

2018 **MODELO DEL MES**  
Los modelos más representativos de la exposición

# JUNIO

## Abrigo de María Moreira 1986

Por: Juan Gutiérrez  
Vitrina: Los años de La Movida

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

**Asistencia libre**  
**hasta completar aforo**



**Texto**

Juan Gutiérrez es el responsable de la colección de indumentaria contemporánea del Museo del Traje. Ha comisariado múltiples exposiciones temporales, entre otras: *15 años si Gianni. Homenaje a Gianni Versace* (2012); *Manuel Piña, diseñador de moda* (2013) o *Tino Casal, el arte por exceso* (2016). Es autor de publicaciones de moda e imparte conferencias como especialista. También ha dirigido actividades de formación en la materia: *Desvistiendo un siglo* (1900- 2000) y *Moda, antimoda y contracultura*.

**Cordinación y maquetación**

M<sup>a</sup> Jose Pacheco

**Corrección de textos**

Ana Guerrero

© De las piezas de la colección del Museo del Traje, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

**NIPO: 030 - 18 - 002 - X**

Entre las transformaciones que experimentó la industria de la moda española durante su adaptación al nuevo ciclo que comenzaba con el fin de la dictadura, uno de los fenómenos que llama la atención es la diversificación de los focos creativos. Durante los años centrales del siglo, con la alta costura como punta de lanza de la industria, Madrid y, sobre todo, Barcelona fueron los principales centros productores de moda; pero con la instauración del marco constitucional ese panorama sufrirá importantes alteraciones. Es innegable que las dos principales ciudades del país seguirán acaparando la mayor parte de la atención, finalidad que perseguía la puesta en marcha de las dos grandes pasarelas de *prêt-à-porter*, Cibeles y Gaudí. Pero muchas de las nuevas propuestas surgen desde distintos puntos del Estado. En los casos más afortunados, además de talentos individuales -que normalmente se ven forzados a recalar en una de las dos capitales para ampliar su mercado-, llega a conformarse un tejido empresarial que permite construir una identidad de grupo, una marca colectiva que proporcione mayor difusión y mejores resultados comerciales. Destacó en este sentido el grupo Galicia Moda, que, impulsado y orquestado por el publicista Luis Carballo desde 1983, llegó a ser uno de los referentes del sector durante los que fueron, posiblemente, los años más prometedores del *prêt-à-porter* español.

María Moreira (Vilaza, Pontevedra, 1952) llegó a formar parte de Galicia Moda, pero su carrera había comenzado al margen de la iniciativa impulsada por Carballo. Como sus paisanos Adolfo Domínguez y Roberto Verino, se enfocó, aunque con menor fortuna, al ámbito nacional, a las capitales y, desde ahí, al extranjero. Moreira fue uno de los va-

lores en alza de un mercado en formación y participó activamente en su definición, como una de las cabezas visibles de la oleada de diseñadores gallegos que despuntarían a mediados de los años ochenta. Sin haber alcanzado la fama de otros colegas de profesión, puede presumir de haber sido la primera diseñadora que desfiló en la pasarela Cibeles, allá por sus inicios en 1985, hecho que por sí solo justifica tomarla en consideración como una de las figuras destacadas de la moda española de la década de los ochenta.

### La industria confeccionista gallega: de Regojo (SA) a Inditex (SA)

Tradicionalmente, la industria de la confección se reducía en Galicia a pequeños talleres de sastrería y modistería, trabajadores anónimos limitados a una baja producción, con la que no obstante se paliaba la ausencia casi total de fábricas locales. La lenta industrialización de la región, orientada por lo demás a otros sectores distintos al textil, determinó la continuidad de esa red de productores semi-artesanales durante prácticamente todo el siglo XX. La empresa más importante de la región hasta la llegada de la democracia fue la camisería Regojo. Creada en 1928 por el zamorano José Regojo Rodríguez, tuvo su sede en Redondela, localidad natal de su esposa Rita Otero muy próxima a Vigo. Allí se consolidó durante los años treinta, y llegó a 1936 como la fábrica de confección más grande de Galicia. Durante la guerra surtió al bando vencedor, lo que conllevó un gran crecimiento de la empresa, que, finalizada la contienda, comenzó su expansión territorial y trató de integrar verticalmente todo el proceso textil, desde la hilatura a la confección. Los planes del desarrollismo favorecieron esa expansión y fueron bien conocidas sus cha-

quetas guerreras para la clase trabajadora o la camisa Dalí, que se lanzó al mercado en los sesenta y se produjo a ritmo de un millón de piezas al año durante la década siguiente. El volumen alcanzado por la firma la situó en su mejor momento solo por detrás de El Corte Inglés y Cortefiel entre los grupos confeccionistas españoles<sup>1</sup>.

