Durante los años 50 y 60 se dedicó a atender a una clientela sobre todo europea y americana.

Pedro Rodríguez fue maestro de varias generaciones de diseñadores españoles. Trabajaba directamente sobre la modelo, sin diseño previo, y en este sentido se le considera como un "escultor" de la moda. Siempre en competición con Balenciaga, ambos representan en la historia de la moda española dos vocaciones, dos alter-



Figura 5. Vestido (ca. 1953), Pedro Rodríguez. Museo del Traje.

nativas para vestir el cuerpo. La ropa de Pedro Rodríguez evidencia una inspiración mediterránea y erótica que concibe el cuerpo como objeto de seducción. A partir de ahí, y con esa finalidad fundamental, Pedro Rodríguez estudiaba los tejidos y los colores; se hizo famoso, por ejemplo, su color tormenta, con gradaciones de grises y azules. Pero Rodríguez es, sobre todo, un maestro del drapeado. Inspirándose en la iconografía griega y romana, en los neoclásicos y en los prerrafaelistas, Rodríguez creó una silueta suavemente provocativa.

En 1978 se vio obligado a cerrar sus tres casas por razones económicas, lo que no le impidió continuar sus actividades de creación. Rodríguez es autor del famoso vestido que lució la cantante Salomé en el festival de Eurovisión de 1969. En 1986 donó setenta y ocho de sus prendas de vestuario al Museo Textil y de Indumentaria de Barcelona, institución que en 1989, poco antes de su muerte, le dedicó una sala. El Metropolitan Museum of Art de Nueva York posee también obra de Pedro Rodríguez.

Otra destacada figura de época es Marbel (1901-1969). Considerado uno de los grandes de la moda en Madrid durante los años 40 y 50, Marbel se había formado en la casa de Paul Poiret, y en 1936 abrió tienda en Barcelona, que cerró en 1942 para instalarse en Madrid. Durante muchos años mantuvo establecimiento en La Habana, que clausuró tras el triunfo de la revolución castrista, lo que provocó la quiebra de su firma y el cierre definitivo de sus otros establecimientos españoles, que habían proporcionado a la burguesía de la época trajes de noche de gran fantasía y cuidado corte.

## XV. La Segunda Guerra Mundial

La Segunda Guerra Mundial extendió por toda Europa la miseria y la necesidad de inventiva. Muchas casas de costura desaparecieron, obligadas a cerrar sus puertas por la escasez de materias primas y el empobrecimiento de una clientela en fuga. Entre ellas, dejaron un hueco inolvidable las de Chanel, Mainbocher y Vionnet. Poco a poco se fue imponiendo una moda absolutamente dominada por las circunstancias. La Guerra obligó a reutilizar telas antiguas, a estampar los paños con planchas de madera, a fabricar trajes sas-

tre con ribetes de *gros-grain* en los laterales..., y así todas las técnicas artesanales volvieron a desarrollarse para fabricar botones, cinturones, bolsos y objetos de bisutería. Los trajes eran cortos, alrededor de la rodilla, pero tan amplios como era posible. Las medias, que la escasez había convertido en objetos exóticos, se reemplazaban por una capa de maquillaje con la línea negra de la costura dibujada a mano. Los zapatos se fabricaban con todos los materiales imaginables, y se les añadían altas suelas de madera o de corcho.

Sólo la moda de los sombreros experimentó un desarrollo espectacular. En realidad, nunca se habían dejado de usar, y habían conocido las formas más gratuitas y excéntricas desde comienzos del siglo. Pero, entre 1941 y 1944, adoptaron un aire a la vez provocador y sofisticado. Fabricados con materiales como el tul, las plumas, el velo, las flores artificiales, la viruta de madera o el papel de periódico, se erguían como monumentos desequilibrados sobre las cabezas de las mujeres, o quedaban reducidos a las dimensiones de una peluca de muñeca. Además, la mujer que llevaba esos sombreros empezó también a usar pantalones, para poder utilizar cómodamente la bicicleta y combatir la falta de calefacción.

## XVI. Christian Dior y el New Look

A pesar de lo que hubiera podido esperarse, el final de la Guerra no provocó la popularización de un traje femenino verdaderamente funcional. Muy al contrario, la postguerra contempló un retroceso en las costumbres indumentarias, en términos de conquista social y de disposición sobre el propio cuerpo, de nuevo con el ideal de belleza femenina como coartada.

La progresiva recuperación de un cierto bienestar coincidió con el regreso de la imagen más tradicional de la mujer. Desde Poiret, el traje femenino había evolucionado, bien que a trompicones, hacia una cierta racionalización y formas que facilitarían la vida activa. En 1947, la primera colección de un nuevo modisto, Christian Dior, se opuso a este avance producido de forma natural ante las necesidades impuestas por la situación de guerra prolongada.

Dior intuyó que las mujeres querían olvidar rápidamente las angustias y privacio-

nes padecidas durante la guerra y volver a vestirse como princesas: todavía hoy, el estilo favorito de cualquier burguesa está representado por iconos como Grace Kelly, una princesa con cintura de avispa, *twin set* con collar de perlas y aire aristocrático. De repente, los hombros anchos, los peinados y sombreros voluminosos y las suelas anchas de los zapatos dejaron de estar de moda, y, para conseguir la silueta sofisticada que proponía Dior, renacieron las *guêpières* "corseletes para conseguir el apreciado talle de avispa" y los cancanes de tul, mientras que los zapatos de tacón de aguja hicieron furor. La falda, alargada unos 20 centímetros, descendía hasta el tobillo y se realzaba por medio de rellenos en las caderas.

Los periodistas americanos bautizaron como *New Look* la propuesta de Dior. En realidad, los mayores reproches recibidos por el *New Look* señalaban que la extraordinaria línea de Dior simbolizaba también un retorno ilusorio al mundo anterior a la catástrofe. Sobre todo en los trajes de noche, que con sus *bustiers* sin espaldas emballadas y sus faldas amplias sostenidas por volantes de tafetán y tules de crin, parecían volver sus ojos a las mujeres del siglo XIX: uno de los más célebres modelos de aquella mítica primera colección de Dior tenía una falda plisada de 14 metros, es decir, como una crinolina.

Por encima de todo, Christian Dior contribuyó poderosamente a relanzar el prestigio de la Alta Costura parisina, y su casa ha sido una de las más importantes de la segunda mitad del siglo XX. En sólo diez años, Dior atesoró una consideración de leyenda. A su muerte, otra futura leyenda heredó aquel prestigio: Yves Saint Laurent, que tenía entonces 22 años.

## XVII. Los años cincuenta. El anuncio del prêt-à-porter

La Alta Costura conoció en los años 50 un período especialmente brillante. Cada vez más, a la venta de modelos a medida, los modistos añadían la venta de patrones a confeccionistas del mundo entero, que los copiaban estrictamente o se inspiraban en ellos para los detalles de sus prendas. También entonces comenzó la práctica de la cesión de la marca para la difusión de accesorios: guantes, echarpes, zapatos, perfumes. En este último caso, fue también Poi-

ret el pionero, que fue seguido rápidamente por la mayoría de las casas de Alta Costura.

Pero la Alta Costura necesitaba, sin embargo, simplificar sus actividades. Por una parte, desaparecieron las colecciones de media temporada, y las dos colecciones anuales vieron reducidas las exigencias de antes de la guerra. El esfuerzo se redujo a cincuenta modelos cada seis meses para una casa pequeña, y a ciento cincuenta para las más importantes. Pero, por otra parte, y a pesar de los bajos salarios de las obreras de los talleres de costura, los costes de producción eran cada vez más elevados. La Alta Costura decidió permanecer fiel a su actitud tradicional: el servicio a una clientela de mujeres adultas y pertenecientes a los estratos más elevados de la sociedad.

A pesar de algunas iniciativas aisladas, sus modelos no atraían a la potencial clientela de mujeres jóvenes. La Alta Costura se había desinteresado de la ropa de *sport* y de verano, justo cuando el aire libre y el deporte se impusieron. Allí radicó el hallazgo de ciertos confeccionistas: captar a esa clientela joven con trajes de moda fabricados en serie, tal como se hacía en EE.UU. En los años 60, una numerosa nueva generación reclamaba un traje adaptado a su estilo de vida. El nacimiento de la industria del prêt-à-porter era ya inevitable.

## XVIII. La línea de un saco

Bajo la influencia de Christian Dior, un genio creador capaz de generar modas que dejaban anticuadas las propuestas del año anterior, la Alta Costura se había acostumbrado al peligroso reto de ofrecer una línea nueva cada seis meses. Lo cual, más que responder a las necesidades de la clientela, obedecía a una labor de imagen que inducía a comprar. Paulatinamente, gracias a Cristóbal Balenciaga, "el más misterioso, el más prestigioso de los modistos", según la historiadora Yvonne Deslambres, que se había instalado en París en 1937, la cintura dejó de entallarse.

Su "traje-saco" de 1956, un vestido camisero sin entallar, fue un fracaso entre la clientela. Pero gracias a esta propuesta el ojo se habituó a la línea recta, a los trajes no ceñidos y sin talle que favorecerían a las mujeres jóvenes, de cuerpos esbeltos, y marcarían la evolución de la moda duran-



Figura 6. Modelo Bar, Christian Dior. Museo del Traje.



Figura 7. Vestido de cóctel (ca. 1960), Cristóbal Balenciaga. Museo del Traje.

te los años 60 en la obra de Courrèges, Pierre Cardin, Paco Rabanne, Givenchy o Saint Laurent..., todos ellos admiradores del genial español. Contrariamente a Dior, Balenciaga no creaba modas que anulaban las anteriores; seguía investigando en su línea, mucho más moderna y visionaria. Pero la ropa de Balenciaga, que tanto marcó a los modistos que fueron sus contemporáneos, no podía llevarla cualquiera. "Cuando entraba una mujer en un salón vestida con ropa de Balenciaga, todas las demás mujeres se apagaban. El cierre de su casa fue una inmensa pérdida, pero luego comprendí el valor de su retirada: aquellos salones y aquellas mujeres habían dejado de existir, y él lo había intuido a tiempo", afirmaba Diana Vreeland, mítica directora de la revista *Vogue* y asesora del Costume Institute del Metropolitan Museum de Nueva York.

## XIX. Vuelve Chanel

A todas estas variantes de la moda sucedió una sorprendente vuelta al clasicismo. La dirección de Perfumes Chanel convenció a la gran *Mademoiselle* para que abandonase su exilio suizo y dirigiese la reapertura, en 1954, de la casa de costura cerrada desde 1939. Saludada con escepticismo por la prensa, la primera colección no constituyó un éxito, hasta el momento en que la vieja dama, contaba ya 72 años, puso a punto en sus talleres un tipo de traje sastrero adaptable a cualquier circunstancia y a cualquier hora del día. Fabricado en ligeros *tweeds* escoceses, guarnecido con galones de colores variados, con la chaqueta generalmente forrada del mismo tejido que la blusa, y falda recta cubriendo la rodilla, este traje rápidamente ganó resonancia mundial por su estilo reconocible y fácilmente imitable. Al contrario de otras casas de Alta Costura que perseguían las imitaciones, a Chanel no le importaba ser copiada, en la seguridad de que la calidad de los trajes que salían de su taller marcaba la distinción.

## XX. España años 50. La moda inmóvil

Mr. Marshall no se detuvo en España, y la reconstrucción que Europa iniciaba enfebrecida en los 50 se demoró en la España

franquista hasta que la transformación social, la estabilización económica y el turismo debilitaron irremediabilmente los cimientos del régimen. Pero los 50 son años de inmovilismo en España. Aislada internacionalmente desde 1947, instalada su economía en la más paralizante autarquía, la vida y la moda española discurrían entre visillos, en una larga y obligada siesta cada vez más insoportable para las nuevas generaciones.

Las modistas copiaban de las revistas; las amas de casa, de los patrones; y las mujeres jóvenes, del cine. A esta fuente de fantasía se debieron dos modas: el uso de la gabardina anudada en la cintura "a lo Lauren Bacall", y el éxito del *twin-set*: conjunto de jersey de cuello redondo y cárdigan de punto fino con pequeños botones y sin cuello, que en España se llamó "rebeca"; como la protagonista de la película de Alfred Hitchcock (1940), que interpretaba Joan Fontaine.

Sólo algunos nombres aislados destacaban en el panorama de la moda española de la época, como el de Manuel Pertegaz, nacido en Olba, Teruel, en 1918. En 1928 su familia se instaló en Barcelona, donde desarrolló su temprana vocación por la costura. En 1942 abrió su casa de Alta Costura en Barcelona. En 1945 presentó por primera vez sus colecciones en Norteamérica. Al año siguiente abrió una casa en Madrid a la que siguieron otras en diferentes ciudades de España. Es miembro de la *Cooperativa de Alta Costura Española*. Durante años, sus colecciones se presentaron regularmente en Europa, América y Asia. En los años 70 lanza su primera línea de *prêt-à-porter*, y produce además accesorios y firma perfumes. Contemporáneo de ambos, Pertegaz intentó la síntesis entre la sensualidad de Rodríguez y la arquitectura de Balenciaga, con una obra que se distingue por la perfección de los acabados, la innovación y una gran creatividad. Pertegaz está considerado como uno de los pocos auténticos *couturiers* que ha producido España.

