

JUNIO

2017 **MODELO DEL MES**

Los modelos más representativos de la exposición

Blusón y pantalón Juanjo Rocafort

Por: Carmen Baniandrés

Sala: Moda de autor

Domingos: 12:30 h

Duración: 30 min

**Asistencia libre
hasta completar aforo**



Texto

Carmen Baniandrés Gómez se graduará este mismo mes de junio de 2017 en Historia del Arte, por la Universidad Complutense de Madrid. Tras unos meses realizando prácticas en el Museo del Traje, centrará su Trabajo de Fin de Grado en la moda de la Movida madrileña.

Cordinación y maquetación

M^a Jose Pacheco

Corrección de textos

Ana Guerrero

** Todas las imágenes de este folleto corresponden a piezas de la colección del Museo del Traje CIPE, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, son imágenes de dominio público o están liberadas bajo licencias libres.

NIPO: 030 - 17 - 002 - 0

Juanjo Rocafort: sus inicios y expansión

Nació el 24 de noviembre de 1943 en una familia dedicada a la moda; de ahí su deseo de diseñar. “Para mí diseñar moda es una forma de realizarme. Solo sé diseñar. No tengo ni idea de coser o de cortar. Sé lo que quiero, pero no cómo hacerlo; para ello tengo un equipo que me entiende perfectamente”¹.

Esa pasión por la creación le llevó a abandonar la carrera de Ciencias Políticas en cuarto curso (aunque desde los 19 años ya decoraba *boutiques*), para así dedicarse de lleno al mundo de la moda. Heredó la *boutique* de sus padres en la esquina de la calle Goya con la de Velázquez y en 1963 abrió su propia tienda, una de las primeras *boutiques* de ropa joven, muy al estilo de las que se podían encontrar en Londres.

Entre 1964 y 1969 se convirtió en el pionero de la moda joven española, captando a una clientela de élite. Como diría en un tono humorístico una de las revistas más destacadas de la Movida madrileña, *La Luna de Madrid*, “fue

el rey del *minipull* (aquellos diminutos *jerseys* que ponían nuestros ombligos a merced de los vientos”².

Es en 1969 cuando oficialmente comienza a hacer *prêt-à-porter*, con una línea de fabricación al por mayor que captó a los clientes más importantes, tanto nacionales como internacionales, pero sin perder el lujo y la sofisticación que le caracterizan. Su gran demanda, tanto nacional como internacional, le llevó a abrir varias *boutiques* nuevas y una oficina de exportación, para poder gestionar los diseños que le pedían fuera de España (desde países europeos a Japón).

Rocafort, junto a Manuel Piña, se convirtió en uno de los representantes más destacados de la nueva generación de creadores españoles (bautizados por la prensa internacional como “*The New Spanish Creators*”). Estos respondían a una demanda aún naciente de modernidad, a un público más amplio, que empezaba a conocer el *prêt-à-porter* y se alejaba de los salones de alta costura.

1 MARICHARI: “El baúl de Juanjo Rocafort”, *ABC (Madrid)*, 14/05/1975, pág.124.

2 *Luna de Madrid*, 11/1983, nº1, pág. 27

Entre alta costura y prêt-à-porter

La situación de la moda en España que le toca vivir a Rocafort es de cambios. Por un lado, se inicia en un mundo aún liderado por los grandes modistos y la alta costura, pero, por otro, que se empieza a abrir un nuevo camino, el del *prêt-à-porter*.

En 1940 se fundó la Cooperativa de Alta Costura, creada por Pedro Rodríguez, quién la presidió, junto a Ricardo Maese, ayudados a su vez por Luis Sans y Pedro Formosa, de Santa Eulalia, Francisco Beleta, de El Dique Flotante, Francisco Tapbioles de Tapbioles y Pirretas, Asunción Bastida y Manuel Pertegaz. Más de un centenar de casas de costura se dedicaban a realizar trajes a medida para la burguesía de las principales ciudades del país, de entre las cuales unas pocas se unieron para crear dicha



Conjunto de Elio Berhanyer, ca. 1970. Museo del Traje, Madrid.

