

MAYO

2016 MODELO DEL MES

Los modelos más representativos de la exposición



Conjunto para hombre, de Antonio Alvarado, 1987

Por: Juan Gutiérrez

Sala: Los años de la Movida

Domingos: 12:30 h.

Duración: 30 min.

Asistencia libre y gratuita



MUSEO DEL TRAJE

Texto

Juan Gutiérrez, licenciado en Historia del Arte, trabaja en el Museo del Traje desde 2007, donde está a cargo de las colecciones de moda contemporánea. Ha comisariado las siguientes exposiciones: *15 años si Gianni. Homenaje a Gianni Versace; La moda imposible. Moda de vanguardia (1960-2010); Manuel Piña, diseñador de moda (1944-1994); España de moda; y Modamorfosis* (en curso, hasta el 29 de mayo). Ha impartido diversas conferencias y publicado artículos sobre moda y ha dirigido los cursos *Desvistiendo un siglo (1900-2000)* y *Moda, antimoda y contracultura*.

Corrección de estilo

Ana Guerrero

Maquetación

Amparo García

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

NIPO: 030 - 16 - 003-6

Hay un lugar común que dice que los grandes artistas pueden dividirse de forma genérica entre aquellos que afrontan la creación como un proceso intelectual, y cuya obra es resultado de una reflexión intensa y prolongada en el tiempo, y aquellos que crean más bien desde lo emocional y lo espontáneo, por lo que su obra suele ser antes reflejo de una experiencia vital que de una investigación dirigida a un fin determinado. En la moda encontramos proyectos creativos marcados por lo intelectual, como la exploración arquitectónica de Balenciaga, los programas futuristas de Gernreich o el trabajo de laboratorio de Miyake. Pero también hay quien ha buscado y hallado de forma más intuitiva, guiándose por su propia experiencia del vestir, como Chanel, Pucci o Jean-Paul Gaultier. A este segundo grupo, el de los vitalistas, podríamos decir, pertenecería Antonio Alvarado, seguramente el más incendiario de la generación de diseñadores que cambiaron el panorama de la moda española en los años 80.

Desde luego este tipo de generalizaciones deben matizarse en cada caso particular, y el que nos ocupa es un buen ejemplo, pues hay en Alvarado una pulsión intelectual, una inquietud seria, que se impone al lado pasional en sus últimas colecciones, producidas ya en un contexto bien distinto al de aquel Madrid de la Movida que se entusiasmó con la frescura de las propuestas del alicantino. Pero al propio diseñador le gusta subrayar que la moda no se puede intelectualizar, que es algo esencialmente útil, y que él, a lo largo de su carrera, no ha hecho más que plasmar su propia experiencia en sus creaciones, sin estable-

cer filtros, sin camuflar sus intenciones. Basta con hacer un repaso a los títulos de sus colecciones para percibir esa identificación entre lo creado y lo vivido. Obra y biografía conforman un todo inseparable que dota al trabajo de Alvarado de una energía única, y ese es quizá el motivo principal por el que se le ha reconocido como el diseñador más intensamente identificado con ese movimiento cultural y lúdico que fue la Movida madrileña.

Y es que, como señalaba Luis Racionero en el catálogo de la exposición dedicada a Pertegaz en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, en referencia a las transformaciones sociales que acompañaron al surgimiento de una industria de la moda en España, “el problema del ocio se nos aparece, aunque a menudo se soslaye, como central en la crisis estructural de estas décadas”. Si el ocio tiene un papel clave en la mutación de nuestras sociedades contemporáneas, la biografía de Antonio Alvarado bien puede servir como paradigma de un enfoque de la creación que sirvió durante años como válvula de escape para una generación de artistas jóvenes que aspiraban a cambiar la imagen de España.

La España latente

Bajo la compleja situación política que atravesaba el país en los años 70, se estaba gestando un movimiento cultural que iba a propiciar un momento de gran entusiasmo durante la década siguiente. Al margen de los avatares de la política, que se encontraba en el centro de las preocupaciones de la mayoría de los españoles, una pequeña parte de la sociedad

estaba experimentando cambios de considerable profundidad, especialmente entre aquellos jóvenes que de manera más o menos consciente estaban poniendo en práctica los hábitos propios de la sociedad de consumo. Las bandas de rock proliferaban por todo el territorio nacional (hasta seis mil había censadas en todo el país a inicios de los 70), mientras la música de baile marcaba los ritmos de la noche, cada vez más unida a vivencias relacionadas con el consumo de drogas y las experiencias sexuales. Música, drogas y sexo surgen como signos distintivos para una juventud que busca desmarcarse de la generación de sus padres y de un entorno en el que todavía tiene un peso importante la represión moral del franquismo.