Otro fenómeno comenzaba a ocupar un lugar central en el panorama de la moda española de la época. Si bien los grandes almacenes que marcarían las décadas posteriores en abierta competencia, *El Corte Inglés* y *Galerías Preciados* habían sido fundados en los años 30, fue en la década de los 50 cuando conocieron una expansión que culminaría en los 60 y 70, antes de que el gigante fundado en 1934 por

Ramón Fernández Areces copara el sector adquiriendo por fin Galerías Preciados y convirtiéndose en un fenómeno internacional de la producción, distribución y venta de moda española.

Mención aparte merece la firma *Loewe*, fundada en 1846, que ha pasado a lo largo de su historia por numerosos avatares familiares y empresariales, y ha marcado toda una época de la moda y la vida social españolas, hasta llegar a nuestros días en manos del grupo multinacional LMHV, que ha dado un giro radical a su producción y su presencia internacional.

## XXI. Los modernos. El futurista André Courrèges

La vitalidad del espíritu creador de la Alta Costura se hizo patente, sin embargo, con la obra de **André Courrèges** (1923), que renovó en 1965 la silueta femenina. Alumno de Balenciaga, propuso en su propia casa una línea cuyo éxito fue inmediato y duradero, ya que respondía a las difusas aspiraciones de una clientela mucho más vasta que la que tradicionalmente aparecía ligada a la Alta Costura, que por primera vez seducía a la juventud.

El "traje Courrèges" estaba ideado para una mujer deportiva, un palmo por encima de la rodilla y sin pinzas, manteniéndose únicamente por el rigor del corte, de una perfección casi matemática. Courrèges dotó de estilo a la minifalda lanzada por **Mary Quant** (1934) desde su boutique londinense, y la instaló en el trono de la Alta Costura, dándole nueva carta de naturaleza. Por otra parte, organizó la difusión de sus modelos con un triple abanico de precios: uno similar al de la Alta Costura, con modelos-prototipo, ejecutados a medida y en la tradición de una perfección rigurosa, tal y como había aprendido con Balenciaga; una segunda serie en *prêt-à-porter*, en materiales muy parecidos a los de la Alta Costura; y, por último, otra en materiales más baratos, siempre en *prêt-à-porter*; la serie *Costura futura*, una colección que sería llevada por millones de mujeres.

Marcadas con un anagrama que fue también muy imitado, las combinaciones típicas de Courrèges (conjuntos de faldas y pantalones, *shorts* y blusones de colores vivos) tuvieron un éxito prodigioso. Incluso las mujeres a quienes intimidaba la imagen de la Alta Costura, entraron sin com-

plejos en las boutiques del modisto que se había arriesgado a poner su marca en juego.

## XXII. El puente entre dos mundos. Yves Saint Laurent

Sin duda, **Yves Saint Laurent** (Orán, Argelia, 1936) es uno de los diseñadores más importantes de la posguerra. Ha estado en primera línea desde sus inicios en Dior, con apenas 22 años. A los diecisiete años participó en un concurso patrocinado por el *Secretariado Internacional de la Lana*, y ganó el primer premio con un vestido de cóctel. En 1954 fue contratado por Christian Dior, y cuando éste murió cuatro años más tarde, en 1957, Saint Laurent se hizo cargo de la casa. Su línea *Trapezio*, de 1958, inspirada en la *Saco de Balenciaga*, pero suavizada, tenía un aire infantil: hombros estrechos, cuerpo semientallado y falda corta de vuelo. En 1960 presentó chaquetas de cuero negro, suéteres de cuello cisne y bajos ribeteados de piel. El público vio la moda de calle rediseñada por un modisto. Aquel mismo año lo llamaron a filas para luchar en la Guerra de Argelia. Meses más tarde fue licenciado por enfermedad (sufrió una crisis nerviosa) y cuando regresó a París Marc Bohan había ocupado su puesto de diseñador jefe de Dior.

Saint Laurent fundó su propia casa en 1961. Al año siguiente presentó un chaquetón marinero con botones dorados que fue un éxito, y blusones de punto, seda y raso. Siguió haciendo nuevas aportaciones a la moda año tras año. Así, en 1963, creó un modelo de botas hasta el muslo copiado en todo el mundo; en 1965, fundió arte y moda en los vestidos *Mondrian*; en 1966, lanzó el *smoking* femenino, una de sus innovaciones más populares. El mismo año abrió una serie de tiendas de *prêt-à-porter* que llamó *Rive Gauche*, con las que conquistó el mercado instantáneamente. Los bombachos de terciopelo fueron una novedad importante en las colecciones de 1967. A el año siguiente presentó blusas transparentes y su ya clásica sahariana; en 1969, el traje pantalón; en 1971, el *blazer*:

Siguió dominando el mundo de la moda durante toda la década de 1970. Una de sus colecciones más memorables fue la de 1976, de estilo cosaco. Las faldas largas de vuelo, los corpiños y las botas ejercieron una gran influencia y convirtieron los



Figura 8. Vestido de fiesta (1971), Manuel Pertegaz. Museo del Traje.



Figura 9. Blusón y pantalón (ca. 1967), Courrèges. Museo del Traje.



Figura 10. Vestido y abrigo (1972), Elio Berhanyer. Museo del Traje.

pañuelos y chales en accesorios de moda permanentes. Puso muy de moda los pantalones, convirtió prendas del ropero masculino, *blazers*, trincheras y abrigos, en prendas de moda femeninas, y frecuentó el terciopelo negro (era un gran admirador del uso del terciopelo y del color negro dictados por Balenciaga), hasta el punto de que llegó a hablarse del "terciopelo Saint Laurent". Sus trajes sastre eran ideales para la mujer ejecutiva, pero sofisticada, que iba apareciendo en los años 60. Elegantes, llenos de estilo e informales, reflejaban el espíritu de la época.

Saint Laurent heredó la técnica y la capacidad de lanzar modas de Dior, admiraba la elegancia contenida y visionaria de Balenciaga, desarrolló el sentido de lo femenino de Vionnet, lanzó prendas intemporales emulando a Chanel y rescató el talento de Schiaparelli para ensamblar arte y moda. Se le considera padre de una nueva manera de vestir. A su prolífica y brillante obra, que es el eslabón entre la antigua Alta Costura y el nacimiento del *prêt-à-porter*, se suma, como iconografía de una época, la imagen de Catherine Deneuve vestida por él en películas como *Belle de jour*, de Luis Buñuel.

### XXIII. España años 60. La moda nueva

La incorporación de las nuevas generaciones a la vida cultural y laboral española, las primeras que pueden viajar al extranjero y estudiar lejos de las cerradas universidades nacionales, el desarrollo incipiente pero imparable de la que llegaría a ser la primera industria nacional, el turismo, y la influencia que unos y otros recibieron de unos medios de comunicación cada vez menos herméticos y sometibles, provocaron el gran cambio que un régimen envejecido trataba de evitar por todos los medios.

En lo que respecta a la moda, por primera vez en mucho tiempo, la confección española generó nombres que renovaron la oferta estilística y propusieron un decidido acercamiento a los fenómenos estéticos y culturales occidentales. En los años 60 abrieron sus puertas casas de costura que, con humildad y talento, procuraron dotar a las nuevas generaciones de elementos de estilo acordes con su tiempo. Entre otros, cabe citar a Carmen Mir (1903-1986), que fundó en 1940 una casa de moda que contribuyó a modernizar los años 60 y 70; Pedro Rovira (1921-1978), que fundó su casa de costura en 1948, y llegó a lanzar en los 60 líneas propias de *prêt-à-porter*; Josep Ferré (1929), que presentó desde 1959 la gran novedad del traje-pantalón que transformaría los hábitos indumentarios de la mujer española; o Herrera y Ollero, una casa fundada en 1945, que incorporó a fines de la década de 1960 las claves materiales y estilísticas con las que Paco Rabanne estaba revolucionando el mundo de la moda.

Pero el nombre fundamental de la década de 1960 en España es Elio Berhanyer, marca del creador Eliseo Berenguer, nacido en Córdoba en 1933, que en 1948 se instaló en Madrid, pero no trabajó en la moda hasta 1958, y crea su casa de costura y *prêt-à-porter* en 1960. De formación autodidacta, presentó su primera colección de ropa femenina en 1960 y, poco después, también líneas masculina y de accesorios: guantes, fulares, zapatos y perfumes. Durante muchos años diseñó los uniformes de las azafatas de *Iberia*. Sus creaciones de los años 60 y principios de los 70 seguían las tendencias de la moda que adapta a los parámetros de la Alta Costura. El Op-art, las formas geométricas y estructuradas caracterizan sus trajes sastre y sus abrigos. Su trabajo arquitectónico y el empleo constante de botones gigantes y planos contribuyeron a identificar su imagen. Fue uno de los primeros creadores españoles que firmó con su nombre ropa y accesorios, utilizando su marca como recurso decorativo y publicitario.

# Modas recientes (1960-...). Una sinopsis/ crónica apresurada

Lola Gavarrón Casado

## I. Los sesenta o la rebeldía alegre

Juventud, cambio, contestación: estos tres términos definen la atmósfera de los años 60. Una década marcada por la confrontación esperanzada, la rebeldía alegre y el despegue masivo de la liberación femenina. Una década que aún sigue muy viva en los comienzos del siglo XXI.

### Los inicios del *prêt-à-porter*

Los 60 significan también el cénit de la edad de oro de la Alta Costura. Ganar los tiempos invertidos en pruebas y el nuevo ambiente “desenfadado” que destierra como rancios a las personas “bien vestidas” son el embrión del *prêt-à-porter*; el fenómeno industrial que permite probarse y llevarse la ropa puesta, en muy poco tiempo y por bastante menos dinero.

En España, Marisol marcaba la moda de una adolescencia tranquila, de faldita escocesa y chaqueta blaiser. Su modelo en el cine y en la vida real supera al de sus rivales: Rocio Dúrca o Conchita Velasco. En Barcelona, Teresa Gimpera es la musa de la modernidad catalana y supone un espíritu mucho más cosmopolita.

En moda, la división está clara: Alta Costura para una pequeña minoría iniciada y ropa de confección y de saldos para la inmensa mayoría. La falta de términos medios expresa muy bien el desequilibrio social debido a la dictadura militar.

En Alta Costura, el genio indiscutible sigue siendo Balenciaga, “el Emperador”. Las más viajeras se las ingenian para hacer-

se sus vestidos en los talleres de George V, meca del riguroso estilo de Balenciaga. Sus admiradoras, pero sin tantas posibilidades para viajar, se los hacen en los talleres Eisa de Madrid, contracción de Eisaguirre –apellido materno de Balenciaga–, de donde saldrán, por ejemplo, muchos trajes para Carmencita Franco Polo.

El buen hacer y el chic de Manolo Pertegaz y Pedro Rodríguez gozan de todo el respeto nacional. Con ellos, Asunción Bastida, Carmen Mir, Márbel, Herrera y Olle-ro y Ana de Pombo –sus sombreros en especial– conforman una década de “fantasía a la española”; es decir, sujeta a las dificultades de abastecimiento de textiles y accesorios y a las censuras pudibundas en cuanto a lo que había que ponerse para cada ocasión.

En el Pabellón de España de la Feria Universal de Nueva York de 1964, Manuel Pertegaz organiza un desfile, con escenografía de Pablo Olivera y Ana de Pombo, que deja maravillado durante mucho tiempo al iniciado público asistente. La calidad de sus telas, la originalidad de sus cortes y lo arriesgado de sus contrastes de color convierten a Manolo Pertegaz en el “Balenciaga hispánico”, o sea, en el modista con mayor prestigio en el panorama nacional español.

A su lado, un jovencísimo cordobés, llamado Elio Berhanyer, empieza a sorprender. Su estilo de líneas cuadradas, con efectos ópticos y textiles de nueva tecnología está en la onda de un Paco Rabanne o un Courrèges en Francia. Sus novias causan sensación por la juventud de sus cortes.

En accesorios, nadie supera el talento y la magia de Ana de Pombo. Instalada en la Plaza de los Naranjos de Marbella, hace



Figura 1. Balenciaga en su taller probando directamente sobre una modelo.



Figura 2. Vestido y cinturón de Elio Berhanyer. Museo del Traje.





Figura 3. La ye-yé de los años 60: coleta de caballo, blusa blanca, falda de tergal, calcetines blancos y bailarinas.



