

MARZO

2022 **MODELO DEL MES**

Los modelos destacados de la colección



Pijama

1925-1939

Por: Clara Nchama

Domingos: 12:30 h

Duración: 30 min

Asistencia libre

hasta completar aforo

MUSEO

MUSEO DEL TRAJE

Texto

Clara Nchama, licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Zaragoza, DEA en Historia del Arte y Estudios Audiovisuales por la Université Paris III y Máster en Gestión Cultural por la Universidad de Deusto. Entre 2006 y 2021 trabajó en el Departamento de Difusión del Museo del Traje y desde 2021 es personal Técnico de Museos de la Subdirección de Museos del Ministerio de Cultura y Deporte.

Coordinación

M.^ª del Mar Belver y M.^ª José Pacheco

Maquetación

Daniel Martín Corona

Corrección de estilo

Ana Guerrero

«Los años 20 fueron la orgía
más cara de la historia»

(Francis Scott Fitzgerald)

Aunque algunos autores acusan a Scott Fitzgerald de ayudar a difundir ideas equivocadas sobre los años 20, es cierto que existe una tendencia a considerar esta década como la de la “bacanal flapper”, aunque no fuera exactamente así y, por su puesto, no para todo el mundo.

La convulsión que supuso el conflicto armado fue sustituida por otro tipo de convulsión, ya que la sociedad asumió la idea de que «la vida era demasiado corta», y se dejó a un lado la ética de trabajo protestante y los viejos valores de frugalidad.

Pero también sería importante destacar que los años 20 fueron, en realidad, una época de fermentación social en la que, tras la Primera Guerra Mundial y el posterior crecimiento de la economía, se suceden cambios que se reflejan en el gasto, en la importancia que cobra el tiempo libre y el entretenimiento popular. Pero, sobre todo, es la década de la revolución en nombre de la liberación de las mujeres.

Los cambios ya se habían iniciado durante la guerra a medida que las mujeres iban asumiendo nuevas responsabilidades e incorporándose a trabajos tradicionalmente masculinos. Y, aunque al final de la contienda la mayoría los abandonó, las mujeres siguieron manifestando el deseo de ocupar su lugar en la esfera pública y el

reconocimiento de su capacidad para trabajar, y reclamaron una visibilidad que empujó al cambio en la dinámica de relaciones de género.

Las mujeres se sintieron más seguras y empoderadas, más centradas en sí mismas y en su propia felicidad, lo que se refleja en un cambio radical tanto en la esfera de la vida doméstica como de la vida pública.

Asistimos a una experiencia combinada de la nueva independencia de la mujer y el control personal, político y económico, con el crecimiento de la cultura de consumo de belleza y la nueva comprensión del cuerpo como un espacio para el cambio. Este cambio se ve a la vez como liberador y restrictivo, ya que las mujeres ganaban control y libertad sobre sus vidas y cuerpos, pero todo estaba dirigido a alcanzar ciertas nociones socialmente construidas del ideal de belleza, lo que implica también manipular su apariencia física para presentarse ante la sociedad con tipos conformados y restrictivos de femineidad, que podemos incluso definir como hiperfemineidad.

Estéticamente, la mujer rompe completamente con el modelo victoriano de corsés, capas de enaguas y estructuras interiores que restringían su movilidad y su vida y amenazaban su salud.

El principal reflejo lo encontramos en la representación de las *flappers* de Estados Unidos, o las *garçonnes* en Francia. Las *flappers* eran mujeres modernas que experimentaban con la relación entre

imagen e identidad y adoptaban las convenciones marcadas por la literatura y el mundo del espectáculo, comprando la imagen que los publicitarios y la industria de la belleza proporcionaban para la mujer moderna.¹ Se trataba de mujeres atrevidas que querían romper las normas morales y sociales establecidas, usando como elemento principal su cuerpo y su ropa.