Antonio Alvarado Almarcha nace en la localidad de Pinoso, en Alicante, en 1956. Pinoso es un pequeño pueblo ubicado en el interior de la provincia, con una economía sostenida por las explotaciones mineras y, como otros muchos lugares de la zona, por la fabricación



Fig. 1: Antonio Alvarado, colección "Tacón amargo", 1987. Detalle de la chaqueta. Museo del Traje, Madrid (MT104140)

de calzado y marroquinería. La familia de Alvarado tenía relación con el sector del calzado, pero en ningún caso existía en su casa una tradición de moda, si bien el diseñador recuerda la fascinación que despertaban en él la elegancia de su madre y su ritual de vestirse. Hay que tener presente esa cultura del arreglarse que aún imperaba entre las mujeres durante los años 50 y buena parte de los 60. Era el fin de una época, aquella en la que la presencia debía tener una pulcritud, una prestancia, y no solo el aire juvenil y moderno del diseño que estaba por llegar. Alvarado, como Jean-Paul Gaultier, que se extasiaba ante las operaciones que su abuela llevaba a cabo en el vestidor, sitúa en ese "voyeurismo" infantil su primer contacto con la moda, con la importancia de la imagen y las complejidades de su composición.

Desde ese momento, la información relacionada con la moda irá llegándole poco a poco, como iba entrando la información en España, clandestinamente a veces, tergiversada o incompleta casi siempre. En su caso tuvo la fortuna de tener acceso a publicaciones de moda francesas que llegaban a su casa a través de un tío suyo propietario de una discoteca. Como veremos, las salas de fiestas, las discotecas que surgen en estos años y se desarrollan en la región levantina hasta el paroxismo que fue la "ruta del bakalao" noventaera, se presentan a ojos de los jóvenes como focos de modernidad, vía de escape de la rutina tradicionalista, y al mismo tiempo puerta de acceso a nuevos mundos gobernados por jóvenes extravagantes: David Bowie, Johnny Halliday, Mick Jagger... Al lado de las revistas



Fig. 2: Francis Montesinos, colección P-V 1980.
Jersey para hombre. Museo del Traje,
Madrid (MT094443)

en las que Alvarado podía conocer a los Courrèges, Cardin y compañía, las portadas de los discos mostraban los nuevos iconos del pop, que se aparecen como referencia ante todo estética, imágenes seductoras y radicalmente distintas a lo que se podía ver dentro de nuestras fronteras. Alvarado cuenta cómo, antes que en la discoteca, los primeros lucimientos tenían lugar en los coches de choque, un espacio que, bien pensado, se encuentra a caballo entre la romería y la sala de baile, o algo parecido, un lugar de transición en todo caso donde el diseñador recuerda haber empezado a hacer uso del poder de la imagen. Por entonces, de forma absolutamente autodidacta, realiza su primer diseño, cuando jun-

to a un amigo decide copiar unos pantalones acampanados de rayas que había visto en la portada de algún vinilo recién llegado del extranjero. Para realizar este primer diseño tiró de ingenio y se hizo con la cortina trapera de rayas de la cocina de su madre y la recompuso siguiendo el patrón de unos pantalones Levi's que previamente había desmontado. Eran tiempos de improvisación, de copia y pastiche, en los que se esperaba con ansiedad el regreso de los que viajaban al extranjero, a Londres principalmente, y traían novedades, sobre todo textiles y discográficas.

Dotado para los estilismos, con un gusto especial pese a su juventud, pronto recibió su primera oferta laboral cuando, con solo 16 años, le encargaron montar los escaparates de una importante tienda de novias de Alicante. La vocación creativa le lleva a Granada para cursar Bellas Artes, en un momento en el que todavía no existen estudios de diseño. En la escuela se centra en aprender técnicas decorativas y pronto abandona los estudios, pues ni ha sido ni es hombre de títulos. Posiblemente el camino se le hizo claro cuando el dueño de la tienda de novias le encargó una colección de noche para dar contenido al comercio fuera de la temporada de bodas. Aunque nunca gustó mucho de hacer trajes de noche, la colección se vendió entera y algo tendría esto que ver para que el propio dueño de la tienda de Alicante le pusiera su primera *boutique* en Granada, RCM, en la que se vendían dos de las marcas jóvenes que empezaban a cambiar el panorama de la moda nacional, Francis Montesinos y Trip Difusión, la firma de Sol Monge.