Figura 4. Las formas cuadradas, el op-art en blanco y negro y las botas definen la silueta *sixties* en versión de Paco Rabanne.



Figura 5. Alpargatas italianas de Vergottini y Alberti (1973).

sombreros inimitables, con materiales de *rien de rien*. Paja, lazos de seda, rafia, abalorios... Con una clientela internacional para quien sus sombreros valen el viaje a Marbella tanto como las bellezas de la preciosa villa marina recién descubierta, Ana de Pombo recupera todo el espíritu de la costura que ella ayudó a florecer en el París de los años 30 y 40, trabajando para Chanel y Paquin.

### Los *sixties*

A comienzos de los años 60, el ideal de "elegancia impecable" de los 50 estaba totalmente ausente de las ideas juveniles. Éstas sólo buscan la ropa cómoda, con un toque de estilo, sí, pero sin pretensiones.

Los ideales son democráticos. Se huye de todo lo que sea "distinguido" y perfeccionista. Se cultiva "lo ye-yé", o sea, lo desenfadado, lo roto, lo que parece sacado del baúl de la abuela, sabiamente mezclado con los accesorios más contestarios.

Yves St Laurent, antiguo ayudante de Dior, ha abierto su estudio en el 30 bis de la rue Spontini. Su colorido y su estilo masculino/femenino son vistos como el colmo de la modernidad. Las actrices más en boga, como Catherine Deneuve o Silvie Vartan, adoptan su estilo de un chic decididamente moderno. Inventor del vestido trapecio en 1959, del chaquetón marinero en 1962, del estilo Mondrian en 1965, del primer *smoking* femenino —a lo Marlene Dietrich— en 1966; de los vestidos pop y de la sahariana —1968—, Ricardo Bofill, que por entonces empezaba a destacar con su arquitectura, dijo de él: "Es moderno mucho más allá de la moda. Porque domina su tecnología y puede realizar vestidos de épocas y de estilos diferentes, reinterpretándolos para nuestro tiempo".

Françoise Hardy, musa de las nuevas generaciones, se viste en blanco y negro y de Paco Rabanne. Vestidos túnica, inclusión de texturas metalizadas, lurex y lamé le dan un aspecto de falsa fragilidad.

Thierry Mugler, Montana, Pierre Cardin, Sonia Rykiel, Nino Cerruti, Chanel, Paco Rabanne, André Courrèges y Jean Charles de Castelbajac son, junto con Yves St Laurent, Dior y Ungaro, los definitivos "maestros" de la moda francesa, hecha de tejidos sintéticos y tecnológicos, color, fantasía y espíritu liberador.

Mayo del 68 es el mes de muchas aventuras ideológicas y el del cierre de los talle-

res de Cristóbal Balenciaga, tras 31 años de indiscutida autoridad. "Me hubiera gustado hacer un *prêt-à-porter* bonito y bien hecho. Pero no tengo ni la juventud ni la energía necesaria", dijo. Y con un gesto "de torero" introdujo en su última colección una soberbia minifalda en seda de micol tabaco, cuyo volumen quitaba todo impudor a la minifalda, algo que tanto Balenciaga como Chanel detestaban.

"Detesto la minifalda porque es *sale* (sucia)" había dicho Chanel. "No será en mi casa en donde hagamos esas mamarrachadas que no gustan a ningún hombre. Desde luego, las mujeres de este tiempo lo han hecho todo para no gustar a los hombres y hay que decir que lo han conseguido".

La minifalda de equilibrio perfecto, que impedía que se viera la ropa interior, había sido inventada por Courrèges, discípulo de Balenciaga y gran feminista. Pero su coste y su estilo eran claramente de Alta Costura. Fue la inglesa Mary Quant la que popularizó la minifalda, unida a las medias o pantys opacos de colores, los zapatos cuadrados y planos con hebillas, y flores por todas partes, hasta en el pelo. Todo ello, conformó el estilo *Carnaby Street*.

Se dibujaba así una criatura diferente, a gusto con su imagen externa, alegre, con colores y formas que en nada recordaban a las estiradas damas de los años 40 y 50. Los 60 significaron el comienzo de la emancipación femenina, en la vida hogareña, en el trabajo y en la indumentaria: ya nada las detendría nunca más.

Los grandes iconos femeninos de la época, como Twiggy, Françoise Hardy, Jackie Kennedy, Brigitte Bardot o la maniquí inglesa "La Gamba", se vestían además así, con "desaliño" un tanto estudiado, pero con verdaderos deseos de caer simpáticas a la inmensa mayoría. Los ideales democráticos están muy frescos en los años 60. Y el mito de la juventud, la rebeldía, el color y el amor libre, impregnaron con su frescura la moda contestataria, pero alegre, de esta vitalista época.

Como contrapunto, Grace Kelly, primera americana en ser admitida en el Gotha de la nobleza europea, se viste siempre, absolutamente *comme il faut*, impecable. Y lanza, entre otras cosas, el universal bolso *Kelly* de Hermès, inventado en su honor en la centenaria casa francesa de la piel artesana.

## II. Los setenta, *hippies for ever*

Los setenta fueron los sesenta pero "a lo grande". Se agudizaron la psicodelia, el *op-art*, los hologramas y los efectos ópticos. El mundo fue un caleidoscopio. Los ideales *hippies* se democratizaron, por un lado, y se hicieron más irónicos por otro. Se perdió inocencia. En moda, el bikini reemplazó definitivamente al traje de baño y comenzó la popularización del *top-less* en las playas veraniegas. Las alpargatas, los accesorios con raíces étnicas y la profusión de colores marcaron una época con formas de *minipull*, grandes gafas de sol, relojes "patata" en las muñecas y ceñidos pantalones de pata de elefante.

### Todo empieza en los pies

Los setenta merecen la pena ser estudiados de abajo a arriba. De los pies a la cabeza; pocas épocas de la historia han sido tan inventivas en la exhibición y cuidado de los pies.

Con la séptima década del siglo nacen los popularísimos zuecos. Imitación de los del Dr. Scholl y recomendados por los pedicuros, los zuecos adoptan formas planas o de altísimas plataformas, colores clásicos o arcoiris de colores y, además, en climas templados, admiten su combinación con pantys de todos los colores pensables e impensables. Desde abajo, la década fue ya el triunfo de la psicodelia.

Junto a los zuecos, las alpargatas de lazada. Con cuña de cáñamo y motivos étnicos –de rayas o flores–, las alpargatas comulgan con la estética *hippie* que propugna un "vestido ecológico y natural", y nada más natural que el transpirable cáñamo para soportar los rigores del asfalto en los larguísimos veranos de la gran ciudad.

Cuñas, botas, botinas y zuecos significan una orgía de piernas al aire. Se está bajo el imperio de la minifalda, recta o plisada; de las medias caladas de colores; y de los *minipulls* a juego. La imagen es de *baby-doll*; de muñequita aparentemente frágil.

El color de los pies se culmina con el color de las cabezas. Los años 70 son también la gran década del teñido del pelo. Nunca se vieron más melenas pajizas, caobas o decididamente pelirrojas que en esta década. Todo valía mientras tuviera color. Color bien visible.

Otra gran invención son las grandes gafas de sol y los grandes relojes deportivos –los "patata"–. Las gafas de sol, de

grandes cristales y monturas pastel, nacieron a finales de la década de los años 60, pero viven en los 70 todo su esplendor gracias a las primeras recomendaciones médicas de protección frente al sol y a la estética *op-art*, que reclama colores por todo el cuerpo y la cara.

Los enormes relojes deportivos toman por asalto las muñecas de las adolescentes y las convierten en faros luminosos. Se combinan, en la muñeca opuesta, con grandes pulseras o brazaletes supuestamente africanos o de materiales que necesitan del calor de la piel para su buen mantenimiento, como las turquesas, los corales y los marfiles.

Todo tiene un toque artesano. Es el comienzo de la mitificación de lo "hecho a mano". Como si la paciencia artesana diera una energía mágica a alpargatas, bisutería y ropa; una mitificación que ha durado hasta nuestros días.

Es el nacimiento también de la moda *ad-lib* ibicenca, cuya etimología recuerda precisamente los ideales libertarios de la década: *ad-lib* (hacia la libertad). Ibiza y sus ropas blancas de arriba abajo, con o sin encajes, con o sin bordados, abandera esta manera de vestir que da al mismo tiempo un toque muy sexy y muy inocente a las mujeres; como si fueran ninfas. El fenómeno se completa con las grandes bandoleras de cuero repujadas, o con tiras, que perfilan la silueta un poco grandilocuente de los años 70.

La década se termina con la aparición de un serie de nombres "contestarios" por el momento y futuros motores del despegue del *Made in Spain* en los 80. Son Francis Montesinos, Toni Miró, Santos Montes (*Woolstock*), Manuel Piña y Pepe Rubio. Todos ellos tienen el talento de recuperar raíces étnicas de la indumentaria española y ponerlas al día internacional.

### Del zueco a la sandalia de tacón

En Europa la atmósfera es muy parecida a la española. Los comodísimos zuecos invaden las calles en verano y se muestran en clásicos marrones en invierno. Las alpargatas, llevadas *avec insouciance* con el talón sin cubrir, revelan ese deseo de ganarse la libertad hasta por lo más sufrido: los pies.

Los 70 son también la eclosión del zapato/sandalia de fantasía, por ese curioso paradigma de la moda, que quiere que los fenómenos contrarios se den simultánea-

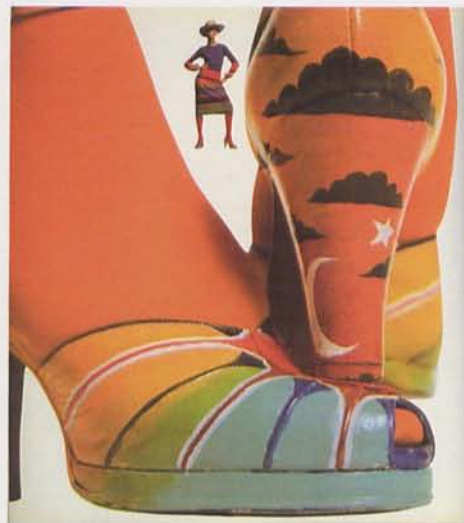


Figura 6. Zapatos psicodélicos de Mr. Freedom (1971).



Figura 7. Vestidos de Jean-Charles Brosseau. Las flores repujadas son una constante en los años 70.

mente. Y al mismo tiempo que los comodísimos zuecos y alpargatas, empiezan a verse zapatos sandalias de altísimo tacón –*stiletto*– con *strass* en las tiras y con unas uñas recién pintadas de colores imprevisibles.

Los ideales de comodidad, sin embargo, reaccionan. El algodón, la lana y la seda tienen que luchar duramente para resistir la avalancha de tejidos sintéticos –tergales, poliamidas y poliésteres– que no necesitan plancha y que son muchos, menos delicados que los tejidos naturales. Solo las “románticas y ecologistas” defienden con ardor las bondades de los tejidos naturales.

Se juega con los plisados permanentes. El rey es un japonés llamado Issey Miyake, sus primeras presentaciones tienen lugar en *La Coupole de Montparnasse*, un *bistrot* donde se reúnen los progres con dinero. Sus plisados hacen furor por lo bonito de su movimiento –y hasta de su frufrú– y lo facilísimo de su mantenimiento.

Esa devoción por la ropa fácil explica también la invasión del punto a todas horas. Jerseys, faldas, vestidos y *twin-sets* o conjuntos que se llevan con una simpática hilera de perlas. Los 70 son una década viajera y el punto es lo que mejor viaja, se pliega con cierto cuidado en la maleta y, al llegar al hotel, se lleva a la percha y recupera su aspecto inmediatamente.

Con el punto y los plisados, la tercera gran apuesta de la década es el cuero. El cuero negro en pequeñas cazadoras o *blousons* que llegan a la cintura y que dibujan mujeres definitivamente “liberadas”, sean del movimiento feminista o no. El gran rey del cuero es Claude Montana.

Claude Montana, medio español medio alemán, ha logrado hacerse un gran nombre entre los jóvenes “contestatarios” de Saint Denis. Su cuero no huele, no es rígido ni rancio; es ligero, se ciñe como un guante y parece como una camiseta pegada a la piel, “mórbido” dirían los italianos, que inmediatamente le fabrican estos blusones de cuero, industrialmente. A veces, hasta los clavetea alumbrando ya el movimiento *punk* de los ochenta.

Thierry Mugler es el tercer rey de la baraja. Sus sastres son de una feminidad apabullante, felinos. Dibujan las formas femeninas con un efecto “tan Hollywood”, que en Nueva York es uno de los nuevos diseñadores franceses que va a ser más rápidamente adoptado.