Regojo cerraría finalmente en 1988, tras una década de agonía que se iniciaba con la crisis económica que había azotado a España durante la Transición. Lo mismo le sucedía a la otra gran empresa local, Dresslock, con sede en Porriño y Vigo. Aparte de ellas, hasta la eclosión del diseño en los ochenta, apenas una veintena de empresas del sector contaban en Galicia con más de cincuenta empleados. El cuñado de Regojo, Adriano Marqués de Magallanes, funda una de esas medianas empresas, Partenón (1958, Sagres, S.L., desde 1985), que confecciona muchos de los uniformes de los cuerpos de seguridad españoles. Otras firmas históricas son Géneros de Punto Montoto (1956) ó Jealfer (1954), establecida en Boiro por el conservero Jesús Alonso, que sigue en la actualidad fabricando bajo licencia para Lacoste España o Perregaz y recientemente ha adquirido la firma de *retail* Viriato, también gallega. En 1963 se pondrían en marcha cuatro enseñas de gran importancia en la moda posterior: Florentino (que adopta ese nombre en 1988), las firmas de moda infantil Pilar Carrera (Pili Carrera desde 1980) y Nanos, y Confeccioner GOA, germen del primer Zara (que abrió en 1975 en A Coruña) y el imperio Inditex (desde 1985). Las siguieron Unicen (1965), Mafecco (1966), Adolfo Domínguez (1974), Selmark (1975), Roberto Verino (1977), Antonio Pernas (1977, con su firma desde 1987),

---

1 Lindoso Tato, Elvira: "La industria textil gallega en la época contemporánea", en *Con-Fío en Galicia. Vestir Galicia, vestir o mundo* [catálogo de exposición]. Xunta de Galicia, 2016. Pp. 291-321.



Publicidad de la camisa *Dalí* de Regojo.

Kina Fernández (1979), Caramelo (1979), Creaciones Toypes (1983)... El panorama fue tomando forma y para principios de la década de 1980 se percibía una transformación importante en el sector, con algunos casos que apostaban por un concepto moderno de diseño y apuntaban al mercado de la alta moda.

No obstante, Elvira Lindoso señala que dos terceras partes del tejido del sector confeccionista seguían estando constituidas a mediados de los setenta por pequeños talleres y cooperativas que se integraban en el mercado como subcontratas de firmas con marca propia. Gracias a su participación se cubría la creciente demanda que generaron en su crecimiento grandes nombres en expansión como Zara, Adolfo Domínguez o Roberto Verino<sup>2</sup>. Este sustrato explica en buena medida el éxito del textil gallego, que antes del momento de deslocalización de las producciones contó con el apoyo silencioso de innumerables talleres con mano de obra

---

2 *Ibid.*, p. 304.

especializada y barata, que confeccionaba sin descanso para alimentar la creciente voracidad del mercado del *retail*.

Ese era el panorama de la moda en la región en el momento que da comienzo la carrera de Moreira, que nunca se desligó de Galicia. Pero la diseñadora sí se distanció desde sus inicios de la línea que seguían la mayoría de empresas locales. Si la confección era el medio de producción adoptado por todas ellas, Moreira trabajó en sus comienzos artesanalmente para luego adaptar su lenguaje a los procesos industriales; si casi todos se concentraron en surtir el mercado de moda para hombre<sup>3</sup>, Moreira ejerció de pionera del diseño para mujer en un panorama en el que aún era inusitada la figura de la mujer empresaria. El suyo es un caso digno de mención por representar un claro ejemplo de vocación creativa y de lucha personal por privilegiar la sensibilidad hacia el diseño textil y de moda. Como otros creadores a lo largo de esos años –como Miró en Barcelona, Rocafort en Madrid o Montesinos en Valencia–, Moreira inauguró en la ciudad de Vigo una senda inexplorada que con el tiempo se mostraría en toda su fecundidad.