De movida en movida

En 1968, en pleno *boom* turístico, la pequeña localidad de Benidorm comenzaba a transformarse en la curiosa ciudad que ha llegado a ser. Ese mismo año se fundaba en la misma localidad la discoteca Penélope, que a finales de los 70 se transformaría en una macrodiscoteca, con capacidad para ocho mil personas. Los jóvenes de la región se encontraban en Penélope para explotar las posibilidades de la noche y hacer gala de sus estilos innovadores. Desde Valencia acudían a la discoteca “los montesinos”, como llamaban a la pandilla de valencianos liderados por un joven Francis Montesinos; y como banda rival, con un jovencísimo Antonio Alvarado entre sus filas, “los alicantinos” tenían su propio rincón en Penélope y pugnaban por llamar la atención en torno a la pista de baile. Eran los años en que Studio 54 marcaba las tendencias de la modernidad en Nueva York: salvando las distancias, los jóvenes levantinos llevaban a cabo su propia revolución.

Se encuentran entonces una nueva forma de vivir la noche y una nueva forma de experimentar la moda. Donde habían imperado la elegancia y el saber estar, surgían entre estos jóvenes el gusto por la extravagancia y la desmesura. Donde se imponía el recato y la moda hablaba un lenguaje estrictamente femenino, ahora aparecían la desinhibición, la androginia y la moda de hombre, que hasta ese momento estaba marcada por lo tradicional. Para la nueva generación, los creadores de la alta costura española pertenecían a un mundo caído, alejado completamente de sus intere-

ses. El propio Alvarado reconoce no haberse fijado en los grandes de la costura, Balenciaga incluido, hasta bien entrada su carrera profesional. Para él, aparte de Montesinos, que había abierto su *boutique* Montesinos Bis en 1972, y la citada Trip Difusión, apenas se producía nada de interés en España. Estaban, sí, Pedro Morago, por entonces lanzando firmas como 11 3 42 o Maíz, y estaba por supuesto Ferrer i Sentís, que producía los diseños de un francés que iba a ser uno de los grandes nombres de la moda de los 80, Claude Montana. Pero poco más. En Ibiza, la Ibiza de la moda Ad Lib, empezaba a despuntar con sus propuestas vanguardistas Nacho Ruiz, y, desde Barcelona, Daniel Carbocci lanzaba la firma Falstaff. Esos son todos los nombres que Alvarado recuerda con interés. Todo estaba por hacer y la ausencia de referencias importantes confería a los creadores una sensación de libertad total que quedaría bien plasmada en la heterogeneidad de la moda española en los primeros años 80.

A finales de los años 70, a caballo entre Granada, Ibiza, Valencia y Barcelona, Alvarado produce sus primeras colecciones, explotando la tendencia del punto que se imponía en la época. Aunque nada se conserva de aquellos primeros diseños, sabemos que produjo una colección de tricotosa con dibujos de mapamundis, y que su segunda colección, también en punto, fue realizada por unas monjas de Córdoba, cuyo buen hacer podía compararse con el de los mejores talleres del mundo. Ya entonces, los estilismos eran fundamentales y Alvarado proponía tintes de color platino o rasurados totales, siempre con un pie puesto

en la provocación, si bien el diseñador afirma que nunca fue esta un objetivo por sí misma.

El éxito de ventas empezó a llamar a su puerta y pronto, hacia 1978, lanza su primera marca, Polo de Limón Antonio Alvarado, con la que realiza su primer desfile oficial en la pasarela FIMODA de Valencia. Vende mucho y recibe ofertas: Fiorucci le encarga una colección masculina y femenina de punto, que firmará como J. Alvarado. Sus prendas llegan a la calle Almirante de Madrid, donde Jesús del Pozo estaba establecido desde 1974, y, en pleno auge comercial, compra también espacios publicitarios en prensa, y aumenta su difusión a nivel nacional.