El cuarto rey no es un nombre sino una marca: Cacharel. La primera marca de *prêt-*

*à-porter* joven que tiene éxito internacional. Sus faldas *liberty* con camisetas de algodón, sus pantalones de popelín de colores y sus *chemisiers* en madrás se vendieron, por primera vez, por millones de unidades. Era el triunfo póstumo del “hippismo” pasado por la palanca de la gran industria del *prêt-à-porter*.

### III. Los ochenta son nuestros

Tanto en España como en Europa, los 80 van a ser una década de creatividad, invención y fantasía, favorecida por la bonanza económica y por la aceptación universal del juego de la moda como algo en lo que merece la pena participar.

Los desfiles se convierten en espectáculos; las modelos, en personajes sociales; y los diseñadores reciben honores de sus gobiernos, como si fueron escritores o ingenieros. La moda se convierte en expresión de la tribu social a la que se pertenece –o se quisiera pertenecer– y todo ello contribuye al despegue del movimiento “marquista” que no sólo no ha remitido sino que sigue cada vez más fuerte en nuestros días.

#### Vestirse es una cuestión de personalidad

La España revestida de monarquía constitucional vive su peculiar hechizo con la moda. Vestirse se convierte en una expresión de la propia identidad, contenida y censurada en anteriores décadas franquistas. Vestirse es una cuestión de libertad, como lo es también manifestarse abiertamente en los foros culturales recién estrenados. De todos ellos destaca *La Luna de Madrid*, expresión de la mágica “movida madrileña” que no era más que la sacudida enérgica de tantos años de falsa pudibundez en las artes y en las letras.

*La Luna de Madrid* nació en noviembre de 1983. Costaba 175 pesetas. Estaba hecha en gran formato y papel reciclado, sin publicidad. En ella colaboraban “por placer” Borja Casani, Almodóvar –que se inventa su *alter ego*, la *Patty Diphusa*–; Joaquín Berao, Mariscal, Ouka Lele, Pablo Pérez-Minguez, Jesús del Pozo, Ceesepe, Terenci Moix, El Hortelano, Ramoncín, Aranguren o Eduardo Haro Ibars. Sus Contenidos eran todos los que pudieran impulsar hacia una sana liberación de los corsés físicos y mentales del franquismo.

La moda fue siempre tratada como una fenomenal expresión de libertad.

Uno de los personajes que simbolizan el despegue internacional es Sybilla. En noviembre de 1983 hace su primer desfile en el Pabellón de Jacobo Siruela en Madrid. Aun con los errores de las debutantes, el selecto público asistente –arquitectos, artistas, iniciados en la moda– se da cuenta de que ahí late ya algo distinto. Sybilla sale al final tímidamente, en un visto y no visto, que delata el misterio con que va a querer envolver siempre su carrera de diseñadora. Tiene veinte años y acaba de hacer un *stage* en el taller de Alta Costura de St Laurent. Quiere que su ropa sea poética, que no recuerde a nadie y que tenga siempre un acabado “a mano”. Con estas esenciales premisas, Sybilla se convertirá en el máximo nombre español de las décadas de 1980 y 1990. El que más caminos inexplorados abre, en todo caso.

Otro gran nombre propio de los años 80 es Francis Montesinos. Su fórmula es aparentemente simple: recuperar el colorido y los motivos del folklore valenciano e interpretarlos con una imagen internacional. Así hace con su célebre “punto a mano”, con sus vestidos de grandes estampados florales, con sus chales de madroños, con el cuero pegado al cuerpo, con los terciopelos abullonados. Su imagen es siempre festiva, colorista y alegre.

El 15 de noviembre de 1985, *L'Express International* trae al Rey y al pequeño Príncipe de Asturias en portada: *Quoi de Neuf: L'Espagne*, título que reflejaba la sorpresa internacional por la velocidad con que España se incorporaba al tren de la modernidad europea. Ni qué decir tiene que imágenes de sus actrices, directores de cine, artistas o modelos llenaban las páginas de las más influyentes revistas europeas.

Pronto vendrían las cabeceras hechas en España y desde España, de las más clásicas revistas de moda internacionales. *Marie Claire* 16, por ejemplo, nacida bajo la batuta del por entonces poderoso *Grupo 16* y cuyo número 1, de octubre de 1987, llevaba a Celia Forner en portada con un tentador cebo: “Llega la nueva española”. También el *Vogue España*, nacido en abril de 1988, con una soberbia Cindy Crawford en portada y este lema: “... España creó la moda”, un entusiasta resumen de todas las contribuciones españolas a la moda internacional, desde el abanico al traje de luces, pasando por



Figura 8. Vestido de Sybilla, que refleja su peculiar concepción de los volúmenes y las formas (1983-1985).

los volantes o el nombre magnífico de Balenciaga. La más veterana seguía siendo *TELVA*. Con su prurito, además, de seguir siendo cien por cien española. Su fórmula de “entretener deleitando” había dado magníficos frutos. Durante décadas y hasta ahora se mantendrá como líder de las publicaciones femeninas. *Dunia*, su



Figura 9. Paola Dominguín, musa y modelo de Montesinos, con vestido de muselina (verano 1984).



Figura 10. Portada del nº 1 de la revista Marie Claire 16.

contrapunto por vanguardia y por desparpajo en el tratamiento de los temas, siguió su influyente camino hasta mediados de los 90 en que desapareció definitivamente.

En los 80 nacían también *Elle*, *Cosmopolitan*, *Biba*... y alguna simpática que se malogró, como *Nueva*. Los suplementos del domingo de los principales periódicos consagraban números especiales a la moda y todo parecía ir por el mejor de los mundos, con un consumo, sobre todo el selectivo, que no cesaba de crecer.

Porque la inmensa mayoría de la población miraba estas revistas con admiración, sorpresa o simplemente curiosidad. En su vida real no entraban las propuestas que en ella se presentaban, salvo algún maquillaje o algún perfume. La base de la pirámide social española estaba en otra onda y había descubierto algo que se revelaría revolucionario con el tiempo: *Zara*, *Mango* y *Massimo Dutti*.

La gran expansión se produciría en los años 90. Pero los 80, con su política de acceso directo del productor al consumidor, adquisición de bellos edificios como centros comerciales y rotación lo más frecuente posible del producto, maravillaron al público, que se entregó, además, por la bondad de los precios. La vieja utopía de la moda de "transformar la calle" no la estaba realizando ningún nombre propio de la moda, sino fundamentalmente, *ZARA* y *MANGO*.

En septiembre de 1986 sale la primera edición del libro *Vestir en España*, de la periodista Rosa María Pereda. El ensayo significa el primer recopilatorio de quiénes, cómo y cuándo, están haciendo florecer el fenómeno de la moda en España. No se olvida a nadie; hasta cien personas con sus correspondientes fotos salen en el índice final. El fenómeno era ya irreversible. Libros, ensayos, revistas y catálogos. Las marcas de emergentes ponen de moda el catálogo. Catálogos de guardar muchos de ellos, porque los fotógrafos se llaman Juan Gatti, Javier Vallhonrat, Miguel Oriola, Pablo Pérez-Minguez... Catálogos que resumen toda la atmósfera nueva de cada temporada y que ayudan a cultivar la renovada "puesta en escena" de las ideas, en la mentalidad española.

Fuera de España el Centro de Promoción del Diseño y de la Moda, perteneciente al Ministerio de Industria y con generoso presupuesto para defender la moda española, se encarga, en colaboración con el ICEX, de las manifestaciones públicas del

nuevo diseño español en el extranjero. Se suceden los desfiles y las muestras en grandes almacenes como *Harrods* de Londres, sin olvidar las dos grandes manifestaciones españolas: la Pasarela Cibeles de Madrid y la Pasarela Gaudí de Barcelona. El FIMI –Feria de Moda Infantil– de Valencia goza cada vez de un mayor prestigio internacional.

También se apoyan las "salidas" en prensa nacional e internacional. O en la publicidad de los medios audiovisuales, con bonitas campañas que invaden los hogares españoles a mediados de los ochenta con imágenes oníricas de la moda española. Fue la época en que los jóvenes se saludaban con este lema: "y tú ¿estudias o diseñas?"

En el exterior, los *VOGUE*, tanto de hombre como de mujer, fueron muchas veces soporte de comunicación de la nueva creatividad española, que además venía acompañada por la inclusión en portada de un icono de influencia internacional. Así, *L'Uomo Vogue* de febrero de 1987, que, con Plácido Domingo en portada, incluía lo mejor de unas marcas: *Armand Basi*, *Toni Miró*, *Unicén*, *Florentino*, *D'Aquino*, *David Valls*, *Grisby* o *Meyba*, que hacían las delicias de los amantes de la moda masculina española, que en aquellos momentos tenía una espléndida plataforma: el Salón Gaudí de Barcelona, fundado entre otros, por la señera figura de Juan Antonio Comyn.

Otras veces eran los propios diseñadores los que acudían solícitos a la llamada de organizaciones culturales que sabían "leer entre líneas" aquello que la moda iba abriendo paso. En abril de 1988, y como una manifestación cultural más de la Berlín ciudad-cultural de Europa, tuvo lugar *Dressater*, el primer *show* multi-media, en el que se invitaba a diversos diseñadores internacionales bajo el lema *Dressed to Thrill*. De España fue elegido Montesinos; de Inglaterra, V. Westwood. Montesinos no decepcionó, con sus rafias mezcladas con gasas y muselinas en volúmenes caprichosos y colores vivos; fue el soplo de aire fresco con el que se veía en Europa a la nueva sociedad española.

Las caras de las modelos empiezan a hacerse populares. Las marcas las contratan como musas. Así, una jovencísima Inés Sastre firmaba en 1989 sus fotos para la marca *Dolores*, de la valenciana Dolores Enguñados.

En resumen, los 80 significaron el despegue internacional del "*Made in Spain*" y

sentaron las bases del nacimiento de las primeras tiendas propias de los diseñadores españoles y de su expansión internacional. Esta evolución se expresaba en los desfiles, consolidados como un gran espectáculo de moda, música y coreografía.

### Los ochenta tras los Pirineos

En Europa, los años 80 ven florecer la moda y todos sus accesorios –fulares, zapatos, guantes, bisutería– así como la industria gemela del perfume y la del maquillaje. Se viven días dorados; todo se vende. Las casas se preguntan cómo pueden conseguirse tales cifras de ventas sin “marearse”. El tono es de euforia.

Se suceden los festivales de moda, las grandes exposiciones en los museos –las de St Laurent, por todas partes; las de Versace, en Milán, París y Londres– y se vive tal bonanza que las celebridades “se pegan” a los diseñadores, conscientes de que su asociación con tal o cual modisto va a favorecer su carrera. Son los años de los matrimonios sin papeles de Catherine Deneuve con Yves St Laurent; de Madonna y Rossi de Palma con Jean Paul Gaultier; de Greta Scachi o Grace Jones con Versace, o de Carolina de Mónaco con unos y otros.

Se consolidan las manifestaciones de moda: Igedo de Düsseldorf, Milanovende de Milán y Cour Carrée du Louvre, en París. Se hacen grandes negocios y no falla nadie: grandes modistos, *tops models*, directores de compras y directoras de medios están allí siempre, en primera línea, en vivo y en directo, personalmente. En la siguiente década de los 1990, procurarán verlo desde sus casas, por Internet.

## IV. Los minimalistas noventa

Los excesos de los 80, en su ostentación, en su opulencia, en su barroquismo, desencadenaron un deseo de limpieza, de suavidad, de minimalismo. La década empezaba con los sombríos augurios de la Guerra del Golfo y la crisis económica, debida entre otras cosas a la caída del Muro de Berlín.

Los 90 y los 30, tienen algo en común: el haber sido periodo de entreguerras y el gusto por la decoración y la moda depurada, longilínea, *minimal*.

En España son también los de consolidación del FIMI como gran feria de moda infantil internacional –en enero de 2000 llega a su 50 edición– y los del auge de los

perfumes ligados a las casas de moda: Jesús del Pozo, Roberto Verino y Tous, con *Perfumes y Diseño* (Madrid); Purificación García y Victorio y Lucchino, con *Puig* (Barcelona); Angel Schlessler, Armand Basi y Pedro del Hierro, con *Idesa* (Barcelona); y Agatha Ruiz de la Prada, con *Perfumería Gal* de Madrid.

### La moda escrita

La década conoce también un florecimiento de ensayos, documentos y catálogos con las imágenes de moda como pretexto para una curiosa edición. El IMPIVA –Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa de Valencia– es particularmente activo. Con el puente de *Valencia Círculo de Estilistas*, convoca tertulias, seminarios y congresos que dan lugar a dos ediciones que han ganado en valor con el tiempo: *Celuloide de Terciopelo* con resumen de intervenciones de ensayistas nacionales en los seminarios organizados por *Valencia Círculo de Estilistas* y el simpático *Hablábam de moda algunas tardes de 1990 en Valencia*, cuyo interior supone una pequeña antología de los motores de la moda española en los años 90.