### Madrid se escribe con V de Vigo (y pasa por Barcelona)

La crisis económica se extiende en Galicia durante los años ochenta, haciéndose sentir con especial crudeza en un núcleo industrial como Vigo. La ciudad había duplicado prácticamente su población durante las décadas centrales del siglo gracias al éxodo rural, y el paro hizo mella con especial crudeza entre la juventud, al igual que en otros puntos de



Imagen de María Moreira en su taller a mediados de los años ochenta.

la península. Las huelgas más accidentadas las protagonizaban los trabajadores del puerto, motor de la economía viguesa. Son los tiempos de la implantación del narcotráfico, que introduce las drogas masivamente, mientras los medios de comunicación y el boca a boca van generando nuevas modas y formas de consumo. La cultura juvenil impone su estridencia y desde distintos campos de la creación se impulsa la renovación de los lenguajes del arte. En Vigo se produce la confluencia de propuestas literarias (grupo Rompente), plásticas (grupo Atlántica), de moda (Moreira, Gene Cabaleiro) y musicales (Sinistro Total, Os Resentidos, Golpes Bajos...), que llevan a equiparar lo que sucede en sus cenáculos (el Satchmo, el Kremlin, el Manco de Lepanto, el Duralex...) con la agitación que estaba produciendo La Movida madrileña<sup>4</sup>.

3 López de Haro, René: "La Movida de la moda masculina. Cataluña y Galicia, puntos de partida del estilismo español", en *El País*, 3 de marzo de 1985. Fuente digital:

[https://elpais.com/diario/1985/03/03/agenda/478652404\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1985/03/03/agenda/478652404_850215.html)

4 "La música fue muy importante también en esos momentos. Estaba 'Sinistro', 'Semen Up',... Estaba muy relacionada también la pintura, los locales, el mítico 'Kremlin', con Bibiano, mucha movida y estábamos todos muy agrupados." Cit. en Varela, Cristina: *Moda/arte. Desplazamientos, contagios e interacciones. el contexto local gallego transversalizado por el contexto internacional. 1980-2008*. Tesis doctoral. Universidad de de Vigo, 2015. P. 224.



**Arriba:** etiqueta de la línea de confección "Convencional" (MT096148)

**Abajo:** etiqueta de la línea de punto para mujer "Maria Moreira" (MT094116)

Moreira abrió su primera tienda y taller en la calle Marqués de Valladares en 1972, casi una década antes de que se hablara de Vigo a cuenta de esa emergencia de la modernidad juvenil. La suya fue una apuesta valiente, carente de referentes y motivada sobre todo por la vocación personal. Al contrario que otros diseñadores que partieron de la estructura de la empresa familiar (Cabaleiro, Domínguez, Verino), ella se instaló por su cuenta, dando salida en principio a una producción muy corta con la que sin embargo podía permitirse plantear una estética novedosa. "Era confección masculina lo que más había. En Galicia había muy buena calidad y muy buena confección pero diseño muy poco. Era muy gris todo por aquel entonces y sobre todo, en moda femenina ninguna mujer se había atrevido a independizarse, a dar el sal-

to y a establecerse, incluso por su cuenta"<sup>5</sup>. Su proyecto estaba íntegramente concebido en punto -punto *tricot* y punto circular-, con el que ejecutaba diseños arriesgados que no siempre convencían a la clientela. Algo tan aceptado poco después como los pantalones para mujer, podía suponer un obstáculo a la hora de convencer a las compradoras locales<sup>6</sup>.

A finales de la década, se presentó la ocasión de ampliar su mercado y sus conocimientos técnicos gracias a un grupo de empresarios catalanes del textil que se interesaron por sus diseños<sup>7</sup>. Recibe entonces una oferta para ponerse al servicio del proyecto textil de Daniel Nassia, uno de los empresarios más activos de la moda nacional, e inicia un período crucial en su carrera que la llevará a formarse en contacto con la industria catalana al tiempo que ejerce como diseñadora para marcas como Daniel G o Closed<sup>8</sup>. En la segunda mitad de los setenta, casi todo

5 Ibid., p. 222.

6 "(...) recuerdo que monté una tienda en los 70 y recuerdo de esa época que las mujeres no podían ir a trabajar en pantalones. Los primeros trajes de chaqueta y pantalón para mujer se vendían en mi tienda, y recuerdo escandalizadas a clientas que decían que no podían ir a trabajar. Te hablo de entidades como los bancos que no permitían a las mujeres ir a trabajar de pantalones y luego ya los machistas que decían 'en mi casa sólo se pone el pantalón mi marido' (...)" Ibid., p. 221.