Pero el peso de Francis Montesinos en toda el área de Levante y Cataluña le lleva a replantearse su estrategia de crecimiento. El valenciano organizaba en esos años sus primeros desfiles-espectáculo en Barcelona. Allí, Alvarado descubre las posibilidades expresivas del desfile, la fuerza de una colección cohe-



Fig. 3: Etiqueta Antonio Alvarado, 1987, Museo del Traje, Madrid (MT104137)

rente y de largo alcance, la importancia de la escenografía, la música, los modelos... Para él, más influido por las discotecas que por los talleres, presenciar aquellos primeros desfiles geniales de Montesinos fue una inspiración, pero al mismo tiempo le impelió a salirse de la estela del valenciano y buscar su propio camino. Así, tras una última colección presentada en la discoteca Barraca de Valencia, con el título "Alquimia", Alvarado decide mudarse a Madrid y probar suerte en la capital. Y eso que aún no sabía que, de todas las movidas, la madrileña iba a capitalizar el ambiente de cambio que se respiraba en la España de la Transición.

La noche madrileña

Alvarado montó una *boutique* a su llegada a Madrid que fue un fracaso. Tras el éxito de los años previos, el diseñador tuvo unos inicios difíciles en la capital, donde todavía no se había conformado el entorno de creadores de moda que luego darían lugar a la pasarela Cibeles. Jesús del Pozo era la referencia, con sus prendas masculinas desestructuradas, y gente como Manuel Piña o Adolfo Domínguez empezaban a tener una presencia importante. Pero todavía no se habían organizado los creadores de moda, ni existía una plataforma desde la que lograr la anhelada promoción. En Barcelona, Juan Antonio Comín organizaba la pasarela Moda del Mediterráneo, de la que se organizó alguna edición en Madrid, pero Alvarado hubo de conformarse en los primeros años en la capital con desfilarse en discotecas, donde por otro lado se encontraba el ambiente más efervescente y creativo.



Fig. 4: Cartel de *Mujeres al borde de un ataque de nervios*. El Deseo S.A. Museo del Traje, Madrid (MT110882)

Así, en 1980, Ramón del Pomar, que era el director de eventos de la hoy legendaria sala Rockola, le invita a desfilarse en sus instalaciones. Aquí se forja el mito del Antonio Alvarado diseñador de la Movida. El de los desfiles iconoclastas y excesivos, el de los vestuarios para Mecano, para los personajes estrafalarios de *La bola de cristal*, para las películas inclasificables de Almodóvar, en las que la ropa tiene una presencia tan importante... ¿Qué sería de *Mujeres al borde de un ataque de nervios* sin el vestuario desconcertante del personaje que encarna Julieta Serrano? Eso se lo debe Almodóvar a Alvarado.

Rockola acoge los tres primeros desfiles del alicantino en Madrid, entre el año 1980 y 1982: "Pitita", "Baja costura" y "Costura de España", que tendrán continuidad conceptual en su último desfile en el marco de una discoteca, el de la colección "Eterna costura", que se presentó en la Sala Joy Slava en 1983. Estos pases forman, a mi juicio, un ciclo que el diseñador remata con la colección "Sen-

tencia", de 1984, ya dentro de la que fue la I Semana de la Moda celebrada en la Plaza de Colón, antecedente directo de la Pasarela Cibeles. En las sucesivas presentaciones, siempre combinando moda masculina y femenina, rompiendo los límites entre ambas, entusiasmó a un público deseoso de ruptura y abierto a las ideas más arriesgadas. Sin control por parte de ningún comité organizador ni nada similar, estas colecciones fueron un canto a la libertad creativa y un alegato contra la moda remilgada, sastrería pura, que había reinado en el tiempo de la costura. Alvarado deconstruye esos antecedentes y los recompone con una mirada posmoderna, en la que el *collage* y la superposición están muy presentes. Nuevos materiales, elementos no indumentarios, objetos recontextualizados aparecen en sus creaciones que se dan la mano así con el "do it yourself", ese "hacerlo uno mismo" que llevaba a gente como Tino Casal a transformar el vestuario que le proporcionaba el propio Alvarado para darle más personalidad. Lo auténtico por encima de todas las cosas.



Fig. 5: Antonio Alvarado, colección "Pecado mortal", 1986. Conjunto de levita y pantalón. Museo del Traje, Madrid (MT104137)

“Pecado mortal” y “Tacón amargo”

Entonces llegó el momento de la industria. En 1985, año en que Alvarado no produjo colección, se publicaba el conocido como Plan de Intangibles-Textiles, el proyecto más ambicioso que la administración había destinado a componer una verdadera industria de la moda nacional, fuente de riqueza y prestigio que los gobiernos precedentes habían ignorado sistemáticamente. El Plan, cuya aplicación se extendió hasta 1988, supuso una importante inyección económica para el sector, además de orquestar diversas acciones con el objetivo de generar un panorama favorable al consumo de moda española, tanto dentro como fuera del país. Nace el marchamo Moda de España, se oficializan los estudios de diseño y moda y, paralelamente, toman forma las pasarelas Gaudí, en Barcelona, y Cibeles, en Madrid.