cooperativa. Estas se reunían semestralmente en el “Salón de la Moda Española”. Más tarde, avanzados los años 60, se sumarían Rosser, Carmen Mir, Pedro Rovira, Margarita Nuez, Josep Ferrer, o Andrés Andreu. Pero los principales impulsores del cambio al *prêt-à-porter* fueron Manuel Pertegaz y Elio Berhanyer. Ambos, pertenecientes a la cooperativa, pueden considerarse las dos casas más importantes de la costura patria. El primero se centraba más en la alta costura, con sus sastres y trajes de noche, pero supo adaptarse al nuevo panorama introduciendo un lirismo, un toque de poesía y humor en sus prendas. Mientras, el segundo se adaptó completamente a la modernidad, con unos diseños que le han convertido en el padre del *prêt-à-porter* español. Sus minifaldas de aire marcial, reinterpretaron la mirada femenina de la moda española.

En 1974 se introduce una Ley de Impuestos del Lujo, que supone la verdadera transformación de la moda española de la época. Si hasta entonces dominaba la alta costura, ahora son unas pocas clientas quienes se permiten tener trajes hechos a medida, y se niegan a prescindir de ese lujo. Se encuentran con esa tradición más refinada en nuevos diseñadores como Pedro del Hierro y Pedro Delgado, que se incorporan a la cooperativa en ese mismo 1974.

Uno de los problemas que España tuvo para adaptarse al *prêt-à-porter* fue su introducción en los sistemas de producción. Se debía pasar del “hecho a medida” a una ropa producida en serie, a mayor velocidad, y destinada a un público más amplio. Esa renovación se inició en los años 70 de la mano de firmas como Loewe, Jesús del Pozo, Andrés Andreu y de nuestro protagonista (entre otros).

Este nuevo grupo de diseñadores, entre la alta costura y el *prêt-à-porter*, supieron combinar la calidad, la sofisticación y la elegancia con la creatividad y la innovación; estaban dispuestos así a elevar y modernizar la industria. Un ejemplo es el lema de Adolfo Domínguez “la arruga es bella”, que resultó una auténtica revolución.

La nueva situación hace que la moda se empiece a extender (especialmente entre la juventud) y ya no sea exclusiva. Los diseñadores empiezan a ser reconocidos e incluso hay un mayor interés por la moda en general, gracias en parte a la mayor difusión de las nuevas revistas especializadas en la materia (véase *Centro Moda*). Llegará a su esplendor con la Movida madrileña y su lema del “todo lo vale”. Es entonces cuando se amplía aún más el mercado y el interés de la gente en cuanto a la moda, las tendencias y los estilos.

Se ve la necesidad de invertir en esta industria, y, durante el primer gobierno socialista de Felipe González, se emprendió un proyecto basado en el impulso a la venta de la moda *Made in Spain* a través de unos planes de promoción gestionados por el Centro de Promoción de Diseño y Moda. El Plan de Diseño y Moda se estrenó en 1985, con 18.040 millones de pesetas.

Muchos achacan el fracaso de esta misión al reparto de las ayudas entre los diseñadores (a veces incluso acusados de amiguismo), en vez de destinarlo exclusivamente a la industria, con el fin de que terminara de crearse una base sólida, que beneficiara a los creadores, a los productores, a las ferias nacionales y a las recién inauguradas semanas de la moda, la Pasarela Gaudí y la Pasarela Cibeles. En definitiva, la gestión no fue la más exitosa, y

solo consiguió la consolidación de algunos nombres del momento, como Ágatha Ruiz de la Prada, Antonio Alvarado o Francis Montesinos, así como Sybilla, Adolfo Domínguez, Elena Benarroch y Jesús del Pozo, que ya habían triunfando en el extranjero, sobre todo en el mercado estadounidense, como muestra la publicidad del propio Jesús del Pozo en las páginas de *Vogue USA*.

The American Dream: la luz

“Tras enriquecerse con las pulmonías de sus parroquianos se embarcó en la aventura americana, según dice a causa de lo complicado que resultaba obtener en España materiales para él tan necesarios como la seda y otros así de lujosos, dado que su especialidad son los trajes de fiesta”³.