Para apoyar su presencia en la decisiva Igedo de Düsseldorf, el ICEX edita un catálogo, *España Verano 1991*, con imágenes de Tráfico de Modas, Victorio y Lucchino, Nacho Ruiz y Adolfo Domínguez. Son los cuatro españoles que hay que apoyar, y el catálogo se distribuye, con texto en español y alemán, durante los días del certamen.

Las marcas privadas también se interesan por la moda como medio de llegar a su público joven. *Baileys* patrocina durante años el Premio a la Mejor Colección de la Pasarela Cibeles y edita, además, catálogos que recuerdan este patrocinio.

El apoyo de las Comunidades Autónomas, y en particular el de la Xunta de Galicia, que patrocina la revista *Galicia Moda*, se expresa en la ebullición con la que se suceden las manifestaciones de moda, en los teatros principales de las ciudades españolas o en sus recintos feriales. Nadie quiere quedarse atrás. Un ejemplo es la publicación *DISEÑADORES ESPAÑOLES. Homenaje a la Moda de España*, cuya exposición tuvo lugar en “EL CONTRASTE. Salón de Moda” en la Villa de Torre-Pacheco, Murcia, en septiembre de 1990.

Los fastos del 92 y la irrupción de España en el panorama internacional como



Figura 11. Portada del *L'Uomo Vogue* dedicado a España en febrero de 1987, con Plácido Domingo en portada.



Figura 12. Convocatoria para la exposición de Versace en el Vitoria & Albert de Londres.

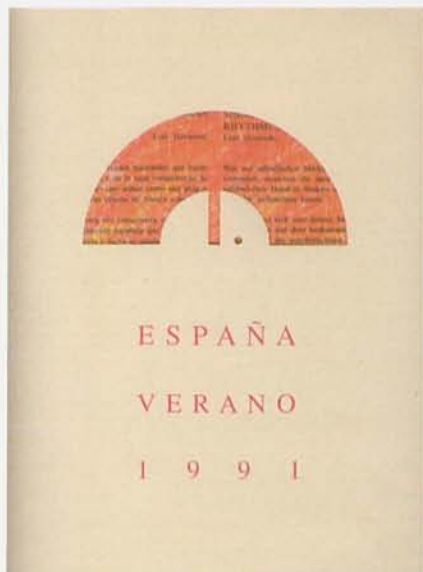


Figura 13. Catálogo *España Verano 1991* editado por el ICEX.

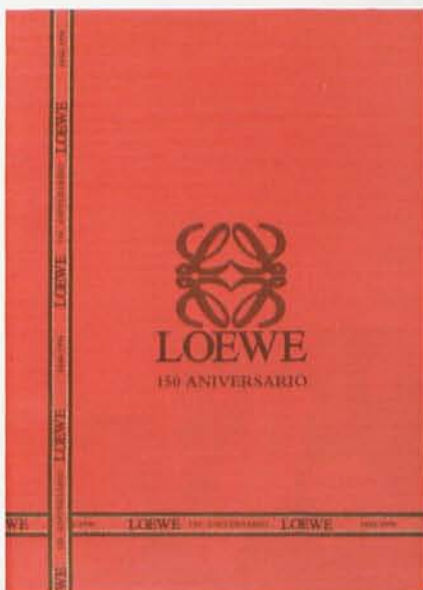


Figura 14. Catálogo del 150 Aniversario de Loewe.

nación en pleno “hervor”, explican que las nuevas publicaciones nacidas en torno a la Exposición Universal de Sevilla, las Olimpiadas de Barcelona o la Capitalidad Cultural de Madrid recojan imágenes de la aportación de la moda española. Así, la revista *La CAPITAL*, editada por el CONSORCIO MADRID 92, en su número 2, dedicaba un extenso reportaje al florecimiento del “*Made in Spain*”.

Ante este reclamo, los diseñadores cuidan cada vez más sus catálogos. Los mejores fotógrafos y estilistas se emplean en ello. Son catálogos “de guardar”. Saben que van a interesar a arquitectos, decoradores, escritores o diseñadores de vestuario en teatro y cine. La moda está cada vez más conectada a la cultura.

En mayo del 95, *Loewe* celebra su 150º aniversario. Edita un cuidado libro para celebrarlo y organiza una bellísima exposición en el Centro Cultural de Madrid, visitada por cientos de miles de personas. La calidad del tafilete con que trabaja *Loewe* y lo cuidado de sus diseños han hecho de él el *Hermés* español. Desde la restauración de la Monarquía realiza las carteras de los ministros y continúa significando el 30% de los regalos oficiales del Estado español. El catálogo de ese año de gracia también es especial. La efeméride merece además una colección de bolsos singulares, la *Colección Elcano*, la más copiada en la historia de *Loewe*.

La política de patrocinio de separatas en los *Vogue* italianos, continúa en esta década de 1990. Particularmente interesante es la del *Gaudí* 1994, con entrevistas a celebridades de la vida cultural española como la Baronesa Thyssen, Oriol Maspons o Paloma Sendín, responsable del ICEX. Todo ello, surcado por las propuestas de moda más vanguardistas del salón *Gaudí*.

El colorido español, su garra y sus raíces étnicas atraen a los comentaristas extranjeros. Los corales, los chales, el traje de volantes, el revolver de faldas... conviven con la estética minimalista que se propone desde las tiendas de marca. En octubre del 1994, Patricia Medina y Abascal, hija de la diseñadora Ana María Abascal y sobrina de la modelo Nati Abascal, es portada en la francesa *Point de Vue*. Ella sería una de las *stars* del gran baile *Point de Vue*, del 21 de octubre del 94.

En diciembre del 96 la revista *FUTURO* recupera un documento sensacional. Picasso había ilustrado el *Vogue* francés de mayo de 1951 y se había permitido ironizar incluso con los vestidos de su amigo Balenciaga. El tono irreverente de la colaboración no ocultaba, sin embargo, la admiración con que Picasso observaba los hallazgos de la gran costura francesa. No sería la única colaboración entre artistas y moda del siglo. Así, Fernando Botero también dibujó sus gorditas versión *Chanel*, *Nina Ricci* o *Balmain*. Pero esta colaboración de Picasso llevaba el sello iconoclasta del pintor español ante una de las artes, de la moda, más mitificadas en el siglo XX.

También a finales del 96 aparece el *Diccionario de la Moda. Los estilos del siglo XX*. Con textos de Maragarita Rivière y dibujos de Toni Miró, es el primer gran recopilatorio de la moda nacional e internacional, editado en España. Lo hace la editorial *Grijalbo* de Barcelona y su difusión es total en Escuelas de Diseño y Moda.

La década finaliza con la 50ª edición de FIMI –Feria de Moda infantil de Valencia– y la consolidación de su pasarela que, con la del Pitti Bimbo de Florencia, se convierte en el gran referente internacional. Los primeros en lucirse son los niños; ni las *tops models* tienen la naturalidad y gracia con que se desenvuelven ellos en la pasa-



Figura 15. Vestuario de la ópera *Carmen* diseñado por Lacroix (1989).

rela. Una naturalidad que llega también a las calles, en las que por fin las tiendas de moda infantil y las divisiones de moda infantil de las marcas tienen su envergadura propia.

### Los noventa europeos

La recesión de los 90, debida al nuevo orden económico tras la reunificación de las dos Alemanias y la desaparición de la Europa socialista, trae consigo una atmósfera de morosidad en la moda y de caída de ventas.

Las marcas lanzan sus segundas, y hasta terceras, líneas, para no perder la, hasta entonces, entusiasta clientela. Pero la alegría de compra de los 80 no se conocerá nunca más; nunca más se comprará por capricho. Desde ahora impera la necesidad.

### Caleidoscopio de los noventa

Christian Lacroix, líder del movimiento de renovación de la Alta Costura francesa, continúa su camino en solitario. Sus propuestas siguen siendo barrocas y coloristas. Se habla de "la españolada con clase" que significan sus colecciones. Él dibuja sus diseños y manda bordar sus vestidos de costura con la misma ilusión que en los 80. Para el grupo de lujo LVMH—sus propietarios— es un déficit que se permiten por el prestigio de su Alta Costura.

Las modelos viven sus días de gloria. Se conocen sus vaivenes como si fueran estrellas del cine o de la música. Linda (Evangelista), Naomi (Campbell), Claudia (Schiffer), Helena (Christensen), Christy (Turlington), Carla (Bruni), Jasmeen (Ghauri) o Stella (Tenant) son las grandes divas del momento. No hacen una foto por menos de varios miles de dólares y cobran fortunas por sus desfiles. Originan canciones, ensayos literarios, programas televisivos y copan la publicidad. Ser modelo es uno de los grandes ideales femeninos de los 90.

El *prêt-à-porter* de lujo empieza a mostrar síntomas de decaimiento. Jil Sander, la campeona alemana del lujo en los 80, atraviesa varias crisis hasta que por fin su marca es comprada por el grupo *Prada*. En los 90, Jil Sander es un perfecto ejemplo del máximo minimalismo en la silueta externa, aunque lo que se lleve, de sencillez aparente, haya costado carísimo.

En Italia, al gran cuarteto de Armani, Valentino, Ferré y Versace vienen a sumarse unos jovencísimos Dolce y Gabbana

que, con espíritu tan irónico como el de *Moschino* y una confección tan esmerada como la de *Versace*, irrumpen con fuerza en la esfera internacional. Su estilo se impone rápidamente, en particular sus estampados felinos, con los que hacen bañadores, bikinis, ropa interior, chaquetas, abrigos, zapatos, medias, pantalones y faldas que adoptan iconos internacionales como Madonna, Liz Hurley, Claudia Schiffer y Michèle Pheiffer. Todo esto hace que se vendan fenomenalmente sus perfumes, única forma para la inmensa mayoría de acceder al *glamour* de la marca.

El desembarco de John Galliano en *Christian Dior*, de Stella McCartney en *Chloé* y de Alexander MacQueen en *Givenchy* refleja la crispación en que se mueve la moda francesa a finales de los 90. *Christian Dior*, que había celebrado el 9 de diciembre de 1996 su 50º aniversario con una brillante gala/exposición en el Metropolitan de Nueva York, en la que mostraba algunos de los más raros vestidos realizados por la casa para Ingrid Bergman, Sofía Loren, Isabella Rossellini, Leslie Caron, Olivia de Havilland, Carolina de Mónaco o su madre Grace, ve como el "espíritu Dior", hecho de refinamiento y equilibrio de formas, se transforma radicalmente bajo la batuta del inglés Galliano, amante del travestismo, lo histriónico y el *show* radical. Como resultado de estos embates, *Dior* y *Givenchy* perderán su clientela tradicional, a favor de una nueva y mucho más joven que compra entusiasmada el "bolso *baguette*", el "zapato con *stiletto* imposible" y el "vestido/combinación íntima".

La década conocerá dos grandes pérdidas internacionales. En la primavera de 1993, Isabel Cánovas, de padre español y madre francesa, reina incontestable del accesorio de lujo desde sus tiendas de la Av. Montaigne en París, Madison Av. en Nueva York y Hermosilla en Madrid, decide terminar sus actividades "porque ni las circunstancias ni el humor de la época son apropiados para el tipo de accesorios que a mí me gusta hacer". En efecto, sus clientas riquísimas y caprichosísimas, que habían alentado su fabulosa aventura en solitario desde 1981 hasta el 1993, eran cada vez más una minoría, que además tenía los armarios llenos y muy pocas ganas de introducir nada nuevo en ellos.

La segunda gran pérdida del siglo es la muerte violenta de Gianni Versace en las puertas de su casa de Miami. Por motivos que quizás nunca merezca la pena investi-



Figura 16. *Diccionario de la Moda*. Los estilos del siglo XX. Con textos de Margarita Rivière y dibujos de Toni Miró (1996).



Figura 17. Claudia Schiffer, top número uno de los años 90, desfilando para Chanel.



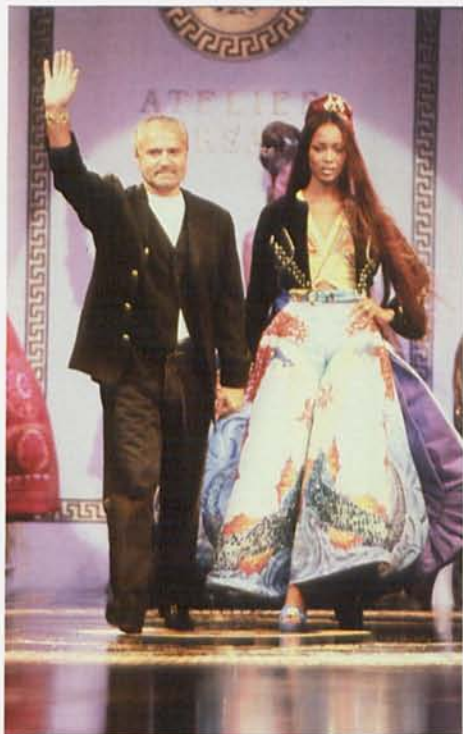


Figura 18. Desfile de la colección *Atelier* de Versace en el Hotel Ritz de París.