Los desfiles de 1986 señalan el punto de partida de Cibeles, pasarela en la que Alvarado ha desfilado de manera discontinua pero figurando siempre como uno de los nombres de referencia. Ese año presentó por primera vez dos



Fig. 6: Detalle del forro decorativo de la levita.
Museo del Traje, Madrid (MT104137)

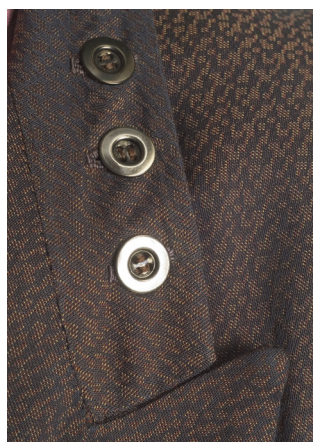


Fig. 7: Detalle de la botonadura decorativa de la levita.
Museo del Traje, Madrid (MT104137)

colecciones: “Lo prohibido” y “Pecado mortal”. Esta última, a la que pertenecen el abrigo y el pantalón que protagonizan este Modelo del Mes, fue presentada también en Burdeos y en Cataluña. La colección, para la primavera-verano de 1987, tuvo una importante repercusión mediática. Alvarado decidió utilizar el himno nacional añadiendo una letra abiertamente irreverente, y la polémica fue inmediata. La propia organización de Cibeles, donde el diseñador afirma haber actuado siempre con total libertad, trató de impedir que se reprodujera la música, aunque finalmente se hizo la vista gorda.

El conjunto que nos ocupa nos sirve para entender lo que Alvarado estaba proponiendo para el hombre de 1987. Una chaqueta larga, tipo levita, se combina con pantalones de pinzas, de talle alto y pierna ancha que se ajusta hacia el tobillo. La línea es sobria y elegante, ajustada a las tendencias en cuanto a los volúmenes, muy en línea con la estética *mod*; pero al mismo tiempo hay una osadía en lo decorativo con la que el diseñador alcanza un equilibrio notable. El tejido labrado en color



Fig. 8: Pantalón (MT104138) y detalle de la camisa (MT104139)

gris, con fondo de puntos dorados y tostados que domina cromáticamente, es un tejido de fantasía poco común en moda masculina. El cuello, con grandes solapas, está adornado por una fila de botones de metal, similares a los utilizados para los pantalones vaqueros, que hacen de contrapunto al tejido de alta calidad y sabor tradicional. Aún más llamativo es el forro, en rayón estampado con motivos de llaves, borlas y remaches, en tonos azules, amarillos y marrones sobre fondo blanco. Este estampado hace pensar en lo que poco más tarde Gianni Versace propondría para sus líneas masculinas. Como Versace, Alvarado juega con el motivo clásico para darle un nuevo significado, un nuevo valor dentro de la iconografía del textil.

Se ha dicho que Alvarado alcanza la plenitud creativa en sus colecciones “Pecado mortal” y “Tacón amargo”. En ambas, el impulso iconoclasta queda matizado por el aprendizaje de las técnicas de sastrería y un profundo interés por la calidad y las posibilidades de los tejidos.

Fue de los pocos que se aventuró a producir en Italia, donde descubrió un modo de hacer distinto, un proceso de fabricación del tejido en el que los industriales exigían la presencia constante del diseñador a fin de obtener el producto idóneo para cada caso. En España cuidó igualmente la parte más técnica de su trabajo, buscando, pese a lo que pueda parecer en una mirada superficial, la funcionalidad, el acabado perfecto que hiciera de sus piezas no solo un alarde de diseño sino también un diseño bien hecho, ponible y perdurable. Al final la costura tradicional se encontraba con la creatividad desbordada en estas colecciones *prêt-à-porter*.