La idea de Juanjo Rocafort, al partir a Nueva York, era abrir una casa de alta costura. Llegó un momento en el que su moda comenzó a venderse más fuera de España que en el interior, por lo que se dirigió a la gran manzana, y se instaló en la propia Madison Avenue. En busca de nuevos y mejores tejidos que los que encontraba en España, pero sin mucho éxito, se encontró yendo más allá.

“Una vez cruzado el charco se dio cuenta de que los americanos son unos horteras y de que ahí de materiales, todo, pero de trajes de noche, nada. De modo que aquí tenemos a Juanjo rompiéndose los sesos para ver qué les vende a esos energúmenos. Y así, una noche de borrachera en Los Ángeles, o en Nueva York, se asoma a una altísima ventana y ve las luces nocturnas de miles de colorines. Se pregunta

3 *Luna de Madrid*, 11/1983, nº 1, pág. 27

cómo mete eso en ropa y, después de una adecuación del procedimiento, empieza a fabricar *T-shirts*, o sea camisetas, con bombillitas minúsculas por todos los lados. A partir de ahí forma una marca y una empresa que funciona en Manhattan de forma autónoma. Vende todo tipo de ropa deportiva con luz⁴. Como bien indica el texto, Rocafort creó unas camisetas con luz, que venía de unas bombillas diminutas conectadas a una pequeña pila, que podía llegar a ser intercambiable. Esta “ropa con luz” o “ropa con mente” fue verdaderamente relevante, y le dio fama internacional y le consolidó en la ciudad neoyorquina.

Tras ese éxito comenzó a investigar en unos trajes, los “trajes luminia”, de textura casi espacial y efecto luminoso, cuyo fin era crear un halo en torno a la figura.

Vuelta a España y reencuentro con la industria

Tras nueve años de aventura americana, donde consiguió un cierto nombre (“Triunfar en América es hacerlo en el mejor mercado, pero seguir en la picota del éxito es algo que pocos consiguen”⁵), volvió a España.

A pesar de haber estado tantos años en el extranjero, Rocafort nunca había dejado de venir a España. Es más, su idea siempre a favor de la moda española, le llevó a querer gestionar la venta de su marca en su país. Pero la complicación de las gestiones le disuadió, y prefirió invertir fuera.

Además de la añoranza de su país y los deseos de invertir y triunfar en él, cabe mencionar el

accidente de tráfico que sufrió en California, del cual no se dispone de mayor información, como posibles factores que le empujaron a volver. Regresaba con la idea de montar un proyecto de fabricación española, para el consumo nacional y la exportación. Inició el proyecto en febrero de 1985, y en mayo del mismo año ya había realizado ventas importantes en diversas provincias españolas y en los mejores puntos de venta neoyorquinos. Abrió un nuevo *show room* en la calle Velázquez, y planeaba abrir otra tienda en Marbella. En 1986, Galerías Preciados introduce la firma Juanjo Rocafort en su apartado *boutique*.

Tras la primera edición de la pasarela Cibeles en la Plaza Colón, entre el 28 de febrero y el 2 de marzo de 1985, vuelve su 2ª edición con el Museo del Ferrocarril, anterior estación de Delicias, como su nuevo escenario. El diseñador desfila entre Roberto Verino, Adolfo Domínguez, Jesús del Pozo, Antonio Alvarado, Elisa Bracci, Ágatha Ruiz de la Prada y Sybilla (quien, como Rocafort, pronto se lanza al mercado internacional, tanto americano como japonés, en el cual a día de hoy sigue triunfando).

No tenemos más noticias sobre si continuó desfilando o no en la Pasarela Cibeles (aunque sí lo hizo a nivel individual), pues no hay rastro en la prensa ni en cualquier otro medio. El motivo podría estar relacionado con unas declaraciones recogidas en un artículo de noviembre del 1986, sobre la IV Semana de la Moda de Madrid, en el que se denuncia “finalmente, habría que reseñar en honor a la más rigurosa y plural verdad, que este cuarto salón de la mujer dejó bastantes heridas entre importantes diseñadores españoles, sobre todo entre los que no pudieron pasar. Su descontento con el comité seleccionador iba desde la ‘prepotencia’ con que éste los trató hasta la injusticia”,

4 *Luna de Madrid*, 11/1983, nº 1, pág. 27.