7 "(...) vino un grupo de empresarios catalanes a Vigo, que querían introducir una marca y conocer la ciudad y pasaron por mi tienda y les interesó mucho lo que había en el escaparate, y entraron y preguntaron quién diseñaba esa ropa y cómo podían conseguirla. Le dije que la diseñaba yo y ya enseguida me contrataron (...)" Ibid., p. 222.

8 Daniel Nassia llegó a España procedente de Francia para arrancar su primer proyecto, la marca Daniel G, fundada en 1973, con la que llegó a desfilarse en Nueva York. Más tarde llegó Closed, especializada en vaqueros, y después el grupo industrial Twenty, con el que controló la licencia para fabricar y distribuir en España Marithé et François Girbaud, la mítica firma de vaqueros de vanguardia, y también la mayoría del capital de Antonio Miró.

lo que tenía que ver con la modernización de la moda en nuestro país se gestaba en Barcelona. La experiencia sirvió a Moreira para formarse en todos los procesos desde la hilatura a la tejeduría, del diseño a la confección, entró en contacto tanto con las técnicas de fabricación en serie como con las complejidades de la gestión empresarial y comercial<sup>9</sup>. De la mano de las firmas de Nassia, llegaría a participar en los primeros certámenes de aquella pasarela pionera que fue la Moda del Mediterráneo, donde estuvieron presentes tanto las citadas Daniel G y Closed, como Bamboo, para quién también diseñó Moreira.

El éxito de Moda del Mediterráneo sentó un precedente en la nueva etapa de la moda española. Allí Moreira pudo presenciar de primera mano una nueva manera de aproximarse al mercado, con el diseño como principal baza, con firmas que se postulaban como referentes creativos pasando extensas colecciones en desfiles marcados por la vocación de espectáculo. En 1981, mientras en Vigo se inauguraba La Movida con el concierto en el colegio de los Salesianos<sup>10</sup>, Francis Montesinos, Manuel Piña, Daniel Carbocci y Paco Casado, además de los componentes del grupo COME<sup>11</sup>, desfilaban sobre la pasa-



Abrigo de la línea "Convencional", 1981-1990, de María Moreira, colección del Museo del Traje, Madrid (MT096148)

rela de El Borne de Barcelona y generaban una enorme expectación en un ambiente de entusiasmo general. El éxito comercial de la feria, destacando la llegada de compradores extranjeros que percibían la nueva dirección que tomaba la industria española, animaron a Moreira a retomar su propio proyecto. Vigo comenzaba por su parte a experimentar su particular transformación, y allí la diseñadora, después de cinco años de aprendizaje en Cataluña, creaba la firma María Moreira, a la que seguirán una línea de confección, Convencional, y otra de punto para hombre, Barom. Su primera presentación al público, con su colección de punto para mujer, tienen lugar en el Certamen de la Moda del Norte de España. La primera edición se celebra en noviembre de 1982 en Castro Urdiales (Cantabria), y junto a ella exhiben sus colecciones otras firmas gallegas como Corteman's y D'Aquino, la firma de punto de Santos Mon-

9 "Me formé en el proceso industrial porque todo lo que hacía yo era muy artesano (...) Yo decía: 'pero, Dios mío, que se ponga de una vez en Galicia algo'. Es que yo recuerdo que te tenías que ir a Cataluña y en España había poco más (...) Yo, gracias que me fui a Cataluña y ahí descubrí todo el mundo de la empresa porque si no, aquí estaba en pañales (...)". *Ibid.*, p. 222.

10 El 27 de diciembre de 1981 tenía lugar en el colegio de los Salesianos de Vigo el primer concierto de la banda Sinistro Total, que con el tiempo se ha establecido como acto inaugural de aquella "movida" viguesa.

11 En aquella ocasión, el grupo dirigido por Juan Antonio Comín estaba formado por las firmas Dover, Femrevel (segunda línea de Josep Ferrer), Patricia, Pepe Mateu, Santaularia, Philippe, Polo de Limón (la firma de Antonio Alvarado) y 3 Mil.

tes, Woolstock, y unos jovencísimos Victorio y Lucchino, que aún tardarían unos años en darse a conocer.