Figura 19. Catálogo de la colección *Carta de Amor a Cristóbal Balenciaga* de Francis Montesinos.

gar, el diseñador italiano, campeón del color y de los minúsculos vestidos de noche que sólo una sabia técnica conseguía que no se cayeran, murió por un disparo en la nuca en pleno cénit de su carrera, en julio de 1997. Su muerte truncó una de las más brillantes carreras de fusión del arte con la industria y con la moda. El “*bambino de oro*” vistió a Jane Fonda, Liz Hurley, Diana de Gales, Grace Jones, Carole Bouquet, Elton John, Carolina de Mónaco y un larguísimo etc. de personas célebres y anónimas a las que siempre les gustó la absoluta vitalidad y sensualidad de su estilo.

## V. Nuevo milenio, nuevos valores

El tercer milenio, tan esperado, se abre con una valoración renovada en las posibilidades de los nuevos tejidos para favorecer la vida de los usuarios y en la apreciación de todo lo que tiene un sabor añejo y que ha sabido superar y hasta “ignorar” el paso del tiempo.

Es el fenómeno *vintage* que se extiende como un reguero de pólvora desde Tokio a Berlín, pasando por Londres, Nueva York o Milán. Las marcas más avisadas –o más copiadas– como *Prada*, se las ingenian para dedicar en sus últimas tiendas un espacio reservado a sus propios *vintage*, o sea, a sus propios modelos de hace décadas.

La inquietud, abierta a las innovaciones en la indumentaria, convive, pues, con la más preciosa atención a las bondades de modas pasadas que ha conocido la historia de la indumentaria.

### Del museo a las pasarelas

De julio a octubre de 2001, la *Fundación Balenciaga* organiza en San Sebastián la exposición *De París a San Sebastián*, itinerario de uno de los modistas más generosos en hallazgos del pasado siglo. El catálogo, “de guardar”, recupera accesorios y vestidos prestados por sus principales clientas, así como el ambiente del taller de Balenciaga, en el que reinaba ese silencio religioso que precede a las grandes creaciones. La exposición refleja una cierta “melancolía” de cuando había más tiempo para hacer bien las cosas.

En marzo de 2002 se inaugura en el IVAM de Valencia una nueva exposición en torno a Balenciaga: *Carta de Amor a Cristóbal Balenciaga*. Francis Montesinos realiza

una serie de modelos inspirados en ideas del maestro. La exposición se acompaña de otro bello catálogo, en el que desinteresadamente, y por amistad, personalidades españolas de la moda que apreciaron el mundo de Balenciaga recuerdan lo más peculiar de su obra.

Asimismo, comisariada por Elio Berhanyer, se celebra una exposición homenaje a Manuel Pertegaz, que tiene lugar en el Reina Sofía en otoño del 2003. Es la primera vez que este Museo abre sus puertas al trabajo de un modista.

Este ambiente de recuperación del pasado inmediato o remoto tiene su correlación en el interesante fenómeno comercial del *vintage*. Tomado del mundo del vino, este vocablo designa la valoración económica de todo aquello que tiene años, solera y calidad; que ha sabido resistir el paso del tiempo y se puede llevar, décadas más tarde, combinándolo con accesorios modernos para lograr una imagen singular y con clase.

Y con este espíritu se presentan las damas más solicitadas en las fiestas y protocolos de altura. Algo que no deja de atraer la atención de las personas allí presentes y de los avisados comerciantes, que organizan tiendas específicas de accesorios y ropa *vintage* en las calles más lujosas del mundo.

En España el fenómeno se implanta con más lentitud. No así uno correlativo a esta melancolía del pasado: el de los *outlets*, que recuperan para el público entusiasta de la moda, pero no muy potente en su bolsillo, los modelos más recientes de las marcas más en boga que en su día no pudieron adquirir.

La periferia de las ciudades, y hasta las calles céntricas, se llenan de tiendas consagradas al *outlet*. En Barcelona y en Madrid el proyecto *Value Retail* se traduce en la apertura de los originales centros comerciales *La Roca Company Stores* y *Las Rozas Village*, que ponen al alcance de cualquier fortuna las marcas más *in* de la moda internacional.

Otra característica del nuevo milenio es el asociacionismo de las marcas en entidades que consiguen subvenciones de sus comunidades autónomas para mostrar de manera más atractiva sus propuestas. Y, como en los ochenta, la comunidad más interesada es Galicia, donde la moda, gracias al fenómeno ZARA, constituye ya la primera industria comunitaria.

Se abren nuevas tiendas de refinadísimo ambiente. Surgen nuevas marcas tan comer-



Figura 20. Ambiente del centro comercial outlet Las Rozas Village de Madrid.

ciales como creativas y, una vez más, las marcas compiten en la edición de unos catálogos tan atractivos para los clientes como para los periodistas que se hacen eco de ellos. En el despuntar del tercer milenio, puede por fin constatarse que el “*Made in Spain*” tiene un auténtico reclamo internacional.

Un nuevo humor de moda inspira la comunicación de las casas. Los *dossiers* de prensa se enriquecen con simpáticas ilustraciones de artistas o con colaboraciones de escritores. La moda origina documentos cada vez más cuidados en la prensa nacional y su unión con la decoración, el diseño y la arquitectura es cada vez más patente como demuestra la singular exposición *Pasión, Diseño Español*, una de la más visitadas en las actividades de Salamanca como Capital Europea de la Cultura 2002.

Este ambiente culturalista en torno a la moda se traduce en la aparición de la primera biblioteca consagrada a ensayos sobre la moda y su interrelación con otras disciplinas humanísticas. El proyecto nace gracias a *ENGLOBA*, entusiasta grupo de editores valencianos, y se denomina, cómo no

tratándose de moda, *Colección Tendencias*. Para el Año Nuevo del 2003, podía presumir de tener ya tres importantes ensayos sobre la moda, en librerías y bibliotecas de escuelas e instituciones españolas relacionadas con el diseño y con la moda.

### El poso de las pasarelas

Los comienzos del siglo XXI han demostrado ya que un espíritu ecléctico reina en el mundo de la moda y que todo está permitido siempre que se resuelva con gracia. No hay tendencias claras; todo convive: la moda de autor con la de marca comercial. Esto refleja la maravillosa capacidad de renovación, cambio y exploraciones nuevas que domina todos los ámbitos de la comunicación y el diseño de nuestro tiempo.

### La rentable diversificación de las marcas

Más allá de los Pirineos, los comienzos del siglo XXI consolidan un fenómeno ya iniciado en los 90, pero que vive ahora su máximo esplendor: la diversificación de las marcas en divisiones complementarias de



Figura 21. Folleto de ZARA (invierno 2003).

moda, belleza, accesorios, ropa deportiva e íntima, gafas, relojes y medias.

La estrategia es llegar al máximo número de clientes posibles, sugiriendo a cada cual la forma de satisfacer su capricho con calidad y buen precio. La aureola y el prestigio de la marca explica que se presume de llevar un cronómetro *Chanel*, unas gafas de sol de *Loewe*, unas medias de *Calvin Klein*, unas deportivas de *Yoshi Yamamoto* o un perfume de *Kenzo* o de *Jean Paul Gaultier*.

Marcas clásicas de la decoración como *Lalique* o *Baccarat* irrumpen también en el mundo de la moda con sus accesorios. Otras marcas "de la toda vida", como *Cacharel* o *Burberrys*, conocen, gracias a los nuevos estilistas, la mejor renovación en su imagen y contenidos desde su creación.

La inclusión de las divisiones de relojes, gafas y accesorios complejos en las marcas de moda suele acompañarse de la edición de catálogos bien cuidados que atraen la atención de compradores y prensa. Se

accede así a un público al que nunca se hubiera llegado únicamente con la ropa. Y éste fenómeno es ya imparable.

Por último, y al igual que ZARA, se consolidan los fenómenos de moda de gran distribución como *H&M* –los suecos *Hennes & Mauritz*– que desembarcan con él nuevo siglo en España; o los *outlets* y tiendas *vintage*, situadas en las zonas más comerciales de las capitales mundiales de la moda: París, Nueva York, Milán, Tokyo, Berlín o Londres.

La gran noticia de este periodo es el anuncio de retirada de Yves St. Laurent del mundo de la moda. Molesto desde que su casa fue vendida al grupo *Gucci*, y más aún desde que su *prêt-à-porter* estaba firmado por Tom Ford, Yves St Laurent alegó no "sintonizar con el desnudamiento y el *porno-chic* de la época"; él que, efectivamente, siempre había luchado por una imagen femenina, refinada y con un *chic* muy francés, de la mujer. Una gran ausencia que quizás sea un "hasta luego".

# Noticias



# Asociación de Amigos del Museo del Traje

La Asociación de Amigos del Museo del Traje comienza su andadura en julio de 2006, con el objetivo de sensibilizar a la población de la importancia de la indumentaria como manifestación cultural que posibilita diferentes lecturas de nuestro pasado histórico y del presente más actual.

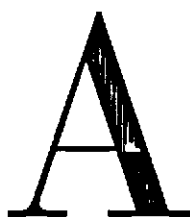
La Asociación es una entidad cultural privada, sin ánimo de lucro, que reúne a particulares, instituciones y empresas con el ánimo de colaborar en la actividad diaria del Museo, contribuyendo a su difusión y reconocimiento.

Entre las actividades de la Asociación, se encuentran el incremento de fondos, el fomento de proyectos de investigación, la organización de actividades culturales, la formación de profesionales y la proyección internacional del Museo.

Pertenecer a la Asociación de Amigos del Museo del Traje supone un apoyo directo a la posibilidad de desarrollo y promoción de proyectos en el Museo, a la búsqueda de recursos económicos y a la promoción del voluntariado.

Para realizar esta tarea es imprescindible la colaboración de todos aquellos que se sientan partícipes de las metas del Museo del Traje y sus colecciones. Con una cuota básica de 60 euros, el socio colaborador ya puede beneficiarse de los privilegios que conlleva el hacerse socio y participar de manera preferente en las actividades realizadas en el Museo.

Las ventajas que esto supone son, entre otras, la información anticipada en su domicilio sobre las actividades de la Asociación y del Museo, el acceso gratuito al Museo del Traje y a sus exposiciones tem-



AMIGOS  
DEL MUSEO  
DELTRAJE

porales, un descuento del 50% en la entrada a los Museos de Titularidad Estatal adscritos al Ministerio de Cultura, un descuento del 10% en la tienda del Museo y demás tiendas de Aldeasa, la invitación a inauguraciones, desfiles y otros actos organizados en el Museo, etc.

El proyecto más importante que la Asociación tiene previsto para el año 2007 es la realización del I Congreso Internacional *Vestir a la española*, cuya coordinación científica corre a cargo de José Luis Colomer y de Amalia Descalzo y pretende la convocatoria de 20 ponentes nacionales y extranjeros: conservadores de departamentos textiles en museos internacionales, historiadores del arte especialistas en el retrato de la corte, historiadores de la sociedad de la corte, historiadores de la economía y las relaciones comerciales, historiadores de la literatura. Otros proyectos son la realización de cursos sobre la historia del vestido y las visitas guiadas para socios a la Exposición Permanente y a las exposiciones temporales del Museo. Además, también está prevista la participación en ferias y eventos relacionados con el mundo de la moda que permitan dar a conocer el Museo y sus actividades.

## Algunos datos de interés de la Asociación

La Asociación de Amigos del Museo del Traje nace, mediante asamblea constitutiva, el 24 de noviembre de 2005. Sus fines, según se recoge en los Estatutos Asociativos, son promocionar, estimular y apoyar cuantas acciones culturales tengan relación con la misión y actividad del Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico, desarrollando actividades y colaborando con otras iniciativas privadas e instituciones públicas en la promoción, defensa y difusión del arte y la cultura. La Asociación fue inscrita en el Registro Nacional de Asociaciones con fecha de 19 de enero de 2006 (Grupo 1/Sección 1/Número Nacional: 586433).

Su Junta Directiva, órgano colegiado de la Asociación, está formada por seis miembros, elegidos por sufragio universal. Los socios fundadores y sus respectivos cargos son los que se detallan a continuación:

- Amalia Descalzo Lorenzo:  
*Presidenta*
- Lucina Llorente Llorente:  
*Vicepresidenta*
- María del Carmen González Rodao:  
*Secretaria*
- Paz Castro Arillo:  
*Tesorera*
- Alicia Gómez Gómez:  
*Vocal*
- Mari Cruz Santamera Cerceda:  
*Vocal*

En esa primera Asamblea Constitutiva fueron aprobados los Estatutos Asociativos, en los cuales quedan reflejados las principales características de la Asociación; esto es, una Asociación Cultural Privada, sin ánimo de lucro, cuyos fines particulares son principalmente tres, tal y como se recoge en el artículo 8 de los mencionados Estatutos:

1. La promoción, investigación y difusión del conocimiento de la evolución histórica de las indumentarias y de los testimonios del patrimonio etnológico, representativos de las culturas de los pueblos .
2. El conocimiento, la difusión nacional e internacional y la integración en la sociedad del Museo del Traje. CIPE.
3. El incremento de las colecciones y fondos del Museo.