5 *Blanco y negro*, 8/05/1988. pág. 46.

BLUSÓN Y PANTALÓN DE JUANJO ROCAFORT



Mono de Juanjo Rocafort, 1987-1990. Museo del Traje, Madrid.

haciendo hincapié en “la inexplicable ausencia de algún consagrado del año pasado”⁶.

Estas circunstancias llevaron a Rocafort a declarar que no se sentía “profeta en su tierra”, pues, a pesar de haber tenido un reconocimiento internacional y de esforzarse por impulsar la moda española, no recibió ningún apoyo, y no tanto económico como profesional⁷.

A ello podemos añadir una serie de declaraciones de Rocafort ante el gobierno socialista del momento: “Me han hundido, me han arruinado (...) Soy el diseñador más perseguido por los socialistas y ahora resulta que en Bruselas me han concedido cinco medallas de oro a la Creatividad en los premios Eureka de la Comunidad Europea”⁸.

Enlazando con este último comentario, cabe decir que fueron esos momentos de crisis los que llevaron a Juanjo Rocafort a realizar el siguiente gran concepto que le hizo famoso y que incluso patentó. Se trata de sus “trajes-integrales”, de los que creó una colección denominada, *The Wit Collection*⁹. Eran unas prendas de una sola pieza que cubrían todo el cuerpo, desde los

hombros hasta los pies, zapato incluido. Había numerosas versiones de ellos, con distintos cuellos y colores, con zapatos planos o con tacones. Sobre cualquier tipo de tejido se aplicaba la Lycra de Dupont, un tejido elástico que se ajusta al cuerpo y que se adapta a todos los estilos y tejidos. Respondía a esa idea que tiene el diseñador en cuanto a las prendas.

La pieza, resumen de una trayectoria

Este conjunto resume muy bien la obra del diseñador. Consta de dos piezas, el blusón y el pantalón; ambos de distintas fechas: la primera prenda es de 1972 y la segunda, de 1987. Con ello tenemos una mirada interesante a este conjunto, que une las influencias y los diseños del artista de antes de partir a Nueva York y lo que haría a su regreso.

Comenzamos por el blusón. En 1972 hubo un desfile suyo en el Ministerio de Información y Turismo, con motivo de un festival folklórico primaveral, patrocinado por la Dirección General de Relaciones Culturales del Ministerio de Asuntos Exteriores y el Rectorado de la Universidad Complutense de Madrid. Rocafort presentó unos diseños inspirados en Oriente, con un estilo *folk*, al ritmo de las danzas y demás actuaciones chinas, filipinas o japonesas que se dieron en el evento.

Resulta curiosa la coincidencia de que tanto el blusón como ese desfile “hispano-oriental” se dieran en el mismo año, pues el blusón refleja una clara influencia oriental, no solo en su forma, amplio y sin cierres, como un kimono, sino también por el uso de la seda y los detalles pintados a mano. Aunque también es verdad que siempre estuvo influenciado por el estilo chino, con colecciones previas a Nueva York inspiradas en la moda del país asiático.

6 ABC (Madrid), 3/02/1986, pág. 114.

7 Es posible que a Rocafort no se le seleccionase otra vez en la Pasarela Cibeles, pero además el diseñador manifestó que se le negó una carta que le hubiese permitido establecer una alianza con un grupo financiero de Nueva York.

8 CORTÁZAR, Beatriz: “Rocafort, cinco medallas en los premios Eureka”, ABC (Sevilla), 31/01/1995. pág. 105. Los premios Eureka están destinados a celebrar la creatividad, y Rocafort recibió cinco de estos premios.

9 La prensa extranjera llegó a denominar este invento “*The Body Shoe*”, y dedicó artículos a este innovador y futurista concepto (18 abril 1994) FOOTWEAR NEWS. Vol 50, nº 16.



Mono de Juanjo Rocafort, 1987-1990. Museo del Traje, Madrid.



Blusón de Juanjo Rocafort, 1972. Museo del Traje, Madrid.