Mientras Moreira pone en marcha su empresa, desde el Ministerio de Industria se gesta el Plan de Promoción de Diseño y Moda de 1985, y en Barcelona y Madrid se inauguran los salones y pasarelas Gaudí (1984) y Cibeles (1985). En marzo de 1985, bajo la dirección de Epifanio Mayo, tuvo lugar el primer Desfile de Creadores (luego Pasarela Cibeles) que inauguraba una nueva etapa de la moda española. Bajo una carpa de alquiler ubicada en la plaza de Colón, seis diseñadores mostraron al público sus colecciones en un celebrado evento con el que Madrid reivindicaba su potencial como centro productor de tendencias, en coherencia con la efervescencia cultural que había generado La Movida. La creatividad se imponía como valor principal, radicalizando si cabe la línea establecida por la Moda del Mediterráneo, y para representar ese aspecto se eligió a Jorge Gonzalves, Manuel Piña, Antonio Alvarado, Domingo Córdoba, Jesús del Pozo y a María Moreira, que no solo era la única mujer del grupo, sino que también era la única que tenía sus talleres fuera de Madrid. Colegas como Piña o Alvarado procedían al igual que Moreira de pequeños pueblos alejados de la capital, pero la gallega era la única que operaba desde una región “periférica”, afianzada esa posición por la buena marcha del grupo Galicia Moda, que en 1985 celebraba la primera edición de la pasarela Luar<sup>12</sup>.

La diseñadora participaría intermitentemente en el grupo, desfilando en el primer pase para mujer, que se celebraba en 1987, pero es Cibeles la que le abre el acceso a los

---

12 La evolución del grupo ha sido estudiada en el catálogo de exposición *Os 80. Moda en Galicia. Singularidades*. Pontevedra: Pazo da Cultura, Consellería de Cultura, 2010.

mercados exteriores, como el japonés, donde su propuesta urbanita y práctica tendrá buena aceptación<sup>13</sup>. Así lo recordaba en la entrevista realizada por Cristina Varela como parte de su trabajo doctoral sobre la moda gallega: “Fue como algo asombroso, porque de repente fue como reunir a toda la prensa internacional, y eran unas pasarelas de treinta minutos, con trecientos modelos en pasarela, era como el boom de los ochenta, era grandioso todo”<sup>14</sup>.

Tras formar parte del histórico arranque de Cibeles, Moreira participó también en la segunda y tercera ediciones, y, por última vez a título individual, en la quinta convocatoria, ya en 1987, obtuvo siempre buena acogida de crítica y público<sup>15</sup>. Su tono alejado de estridencias, con un diseño que tantea el minimalismo y las tendencias étnicas de la década siguiente, funcionó ante la crítica sin llegar a entusiasmar al nivel de otros creadores del momento. No obstante, contó con adeptos importantes como Carmen Romero o Pedro Almodóvar. El manchego utilizó sus diseños desde sus inicios, aunque como era habitual en la época no se acredita el uso de esas prendas. Desde *Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón* (1980), la gallega colaboró

---

13 “Yo estaba fascinada por los japoneses y tuve además la suerte de poder trabajar con ellos. (...) Era un mundo fascinante porque los japoneses eran super-modernos y te lo admiten todo. Les encanta la moda y era como una sensación estupenda”. Varela, Cristina, p.226.

14 *Ibid.*, p. 225.

15 Por ejemplo, en relación a su desfile para la primavera-verano de 1986: “La viguesa María Moreira ha dado una lección de su brillante dominio sobre el género de punto. Sus chalecos largos, sus gabanes y jerséis asimétricos o sus levitas en lino y algodón causaron sensación”, en *El País*, 29 de septiembre de 1985. Por su parte, Irene Barreiros juzgaba así la misma colección en las páginas de *ABC*: “demostró su buen hacer en el difícil arte de las prendas en punto. Exquisitos estampados en verdes, azules, malvas, naranjas... Presentó una colección digna y bien estructurada”. *ABC*, 28 de septiembre de 1985.





La diseñadora junto a Almodóvar a mediados de los ochenta.

en diversas ocasiones con el director, destacando el vestuario de Carmen Maura en *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1989). En esta película en particular, Almodóvar supo sacar provecho de los lenguajes creados por los diseñadores para reforzar la narración: frente a la sofisticación sobria del personaje que viste Moreira, dispone el desfreno creativo de Alvarado. *Mujeres al borde...* muestra como pocas películas el valor performativo de la indumentaria, y Almodóvar tuvo fácil acceso a algunos de los mejores diseñadores para moldear a sus personajes. “Era un proceso nuevo para mí. Yo no tenía ninguna relación con el mundo del cine, y bueno, fue descubrir otro lenguaje, hacer una creación específica para un trabajo también específico, y descubrir un mundo nuevo”<sup>16</sup>.