No en vano, “Tacón amargo” supuso el reconocimiento internacional para Antonio Alvarado, puesto que fue premiado como mejor diseñador novel en la feria Avantgarde de Múnich, donde presentó la colección tras haberlo hecho en Cibeles. Este desfile es probablemente el más recordado del diseñador, desde luego el más largo (¡300 prendas recuerda haber confeccionado para el pase!) y además le proporcionó importantes beneficios. Describir las diecinueve salidas que se sucedieron sobre la pasarela sería demasiado largo. Baste decir que el desfile completo, impactante, coherente, dinámico, rico en propuestas, puede verse completo en el canal de internet VIMEO y dura la friolera de 50 minutos.

Allí se puede atisbar la camisa de lana que completa el conjunto que nos ocupa. La mayoría de las piezas de esas colecciones se han perdido, de ahí que nos hayan llegado prendas de distintos momentos combinadas. Pero



Fig. 9: Antonio Alvarado, colección "Tacón amargo", 1987. Chaqueta y falda (MT104140-1)

el efecto es sin duda el mismo, pues ciertamente el rosa de la camisa entona a la perfección con los tostados de la levita y el conjunto no dista mucho de lo que se puede ver sobre la pasarela en el desfile de "Tacón amargo". Los botones decorativos sobre el escote, en colorida composición, dialogan igualmente con los que adornan el cuello de la levita. Hay una coherencia interna, un sentido en lo que Alvarado diseña y propone sobre la pasarela, con sus estilismos cuidadísimos, y ahí salen reforzadas sus prendas, fruto del sentimiento que le mueve pero también de lo experimentado y lo reflexionado.

Conservamos en el Museo otro conjunto de la colección "Tacón amargo", este femenino. Como en las levitas para hombre, en las cazadoras *bomber* y las minifaldas que pueblan la colección se puede rastrear el eco de los

rockers americanos y franceses de los años 60, aquellos a los que Alvarado admiraba a través de las portadas de los discos que su tío importaba desde Francia. Hay nostalgia y hay juventud. Hay un mundo global y hay una España de cuerpo presente: se ve en los volantes con los que Alvarado juega de manera genial, se ve en el motivo de la Península Ibérica que adorna la espalda de la chaqueta. Hay contradicciones que se ponen sobre la pasarela y funcionan a la perfección, como la vida misma, tan compleja como coherente.

Alvarado pone los más diversos elementos en juego, sin importarle si a otros les van a chiviar, fiel a su criterio y a su intuición, fiel a su propia biografía de creador español, de adepto a la noche y sus criaturas, de personaje de la Movida que tuvo que reformarse para volver al ruedo, ya en el siglo XXI, con colecciones elocuentes en las que muestra su faceta más seria, más intelectual; pero siempre consciente de que la moda es, antes que nada, ropa para vestir, y que el diseño solo tiene sentido si está al servicio de nuestras vidas.



Fig. 10: Antonio Alvarado, colección "Tacón amargo", 1987. Corbata (MT104143)

Bibliografía

- España, *50 años de moda*. Barcelona: Ajuntament, 1987

Online

- Desfile completo “Tacón amargo”: <https://vimeo.com/54138050>
- Sitio web del diseñador: <https://antonioalvarado.es/home.htm>

MODELO DEL MES. CICLO 2016

En estas breves conferencias, que tienen lugar en las salas de exposición, se analizan e interpreta un modelo de especial importancia entre los expuestos. A los asistentes se les entrega gratuitamente un cuadernillo con el contenido de la conferencia.

Domingos: 12:30 h.

Duración: 30 min.

Asistencia libre

ENERO

Ilustración de moda. (1934-35)

Paloma Calzadilla

FEBRERO

Traje de alcaldesa de Zamarramala

M^a Antonia Herradón

MARZO

Vestido camisa y spencer, (1800-10)

Beatriz Bermejo

ABRIL

Miniatura de la reina Enriqueta María de Inglaterra,

Escocia e Irlanda, Ca.1632

Concha Herranz

MAYO

Conjunto para hombre, de Antonio Alvarado, 1987

Juan Gutiérrez

JUNIO

Geometría y traça ALBAIZETA

María Prego

SEPTIEMBRE

Abarca cántabra

Ana Guerrero

OCTUBRE

Mantón de Manila, ca. 1870

Lucina Llorente

NOVIEMBRE

Polisón infantil

Elvira González

DICIEMBRE

Pieza por determinar

Descubre más sobre la programación del Modelo del mes.

Si tienes un teléfono compatible, descárgate un lector de códigos QR.



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



/MT104137,8,9/