Es un blusón de punto de “piel de tiburón”, en color marfil, y, aunque largo, llega por encima de la rodilla. Al observarlo de cerca, apreciaremos el toque artesanal del autor, quien ha pintado a mano varias esferas, de colores degradados, como si de un posible gran sol naciente se tratara, acompañado de otros pequeños soles. Aunque solo tenemos constancia de unas pocas prendas¹⁰ pintadas por él, no nos debería resultar extraño, pues, años

10 Otros blusones de este modelo se hayan en el Museo del Traje, pero esta vez con dibujos de “aguas” en color degradado azul y verde.



Blusón de Juanjo Rocafort, 1972. Museo del Traje, Madrid.

más tarde, Rocafort presentaría en Marbella un desfile futurista en el cual combinaría sus modelos y diseños con unos lienzos vanguardistas en los que, como en sus prendas, la luz y el color son esenciales. En esta exposición también hubo obras de Ricardo Miñan. Ambos tenían como inspiración el cosmos.

Más de veinte años separan esta chaqueta y estos lienzos, pero lo más probable es que ya Rocafort tuviera una idea que volvería a resurgir. Resulta interesante además porque, al compararlo con esas medias, no parece que haya pasado tiempo entre ellos. Son igual de modernos, vanguardistas y futuristas, y muestran esa



Chaqueta de Juanjo Rocafort, 1974. Museo del Traje, Madrid.



Botas-leotardo de Juanjo Rocafort, 1987-1988. Museo del Traje, Madrid.

visión que tenía Rocafort de ir más allá, y que le llevaría en Nueva York a alejarse de la luz de las estrellas, para dar luz propia a sus diseños.

En cuanto a los pantalones, tipo leotardo, también conocidos como *leggers* y más parecidos a unas botas altas, son una prenda “de punto liso de color marfil, muy brillante (*mattejersey*, punto de celulosa), flexible, elástica y ajustada a la pierna, que llega hasta la cintura”¹¹. Tienen además medio tacón grueso, con puntera redondeada. Su brillantez recuerda a la de los “trajes luminia”, esos trajes de textura casi espacial. Recupera así la luz que había dejado

en Nueva York y muestra ese lado fantasioso con un toque *sport*.

Rocafort siempre había diseñado botas altas, y el siguiente paso parecía la unión del pantalón con la bota en un tejido adaptable, elástico, cómodo y muy moderno. Simplemente se trataba de buscar la talla del pie del usuario, pues la “malla” que recorría la pierna, era de un material elástico, adaptable a cualquier morfología. El pie estaba bien protegido por la suela del calzado, que podía ser plano como una manoletina o con tacón. Estos pantalones evolucionarían en esta misma época a trajes de una sola pieza. Los *leggers* fueron patentados (“modelo de utilidad nº 9801196”) como “Calzado perfeccionado dotado de prenda cobertura de las extremidades inferiores” en 1994.

11 ceres.mcu.es (consultado el 19 de abril de 2017)

Por último, mencionar que ambas piezas, blusón y pantalón, fueron donadas por el propio Rocafort al Museo del Traje en 2004.

Filosofía del diseñador

En definitiva, lo que podemos sacar en conclusión de este artista son sus deseos de innovación, progreso y modernidad, unidos a la creatividad y la búsqueda de la belleza, que le hizo adelantarse a las tendencias de su tiempo y hacerse un hueco en el panorama internacional, llevando el *Made in Spain* allá donde iban sus diseños,

Quiso vestir a la juventud, y darle esa misma vida al resto de hombres y mujeres. Especialmente dedicado a la mujer, hizo de ella una persona elegante, joven y muy actual, sin que tuviera que gastarse mucho dinero para conseguirlo. Diseñó para la nueva sociedad, vestidos y trajes de calidad, con acabado imaculado y pureza de estilo. La vanguardia

y la tecnología se incorporaron en sus prendas cual diseñador del siglo XXI, sin olvidar la tradición, la simplicidad y la sofisticación. Su clave fue, sin duda, la renovación de sí mismo y de su arte.