### El momento álgido: los desfiles en el Museo del Ferrocarril

Carmen Romero, la esposa del presidente González, sin duda uno de los iconos feme-

ninos de mediados de los ochenta, aparece retratada en las páginas de ABC recogiendo una flor que María Moreira le había lanzado al final de su desfile en la pasarela Cibeles de febrero de 1985<sup>17</sup>. Era la primera edición, la de la carpa de Colón, y la diseñadora se afianzaba con su presentación entre las promesas a tener en cuenta de la nueva moda española. Un año más tarde, se celebraba en el Museo del Ferrocarril el tercer encuentro, ya bajo la dirección de Cuca Solana y con el nombre de Cibeles. Los desfiles contaron con una afluencia de público que desbordó todas las previsiones y, pese a cierto caos en la organización, se desarrollaron con gran éxito mediático y comercial. Las firmas no solo desfilaban, sino que estaban obligadas a emplazar sus propios *stands*, con lo que se trataba de reforzar el lado comercial de la pasarela. Allí se encontraban ya Sybilla, Ágatha, Victorio y Lucchino...

Como atestiguan las propias palabras de

16 Ibid., p. 225.

17 ABC, 3 de febrero de 1985, p. 123.



Imágenes del desfile de la colección Otoño - Invierno 1986 - 1987.

Moreira citadas más arriba, se pasaban colecciones larguísimas en desfiles que llegaban a durar casi una hora. La mecánica de la pasarela aún no estaba bien definida, pero todas las carencias se suplían con la creatividad descarada de las firmas, la frescura de una nueva generación de modelos y el entusiasmo expectante del público. Moreira desfiló a las 20:30 h del día 28 de febrero, entre Elisa Bracci y Manuel Piña, y de su memorable colección, una nueva exhibición de las posibilidades del punto articulada por una contenida paleta de color, ha llegado al presente el abrigo que sirve de excusa para este Modelo del Mes. Así lo plasmaba Irene Barreiros en su crítica para ABC: “La grata sorpresa corrió a cargo de María Moreira. La diseñadora gallega presentó una colección digna, honesta, bien estructurada y por supuesto bella. La sencillez de sus líneas, la riqueza de sus jacares, despertaron al público

del letargo”<sup>18</sup>.

No es difícil, observando la obra de los diseñadores españoles de las últimas décadas, apuntar algunos rasgos comunes que distinguen la estética del norte del país de la del sur, como también pueden señalarse generalidades comunes al sentir mesetario, el levantino o el isleño. Sin ánimo de ahondar en los tópicos, terreno siempre traicionero, creo que puede distinguirse entre gallegos y vascos, por ejemplo, una mayor contención cromática, unas estructuras más definidas y una concepción del vestir más relacionada con la prenda como “habitáculo” que como “piel”. Esto es coherente con la climatología, aunque en ningún caso puede dejar de contemplarse como una generalización con la que rompen numerosas excepciones. Pero

---

18 ABC, 2 de marzo de 1986, p. 121.



Abrigo en punto de lana Otoño - Invierno 1986 - 1987, colección Museo del Traje, Madrid.

existe esa tendencia, que también se puede apreciar en el gusto por el punto, un tejido que en los años setenta fue revitalizado por gente como Santos Montes con sus diseños para la firma Woolstock, Manuel Piña o la misma Moreira, cada uno en su propio lenguaje. Sirva la comparación entre los dos últimos para ver esos rasgos diferenciales: el manchego, incluso en su etapa de “mujeres bloque”<sup>19</sup>, muy estructuradas, diseñada para el cuerpo de la mujer, con una sintaxis marcada por la sensualidad, que a mediados de los ochenta queda explícita en sus vestidos *stretch*. Moreira, lejos de esos conceptos, articula, como Domínguez o Verino, como más tarde Luis Devota y Modesto Lomba,

un estilo más intelectual que sensual, una intelectualidad cálida en su caso, que puede recordar al mensaje que quiere transmitir una marca como Missoni. Ahí se perciben dos maneras de entender el punto, puntos de seda en Piña, de lana en Moreira, el uno a la busca de un glamour sensual, la otra de una elegancia confortable y sofisticada, en la que el estilo prima sobre cualquier otro aspecto. Como ella misma afirmaba “el estilo es la referencia básica sin la cual no es posible la elegancia”<sup>20</sup>.