Las actividades de las que la Asociación se valdrá para la consecución de estos fines serán, principalmente, educativas (para dar a conocer los contenidos y colecciones del Museo), expositivas (para dar mayor difusión a los fondos del Museo) y adquisitivas (para incrementar las colecciones y fondos del Museo).

Con el fin de llevar a cabo estas actividades es fundamental el apoyo económico de sus socios, que se diferencian en benefactores, protectores y colaboradores, dependiendo de la aportación que realicen. También existen dos categorías de socios especiales: los socios fundadores, los que han suscrito el acta fundacional y los socios honorarios, aquellos que hayan prestado servicios relevantes a la Asociación.

Los socios tienen como derechos la participación en las actividades y actos sociales que organice la Asociación y hacer uso de los servicios y beneficios que establezca la Junta Directiva y la Asamblea General de la Asociación, dependiendo siempre de su clase y categoría.

Los órganos de representación y administración de la Asociación son dos: la Asamblea General, integrada por todos los socios y órgano supremo de representación de la Asociación, y la Junta Directiva. La Asociación está dirigida por un presidente, en la actualidad Amalia Descalzo, y por un gerente, Marta Cesteros, designado éste último por la Junta Directiva.

# Curricula de los colaboradores

## ALICIA GÓMEZ GÓMEZ

*Licenciada en Historia del Arte* por la Universidad de Salamanca. Magíster en Museografía y Exposiciones, en la Universidad Complutense. Trabaja desde el año 2002 en el Museo del Traje. CIPE realizando labores de documentación, montaje de exposiciones y coordinación de actividades.

## AMALIA DESCALZO LORENZO

*Doctora en Historia del Arte* por la Universidad Autónoma de Madrid. Realizó su tesis doctoral bajo la dirección de D. Alfonso Pérez Sánchez sobre *El retrato y la moda en España (1661-1746)*. Es miembro del Comité científico del Museo del Traje. CIPE, en el que trabaja como especialista en indumentaria histórica. Es profesora en la Escuela de Arte y Antigüedades de Madrid en el Master “Experto tasador en antigüedades y obras de Arte” (Universidad de Alcalá de Henares) y en el Instituto Superior de Empresa y Moda, ISEM, y en el Master en “Gestión y comunicación de empresas de moda”.

## AMELIA LEIRA SÁNCHEZ

*Licenciada en Filosofía y Letras*, especialidad en Historia. Su tesina se centró en *El traje de época de Carlos IV* y su tesis doctoral, en *El traje en los tiempos de Goya*. Fue becaria del Museo de Antropología, anterior al Museo del Traje. CIPE. Actualmente forma parte del Comité Científico del Museo del Traje. CIPE.

## ANDRÉS CARRETERO PÉREZ

*Director del Museo del Traje*. CIPE de Madrid. Doctor en Geografía e Historia

(Prehistoria y Etnografía). Profesor asociado del Departamento de Prehistoria y Etnología en la Universidad Complutense de Madrid. Director de los Museos Estatales del Ministerio de Cultura entre 1991 y 1994. Ha ostentado cargos directivos en diversas instituciones museísticas precedentes del Museo del Traje, como el Museo del Pueblo Español y el Museo Nacional de Antropología. Ha publicado varios textos sobre patrimonio etnológico y documentación en museos; y es colaborador habitual de diversos congresos internacionales y cursos relacionados con la gestión de patrimonio histórico.

## CARMEN GONZÁLEZ RODAO

*Licenciada en Geografía e Historia*, especialidades de Historia e Historia del Arte, por la Universidad de Castilla-La Mancha. Magíster en Museografía y Exposiciones, en la Universidad Complutense. Desde 2002 hasta 2006 trabajó en el Museo del Traje. CIPE realizando labores de documentación, diseño y maquetación de folletos y coordinación de la página web. Actualmente es Técnico auxiliar de Museos en el Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias “González Martí”.

## CARMEN PÉREZ DE ANDRÉS

*Subdirectora del Museo del Traje*. CIPE de Madrid. Licenciada en Geografía e Historia (Historia del arte) por la Universidad Complutense de Madrid. Diplomada en Restauración de Bienes Culturales, en la Escuela de Conservación de Bienes Culturales de Madrid. Entre 1990-93,



funcionaria del Cuerpo Facultativo de Conservadores de Museos. Directora del Centro de Conservación y Restauración de Bienes Culturales de Castilla y León, en 1993, y, en esta misma Comunidad autónoma, Subdirectora en el Proyecto de Investigación de I+D, financiado por CICYT. Ha realizado múltiples trabajos como restauradora, publicaciones, cursos y conferencias sobre restauración, conservación, museografía y patrimonio histórico.

#### ISABEL VAQUERO ARGÜELLES

*Licenciada en Periodismo* por la Universidad Complutense de Madrid. Empezó a trabajar en el diario *Pueblo* como redactora y trabajó como editora de moda en las revistas *Elle*, *Vogue* y *Woman*. Ha colaborado con *Vogue* Francia, *Vogue* Italia, *Vanity Fair*, Canal Plus Francia, etc. Ha sido corresponsal en Madrid de la revista francesa *Glamour*. En España ha colaborado con *Babelia*, *El País* Semanal y en la sección de cultura de *El País*. Ha sido Redactora Jefe de la revista *La Casa Marie Claire* y desde 2001 es Redactora Jefe de Moda de *Marie Claire España*. Formó parte del Comité Científico del Museo del Traje. CIPE, de Madrid.

#### JESÚS GARCÍA NAVARRO

*Licenciado en Historia del Arte* por la Universidad Autónoma de Madrid. Master en Museología y Museografía, y especialista en Gestión Cultural del Patrimonio. Participó en el proyecto museográfico del Museo y ha realizado trabajos de investigación sobre patrimonio histórico. Asesor museográfico, comisario de diversas exposiciones y colaborador habitual de reconocidos artistas, arquitectos e historiadores, desde 2006 pertenece al Departamento Técnico de la empresa SIT, dedicado al diseño, creación y ejecución de proyectos museológicos y museográficos.

#### JUAN ANTONIO RODRÍGUEZ MENÉNDEZ

*Licenciado en CC. Químicas* por la Universidad Complutense de Madrid. Miembro del Comité Asesor del Museo del Traje. CIPE, en la especialidad de Etnografía. Ha impartido cursos organizados por el Departamento de Artes y Tradiciones Populares de la Universidad Autónoma de Madrid, la Junta de Castilla y León,

el Gobierno de Aragón, el Museo Nacional de Antropología, la Junta de Andalucía. Ha colaborado en proyectos museológicos y museográficos de diversos museos, como el de Artes y Tradiciones Populares de la UAM, el de la Biblioteca Nacional, etc. Ha sido comisario y asesor científico de varias exposiciones e investigador del Museo del Deporte del INEF de Madrid, del de Artes y Tradiciones Populares de la Universidad Autónoma de Madrid, etc., así como asesor en diversos programas de TVE, sobre etnomúsica y etnohistoria.

#### LOLA GAVARRÓN CASADO

*Doctora en Geografía e Historia* por la Universidad Complutense de Madrid. Entre 1972 y 1978 es profesora en la Facultad de Políticas y en la Academia Dobao-Díaz Guerra (PREU). En 1980 colabora como periodista en el Grupo 16, y desde 1989 es periodista *free-lance*. Ha colaborado con *Romantique & Chi y GQ*. Ha escrito *Piel de Ángel; Mil caras tiene la moda; La mística de la moda*, finalista del Premio Anagrama de Ensayo 1989 y *Nacidas para reinar*. Actualmente es profesora en los masters del ISEM –Instituto Empresa y Moda–; IART y UNED y corresponsal de Fucsia (Grupo Semana) e *International Cosmétique News* (París).

#### LUCINA LLORENTE LLORENTE

*Licenciada en Historia del Arte* por la Universidad Complutense de Madrid. Magíster en Museología, CEU. Actualmente está desarrollando su tesis sobre la historia de los tejidos. Trabaja en el Museo del Traje desde 2003 desarrollando labores de estudio de tejidos y dando cursos y conferencias. Imparte clases en el ISEM, en el Magíster Belleza y Moda en la Universidad Carlos III, en la Escuela de Arte y Antigüedades, y es profesora de tejidos del Instituto Europeo de Diseño.

#### MARA CANELA FRAILE

*Licenciada en Historia del Arte* por la Universidad Autónoma de Madrid. En esta Universidad y en la de Nueva York realizó sus estudios de postgrado, especializándose en educación y museos. Su experiencia profesional ha estado inicialmente vinculada a museos de Arte contemporáneo (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y breve estancia en el MOMA de Nueva York). Desde 2005 es

conservadora del Cuerpo Facultativo de Conservadores de Museos y está al frente del Departamento de Difusión del Museo del Traje.

#### **M<sup>a</sup> DEL MAR NICOLÁS MARTÍNEZ**

*Profesora Titular de Historia del Arte* de la Universidad de Almería. Su tesis doctoral lleva el título *Mariano Fortuny y Madrazo. Entre la modernidad y la tradición*, y está publicada en 2001. Otros trabajos sobre Fortuny son: *La estancia en Granada de la familia Fortuna Madrazo* (1990); *La imagen femenina en los grabados de Mariano Fortuny y Madrazo* (1994); *La influencia de los modelos clásicos en los diseños de Mariano Fortuny Madrazo* (1994). Es colaboradora del Museo del Traje. Cipe, donde ha impartido varios cursos y conferencias sobre Mariano Fortuny Madrazo.

#### **MERCEDES PASALODOS SALGADO**

*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*. Perteneciente al Cuerpo de Ayudantes de Museos, 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 de su especialidad y es conferenciante habitual de diferentes instituciones. Ha sido comisaria de la exposición "La Reina y la corte de Castilla".

#### **PABLO PENA GONZÁLEZ**

*Doctor en Historia del Arte* por la Universidad Complutense de Madrid y Diseñador Superior de Moda por la UPM. Siempre centrado en la indumentaria, desde la historia hasta la semiología, ha publicado artículos en las revistas *Data-tèxtil* (CDMT), *Anales del Museo Nacional de Antropología* (MEC), estudios sobre el mensaje periodístico (UCM), *Cairón* (Univ. de Alcalá), *Studium* (Univ. de Teruel) y REIS (CIS, Ministerio de la Presidencia), y ha impartido cursos y conferencias en el Museo del Traje, el Centro Cultural Conde Duque, la Facultad de Bellas Artes de la UCM y el Museo Nacional de Artes Decorativas. En 2006 obtuvo el primer premio Marqués de Lozoya de Investigación Cultural. En la actualidad ejerce como profesor de Historia del Diseño en la Escuela de Arte 4 de la Comunidad de Madrid.

#### **PAULA PAREDES MENÉNDEZ**

*Licenciada en BB.AA.* por la Universidad Complutense de Madrid. Diplomada en restauración de mobiliario en el Instituto de Restauración y Conservación de Mobiliario OEBEN (Univ. Louisiana). Diplomada en restauración textil por la Escuela Arte y Antigüedades de Madrid. Master en Museología y Museografía del CEU. Miembro del equipo del Proyecto Museológico, como especialista en indumentaria popular, y del Proyecto Museográfico del Museo del Traje. CIPE (2003-2004), así como directora del Proyecto museológico del Área Tiflológica. Ha colaborado en proyectos museológicos y museográficos de diversos museos y exposiciones temporales.



# Normas para la presentación de los originales

*Indumenta. Revista del Museo del Traje* es el órgano de expresión del Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico y tiene como objetivo difundir las actividades de la propia institución y generar un espacio de debate, a través del estudio, la reflexión teórica y metodológica, y la publicación de experiencias, en torno a la historia de la indumentaria y a las múltiples actividades y manifestaciones, técnicas y creativas, relacionadas con la moda.

Los artículos que se propongan para su publicación en *Indumenta. Revista del Museo del Traje* deberán ser originales, y no haber sido publicados o propuestos para tal fin en otra revista.

*Indumenta* será una publicación bilingüe en castellano e inglés.

## Extensión y presentación de los artículos

La normalización de la presentación de textos destinados a ser publicados en la revista *Indumenta. Revista del Museo del Traje* tiene como fin básico homogeneizar la visualización de la información, y agilizar la maquetación y la impresión de cada uno de los números de la misma.