Son aplicables, por tanto, aquellas declaraciones en las que expresó (refiriéndose a sí mismo) que “nadie es profeta en su tierra” y el hecho es que no fue el primero, ni será el único artista español, en sufrir este síndrome. Él es un ejemplo de cómo la moda española no solo tiene valor, sino que es admirada fuera del país, con gran éxito y reconocimiento. Como dijo el propio Rocafort, “voluntad de moda (en España) hay, pero se diluye por esa falta de saber hacer (...) lo primero que tendríamos que hacer es crear una imagen de lo que es nuestro país (...). Hay que demostrarles que somos un país con una tradición y una cultura muy asentada, pero también elegante, moderno y europeo”¹².

12 “La moda de España en tus manos”, *Trapos con estilo*, (09/1986), nº 1, pág. 6.

BIBLIOGRAFÍA

- ***España, 50 años de Moda*** (exposición temporal). Barcelona, Palau de la Virreina, del 27 de octubre de 1987 al 10 de enero de 1988. Barcelona: Centro de Promoción de Diseño y Moda Ajuntament, 1987.
- ***Moda Española***. Madrid: Ministerio de Cultura. 1986

Documentos oficiales: Patentes

- Certificados oficiales de patentes. Oficina Española de Patentes y Marcas. Modelo de utilidad nº 9202247
- Certificados oficiales de patentes. Oficina Española de Patentes y Marcas. Modelo de utilidad nº 9202419
- Certificados oficiales de patentes. Modelo de utilidad nº 9801196

Hemeroteca

- ***ABC***: 05/1972- 11/1989
- ***Blanco y Negro***: 5/1988-3/1989
- ***Centro Moda***: 1972-1973
- ***La luna de Madrid***: 11/1983-3/1988
- “**Rocafort to launch futuristic body shoe line**”. *Footwear News*. 18/4/ 1994. Vol 50, nº 16.
- “**Juanjo Rocafort, el futuro hecho moda**”. *El País Semanal*. 26 /11/1978, nº 85
- ***Telva***: 1964-1972
- “**The Fashion by Juanjo Rocafort**”. Focus on Spain. *The International*. 6/1996-8/1996
- ***Magazine***: nº11
- ***Tropos con estilo***: 9/1986 (nº 1)- 12/1986 (nº 2)
- ***Vogue España***: 4/1988-8/1989
- ***Vogue USA***: 1979-1985

Webgrafía

- **Red Digital de Colecciones de Museos de España** <http://ceres.mcu.es> (consultado el 19/04/2017)
- ***El País*** http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/02/05/madrid/1423161745_777682.html (consultado el 19/04/2017)

MODELO DEL MES. CICLO 2017

En estas breves conferencias tienen lugar en las salas de exposición, se analiza e interpreta una pieza de especial importancia de entre las expuestas. A los asistentes se les entrega gratuitamente este cuadernillo con el contenido de la conferencia.

Domingos: 12:30 h. **Duración:** 30 min.

Asistencia libre hasta completar aforo

ENERO

Barquillera, ca. 1900

María Navajas

FEBRERO

Traje de noche de Vargas Ochagavía, 1974

Paloma Calzadilla

MARZO

Traje de sidros de Siero (Asturias)

Ana Guerrero y Américo López de Frutos

ABRIL

Vestido de Cristóbal Balenciaga, P/V 1955

Miquel Martínez i Albero

MAYO

Vestido "Ciseaux" de Christian Dior, 1949

José Luis Díez-Garde

JUNIO

Blusón y pantalón de Juanjo Rocafort, 1972 y 1987

Carmen Baniandrés

SEPTIEMBRE

Pirro, basquiña y fichú, ca. 1780-1795

Beatriz Bermejo

OCTUBRE

Conjunto de Francis Montesinos y Blanco

Juan Gutiérrez

NOVIEMBRE

Los tejidos de la sala Belle Époque

Lucina Llorente

DICIEMBRE

Bata infantil, ca. 1750-1760

María Navajas

Con un lector de códigos QR accedes a la web con toda la programación del *Modelo del mes* y las publicaciones en formato descargable:



MUSEO DEL TRAJE. CIPE
Avda. Juan de Herrera, 2. Madrid, 28040
Tel. 915504700 Fax. 915504704
Dpto. de Difusión: difusion.mt.@mecd.es
<http://museodeltraje.mcu.es>



MT092154 y MT092163