En el abrigo que protagoniza este Modelo del Mes se resumen algunos de los mayores aciertos de la diseñadora gallega. Es una pieza de corte sencillo, realizada en tres paños unidos en los costados, sin mangas, y con

19 Ver modelo del mes de Gutiérrez, Juan: “Conjunto de Manuel Piña, 1982”. Museo del Traje, 2013. Fuente digital: <http://www.mecd.gob.es/mtraje/biblioteca/publicaciones/publicaciones-periodicas/modelo-mes/ediciones-antteriores.html>

20 *Trapos con estilo*, nº1, septiembre-octubre de 1986. P. 32



Moreira con pendiente de su creación, decorado con el logotipo de su firma.

una cuarta pieza para la capucha. Las capuchas, asociadas a la sudadera de punto de algodón, se pusieron de moda en los años setenta entre los jóvenes que conformaron las bases de la cultura *hip-hop*. Relacionadas directamente con lo urbano y ciertas subculturas, su uso se extiende durante los ochenta, aunque en España no empezarán a hacerse comunes hasta finales de la década. Moreira toma ese referente pero lo traduce a un estilo bien distinto, lejos del funcionalismo puro de la sudadera común. El confort sigue presente, enfatizado incluso por la facilidad con que se puede vestir y desvestirse la prenda, pero la línea se depura, en busca de una elegancia de líneas limpias, pensada para habitar las calles. Los colores se equilibran con el diseño, dan peso donde no hay volumen, subrayan la verticalidad de la silueta. No se trata de un diseño de gran compleji-

dad, estamos en las antípodas de la costura. Pero hay que sintetizar con acierto esos ingredientes mínimos para que el resultado final funcione, como conseguía Moreira en diseños como este.

En relación a esa colección, Moreira respondía así al ser interrogada por su concepción del proceso creativo: “Cuando diseño una colección pienso evidentemente primero en mí misma y a partir del criterio de lo que llevaría se establece la conexión con un tipo de mujer. Una mujer vanguardista, que no concede espacio a la ambigüedad, con una personalidad que le hace vestirse para sí misma, capaz de romper esquemas y no dependiente. En cuanto a largos, nunca los extremos, por debajo o por arriba. Tejidos naturales en lo posible, aunque consciente de las limita-

ciones del mercado”<sup>21</sup>. Esa visión se asimila a la de otros creadores del momento, como la barcelonesa Roser Marcé, que apuestan por la definición de un estilo que deja libertad de interpretación a la clienta, sin imponer una carga sobre la propia personalidad, que sí ejercen propuestas marcadas por un mayor radicalismo estético. La suya fue una moda pragmática y funcional, bella como afirmaba la periodista Irene Barreiros, pero adaptable a distintos gustos, ocasiones y personalidades.

### Regreso al anonimato

Tras el entusiasmo colectivo que reforzó el Plan de la Moda de 1985, la integración de facto en el mercado global, el inicio de la deslocalización de las producciones y la disminución del consumo interno de moda española, obligaron a Moreira a replantear su trayectoria. La diseñadora participaría aún en dos ocasiones más en la pasarela Cibeles, aunque ya relegada a los desfiles colectivos, que aún se celebraban en el arranque de los noventa. Tras esas últimas apariciones, trabaja desde Galicia enfocándose a los mercados internacionales, pero desapareciendo prácticamente, como otras muchas firmas importantes, del panorama de la moda española. Había llegado a tener una de las *boutiques* de firma propia más atractivas del país, con unos interiores cuidados, de líneas limpias acordes con la simplicidad de sus diseños y la modestia de los tejidos en punto. Una tienda que fue punto de referencia de la modernidad viguesa y que le reportó reconocimientos como el “Premio Reconquista de la Ciudad de Vigo” o el premio a la “Mejor tienda” por la revista Telva.

Recientemente, tras décadas de relativo olvido de su importancia en la historia reciente de la moda española, se le dedicaba una exposición en el Instituto de Estudios Miño-

ranos, en la que se celebraba, más que sus trabajos como diseñadora, su papel pionero como mujer empresaria. Pero más allá de eso, Moreira fue una diseñadora ejemplar, por su formación, por sus métodos y por los resultados de sus colecciones en pasarela. “Apostábamos por el diseño, apostábamos por la creatividad. No estábamos sujetos a nada. Todo era como nuevo, era investigar. Yo, en el proceso de las colecciones de punto tricot, investigué muchísimo. Realmente eran unas pasarelas con unos despliegues tremendos, de creatividad, de buscar lo nuevo (...)”<sup>22</sup>.