Los textos tendrán una extensión máxima de 15 páginas, considerando un formato DIN A4, escrito a un espacio con letra base Arial de 12 puntos, lo que equivale aproximadamente a 50.000 caracteres, extensión que se recomienda no superar.

Los textos deberán presentarse escritos preferentemente en un procesador de tex-

tos Microsoft Word para PC (ficheros .doc o .rtf). Si desea utilizar otro procesador es aconsejable una consulta previa con la redacción de la revista.

## Estructura del artículo

Cada original debe contener:

- el título del trabajo, en minúsculas negritas seguido del
- nombre completo del autor o autores, con indicación de su lugar de trabajo, titulación o actividad académica, y su dirección electrónica,
- un resumen,
- las palabras clave,
- el cuerpo del texto del artículo,
- los cuadros y figuras (opcional),
- las notas al final del texto (opcional) y
- la bibliografía (opcional)
- una reseña curricular del autor o autores con un máximo de 250 caracteres (con espacios).

## Divisiones del texto

El título general del artículo debe escribirse en letras mayúsculas negritas.

Se recomienda que los artículos se dividan, en caso necesario, en apartados y secciones (máximo dos niveles), los cuales se titularán con letra minúscula negrita en el primer nivel de jerarquía y con cursiva minúscula (sin negrita) en el segundo.

## Elementos tipográficos

Se utilizará un solo tipo de letra (Arial) y de un solo tamaño (12 puntos), excepto

en las notas finales y en las indicaciones sobre la fuente de cuadros y figuras, que serán de cuerpo menor (10 puntos).

En general, las mayúsculas se utilizarán solamente para los apellidos de los autores en la bibliografía.

La letra negrita se utilizará solamente para el título general, los títulos de las subdivisiones de primer nivel del artículo, y para los títulos de los cuadros y figuras. No debe utilizarse en el cuerpo del texto del artículo propiamente dicho.

La cursiva se utilizará para los títulos de libros, monografías, revistas, etc., así como para los títulos de las subdivisiones de segundo nivel en el artículo. Dentro del texto las cursivas se utilizarán además para indicar la inclusión dentro del texto de palabras o expresiones en otro idioma diferente al del artículo. También podrán usarse para resaltar excepcionalmente alguna expresión que desee destacarse.

Las citas literales de textos ajenos se encerrarán entre comillas. Las citas breves, de menos de una línea de texto, podrán incorporarse en el párrafo. Las de mayor longitud se separan en párrafos independientes.

### Resumen y palabras clave

El resumen será un extracto del contenido del artículo, poniendo énfasis en las aportaciones originales. Se procurará evitar iniciarlo con la fórmula "Este artículo trata de..." y similares.

El resumen deberá tener una extensión mínima de 100 palabras y máxima de 200.

También deberán acompañarse varias palabras clave que identifiquen la temática del artículo (mínimo tres, máximo cinco) separadas por comas.

### Cuadros

Los cuadros, tablas estadísticas, etc., se numerarán correlativamente con cifras arábigas y se habrá que aludir a ellos explícitamente en el texto (ejemplo: cuadro 1). Cada cuadro debe encabezarse con la expresión "Cuadro..." (ejemplo: Cuadro 1), y en la línea siguiente el título, ambos con minúscula y negrita. Al final, en un cuerpo de letra menor, se indicará la fuente de la información o del cuadro, o la indicación "Elaboración propia".

Al enviar el texto en formato digital, los cuadros deben ir en archivos aparte del cuerpo general del texto, acompañados de

un fichero con la relación de todos ellos, incluyendo número, título y fuentes o notas.

### Figuras

Con la denominación de figuras se incluyen los gráficos, mapas, fotografías, dibujos y similares.

Su inclusión en el artículo debe responder a verdaderas exigencias de su contenido y en ningún caso a meras razones estéticas. Deberán presentarse en soporte informático, en especial TIFF, JPG, GIF o BMP, con una resolución mínima de 300 ppp., y un tamaño mínimo de la imagen de 12 x 15 cm. Otros formatos utilizados en la edición en papel deberán previamente convertidos a alguno de los formatos señalados para su edición electrónica.

Se numerarán correlativamente con cifras arábigas y deberá aludirse a ellos explícitamente en el texto (ej.: "figura 5") en el lugar que les corresponda.

Cada figura llevará al pie la indicación "Figura..." (ejemplo: Figura 1), seguida del título en negrita minúscula. A continuación puede añadirse alguna breve explicación y la fuente.

Las figuras se enviarán en archivos aparte (un archivo para cada figura), en alguno de los formatos antes mencionados, junto con un fichero o documento con la relación de todos ellos, con sus títulos, explicaciones, fuentes, derechos de copyright, etc., así como una indicación clara del propietario de la imagen o de la obra, o de la institución donde se encuentra la obra.

En caso de que las ilustraciones se encuentren sometidas a la normativa sobre propiedad intelectual, o requieran la solicitud de permisos o reproducciones, *Indumenta. Revista del Museo del Traje* sólo se compromete a realizar las gestiones para cinco figuras por artículo, corriendo de cuenta de los autores las gestiones necesarias para el resto.

### Notas

Las notas deben ser las imprescindibles y se situarán al final. No se admitirán notas al pie.

### Bibliografía

La bibliografía deberá aparecer completa al final del artículo, ordenada alfabéticamente y, para cada autor, en orden crono-

lógico, del título más antiguo al más reciente.

Las referencias bibliográficas se harán según las normas [ISO 690](#) e [ISO 690-2](#).

Ejemplos:

#### Monografía:

Apellidos del autor/es, nombre (en redonda versales). Título de la obra (en cursiva). Ciudad de edición (en redonda): editorial, año de publicación. Número de páginas o volúmenes.

BERNIS, C., *Indumentaria española en tiempo de Carlos V*, Madrid: CSIC, Instituto Diego Velázquez, 1962. 114 p., 48 lám.

#### Contribución a monografía u obra colectiva:

Apellidos del autor/es, nombre (en redonda versales). Título de la parte o capítulo (en redonda). "En" autor de la monografía (apellidos y nombre, en redonda versales). Título de la monografía (en cursiva). Ciudad (en redonda): editorial, fechas. Páginas correspondientes.

MONTOYA MARTÍNEZ, J. El simbolismo en las vestiduras medievales y sus lexicalizaciones. En GARCÍA WIEDEMANN, E.; MONTOYA RAMÍREZ, M<sup>a</sup> I. (eds.). *Moda y sociedad. Estudios sobre educación, lenguaje e historia del vestido*. Granada: Centro de Formación de la Universidad de Granada, 1998. p. 431-460.

#### Artículo en publicación seriada:

Apellidos del autor/es, nombre (en redonda versales). Título del artículo (en redonda). Título de la revista (en cursiva), volumen, número, año de publicación entre paréntesis, páginas correspondientes.

LURIE, A. El código del vestido. *Revista de Occidente*, N. 18, Año 2, Vol. 1, (1977), p. 18-27.

#### Recursos electrónicos:

Autor o responsable principal (redonda versales). Título. [tipo de soporte]. Responsable(s) secundario(s). Edición. Lugar de publicación: editor, fecha de publicación, fecha de actualización o revisión. Descripción física. (Colección). Notas. <Disponibilidad y acceso>. [Fecha de consulta]. Número normalizado.

Recursos en línea:

CHAVARRÍA DÍAZ, JAVIER. Tu cuerpo es un campo de batalla. En *Traje, identidad y sujeto en el arte contemporáneo* [en línea]. Madrid: Ministerio de Cultura. Museo del Traje, 2007. Disponible en Internet:

<<http://museodeltraje.mcu.es/popups/publicaciones-electronicas/2007-TISAC/03-MT-TISAC-Chavarrria.pdf>>. [15 de octubre de 2007]. NIPO: 551-07-0034-X

Recursos en soportes de almacenamiento:

DÍAZ MARCOS, ANA MARÍA. Usías de bata y reloj: visiones de la moda en el siglo XVIII. En *Folklore, literatura e indumentaria: La representación del vestido en la literatura y en la tradición oral* [CD-ROM]. Madrid: Ministerio de Cultura. Museo del Traje, 2007: 3-15. NIPO: 551-07-0034-X

Las citas bibliográficas en el cuerpo del texto se situarán entre paréntesis, haciendo constar el/los apellido/s del autor o autores en mayúscula, seguidos, tras un espacio, del año de la publicación, seguido si hay varias del mismo año de una letra minúscula correlativa, y después de dos puntos, en su caso, las páginas específicas de la cita. En el caso de que el trabajo citado sea la obra de más de dos autores se hará constar el apellido del primero de ellos seguido de la expresión *et al.* en cursiva. En el caso de citas de autores españoles se recomienda, para evitar confusiones, hacer constar los dos apellidos al menos para el primer autor.

Ejemplos:

(GONZÁLEZ MENA 1986: 38)  
(ACOSTA RODRÍGUEZ Y CRUZ SANTAE-LLA 1991: 278)  
(GONZÁLEZ RUIZ *et al.* 1996: 191-193)  
(GONZÁLEZ RUIZ *et al.*, 1986a, 1986b)

## Derechos de autor

Una vez que el artículo es aceptado por la Revista, los autores ceden los derechos para publicar y distribuir el texto tanto en formato impreso como electrónico, así como para archivarlo y hacerlo accesible en línea.

Los textos publicados son propiedad intelectual de sus autores y de la revista, y

pueden ser utilizados por ambos, citando siempre la publicación original.

Los textos podrán utilizarse libremente para usos educativos, siempre que se cite el autor y la publicación. Los lectores podrán distribuir el artículo en formato electrónico con fines no comerciales, citando la fuente original.

La utilización de los textos en otros sitios web únicamente se podrá realizar mediante un *link* al archivo ubicado en el sitio de *Indumenta. Revista del Museo del Traje*.

No se permite la reproducción o copia del archivo y su posterior publicación en otro sitio web, a menos que se disponga de la autorización expresa de sus autores y de la revista.

## Proceso editorial

### Entrega de los originales

Se entregará un original en papel a espacio simple, indicando los autores y la dirección completa de contacto (postal y electrónica), junto con un CD-rom o DVD con la versión digital del artículo, en el que se incluirá también los cuadros, figuras y cualquier otro material complementario. Junto con el material a publicar se incluirá, convenientemente firmado, el documento *Formulario para autores* que se puede obtener en la Web del Museo:

[http://museodeltraje.mcu.es/downloads/FORMULARIO\\_PARA\\_AUTORES.pdf](http://museodeltraje.mcu.es/downloads/FORMULARIO_PARA_AUTORES.pdf)

Se prefiere que el texto de la versión digital del artículo esté formateado solamente en el grado imprescindible antes descrito.

Los textos enviados por correo postal deben remitirse a:

Indumenta. Revista del Museo del Traje  
Museo del Traje  
Avenida Juan de Herrera, 2  
28040 MADRID

Los textos que se envíen por correo electrónico deben dirigirse a la siguiente dirección [museodeltraje@mcu.es](mailto:museodeltraje@mcu.es), indicando en asunto "Indumenta".

### Evaluación y aceptación

Los artículos publicados en *Indumenta. Revista del Museo del Traje* serán evaluados previamente por miembros del Con-

cejo de Redacción y por evaluadores externos.

Cada artículo podrá ser dictaminado por tres evaluadores, manteniéndose el anonimato de autores y revisores, a menos que éstos últimos indiquen expresamente en el dictamen que desean ser conocidos por los autores.

Los autores deberán considerar, en los casos necesarios, las observaciones de los evaluadores y los editores de la revista antes de que los artículos sean aceptados para su publicación. Ello puede suponer la realización de algunas correcciones, tanto formales como de contenido.

Igualmente los textos serán sometidos a una revisión orto-tipográfica que puede requerir la intervención del autor.

### Revisión de originales

Toda comunicación sobre la edición se realizará con el primer autor, a menos que se indique otra cosa por parte de los autores. El Consejo de redacción se reserva el derecho de rechazar inmediatamente artículos que no cumplan con la normativa arriba especificada.

El tiempo estimado para la primera respuesta al autor que envía un trabajo será de sesenta días como máximo.

Todos los trabajos, incluyendo aquellos realizados por miembros del comité editorial, serán sometidos al mismo proceso de revisión.

Si el/los autores tarda más de un mes en responder a las sugerencias del comité editorial o en la revisión de pruebas, el artículo será incorporado en el siguiente número de la revista; en el caso de tardarse más de 4 meses será dado de baja.

En la corrección de pruebas por parte del autor sólo se podrán realizar correcciones de tipo ortográfico, errores materiales o detalles de importancia sustancial, admitiéndose variaciones significativas ni adiciones al texto o sus apoyos gráficos.

*\*La presentación de originales para Indumenta. Revista del Museo del Traje supone la aceptación de las presentes normas.*

Este libro se terminó de imprimir  
en Madrid en diciembre  
de 2007





GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE CULTURA