---

21 Ibid., p. 32

---

22 ibid

### Bibliografía

- AAVV: *Os 80. Moda en Galicia. Singularidades*. Pontevedra: Pazo da Cultura, Consellería de Cultura, 2010.
- DOTRAS, ALBERTO: “Cómo nació la movida viguesa de los 80”. Fuente digital: [http://www.valladolidwebmusical.org/reportajes/valladolid83/movidaviguesa\\_Dotras.html](http://www.valladolidwebmusical.org/reportajes/valladolid83/movidaviguesa_Dotras.html)
- GAVARRÓN, LOLA: *Mil caras tiene la moda*. Madrid : Penthalon, 1982.
- GESTAL, IRIA P.: “De los bigotes de Dalí con Regojo al imperio de Inditex: el porqué de la moda en Galicia”, en *Modaes.es*, 7 de abril de 2015. Fuente digital: <https://www.modaes.es/back-stage/de-los-bigotes-de-dali-con-regojo-al-imperio-de-inditex-el-porque-de-la-moda-en-galicia.html>
- GUTIÉRREZ, JUAN: “Conjunto de Manuel Piña, 1982”. Museo del Traje, 2013. Fuente digital: <http://www.mecd.gob.es/mtraje/biblioteca/publicaciones/publicaciones-periodicas/modelo-mes/ediciones-anteriores.html>
- LINDOSO TATO, ELVIRA: “La industria textil gallega en la época contemporánea”, en *Con-Fío en Galicia. Vestir Galicia, vestir o mundo* [catálogo de exposición]. Xunta de Galicia, 2016
- PEREDA, ROSA MARÍA: *Vestir en España*. Madrid : Ediciones del Dragón, D.L. 1986.
- TORRES CARBAJO, FERNANDO: “La gran factoría textil de Redondela”, en *Faro de Vigo*, 18 de julio de 2015. Fuente digital: <https://www.vigoe.es/vigo/mas-vigo/item/5768-la-gran-factoria-textil-de-redondela>
- *Tropos con estilo*, nº1, septiembre-octubre de 1986.
- VARELA, CRISTINA: *Moda/arte. Desplazamientos, contagios e interacciones. el contexto local gallego transversalizado por el contexto internacional. 1980-2008*. Tesis doctoral. Universidade de Vigo, 2015.
- LÓPEZ DE HARO, RENÉ: “La Movida de la moda masculina. Cataluña y Galicia, puntos de partida del estilismo español”, en *El País*, 3 de marzo de 1985. Fuente digital: [https://elpais.com/diario/1985/03/03/agenda/478652404\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1985/03/03/agenda/478652404_850215.html)

### Hemerotecas digitales

- <http://hemeroteca.abc.es/>
- <http://www.lavanguardia.com/hemeroteca>

## MODELO DEL MES | CICLO 2018

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

*Bata infantil, ca. 1750-1760*

María Navajas

FEBRERO

*Vestido de Elsa Schiaparelli*

José Luis Díez-Garde

MARZO

*Abrigo de Manuel Pertegaz*

Clara Nchama

ABRIL

*Tratado de sastrería, Geometría y traça... de Francisco de la Rocha, 1618*

María Prego

MAYO

*Cartel propaganda PSOE, 1975*

Sergio Gálvez

JUNIO

*Abrigo de María Moreira, 1986*

Juan Gutiérrez

SEPTIEMBRE

*Cotilla, s. XVIII*

Concha Herranz

OCTUBRE

*Cartel de Almacenes El Siglo, 1889*

María Navajas

NOVIEMBRE

*Figurín de Manuel Comba*

Paloma Calzadilla

DICIEMBRE

*Fortuny, pintor de telas*

Lucina Llorente

Con un lector de códigos QR accedes al **formulario de evaluación** que hemos realizado para conocer sus impresiones sobre esta actividad. GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



En [www.museodeltraje.es](http://www.museodeltraje.es) tiene a su disposición todas las publicaciones de Modelo del Mes en la sección **Biblioteca | Publicaciones periódicas**.

MUSEO DEL TRAJE  
Av. Juan de Herrera, 2. Madrid, 28040  
Tel. 91 550 47 00  
difusion.mt.@mecd.es  
www.museodeltraje.es  
@museodeltraje



MT094116