Por otro lado, a diferencia de la *flapper* americana, la *garçonne*² se presentaba como una figura más andrógina, que rompía de manera más radical con los conceptos clásicos de feminidad, intentando alejarse en la medida en que fuera posible de las características y atributos característicos del sexo femenino, con un aspecto que podía llegar a mostrar un cierto travestismo. Las *garçonnes* parisinas fueron también impulsoras y difundidoras de la cultura lésbica, aunque no todas lo fueran.

A pesar de todos estos cambios, no debemos olvidar que la idea de la “nueva mujer” había surgido con anterioridad. Además de los avances sociales para las mujeres que se habían impulsado desde el siglo XIX, en esta época contamos con el antecedente de las conocidas como “chicas Gibson”, que, en las ilustraciones del dibujante Charles Dana Gibson, representaban a finales del siglo XIX un nuevo ideal de belleza que retaba a los ideales

victorianos: una mujer atlética, robusta, con hombros anchos, grandes pechos y un aire de libertad. Se trataba de un tipo inventado que se convirtió en una auténtica sensación popular que, sin embargo, no era aún una figura totalmente radical, ya que era libre pero muy moral; atlética, pero todavía encorsetada.

Otros precursores fueron los diseñadores Paul Poiret (1879-1944), que en sus diseños sustituyó la restrictiva curva en S de en torno a 1900 por el estilo drapeado griego y las líneas largas y rectas, y Coco Chanel (1883-1971), que convirtió la alta moda en un producto popular, introduciendo el estilo “joven elegante”, y el estilo “chicazo”, y mezclando prendas masculinas con femeninas,

A la difusión de estas nuevas tendencias contribuyeron, sin duda, los nuevos sistemas de producción y las innovaciones en las máquinas y otras tecnologías. La nueva simplicidad de las modas femeninas hizo más fácil fabricar en masa prendas listas para llevar, y a precios más económicos.

También, y a semejanza de lo que sucedió durante el proceso de industrialización en los siglos XVIII y XIX, las mejoras en la tecnología de impresión llevaron a una bajada significativa de los precios de las revistas, lo que se reflejó en el aumento del número de lectores y el peso que fue ganando la publicidad, y permitió que la moda saliese a la calle. O, como dijo Coco Chanel, «la moda no existe hasta que llega a las calles». Los estilos en el vestir, para un mayor número de ciudadanos, fueron cada vez más homogéneos y la presión

1 En obras como *A este lado del paraíso* (1920) de Francis Scott Fitzgerald, *Los caballeros los prefieren rubias* de Anita Loos (1925), o *La era de plástico* Percy Marks (1924).

2 El personaje salido de la novela de Victor Margueritte *La garçonne* (1922).

de llevar un tipo particular de modelo aumentó.

En esta difusión del estilo y la creación de modas y tendencias, tuvieron un papel relevante las estrellas del nuevo espectáculo por antonomasia, el cine, cuya industria, en pleno auge, se convirtió en importante *locus* de representación. Los ciudadanos se enamoraron de las películas, una forma barata de entretenimiento, y de las estrellas del cine, que se convirtieron en ídolos para millones de personas y en auténticas prescriptoras y creadoras de tendencia, que ya no eran dictadas solo por los principales salones parisinos.

Todos estos cambios afectaron de manera irremediable a la industria de la moda, que respondió con entusiasmo a las novedades.

En los años 20 la silueta básica fue la recta, conseguida con el vestido que colgaba de los hombros hasta las rodillas, y la que proporcionaba el conocido como “robe de style” promovido por los *couturiers* de París, que proporcionaba una silueta estrecha en la cintura pero ampliada en las caderas, que evocaba las faldas *panniers* del siglo XVIII. Además de estas dos siluetas había una gran diversidad, reflejo de la libertad frente a las restricciones de los años anteriores, y lleno de posibilidades.

Y, aunque en los años 30 la frivolidad anterior se sustituye por un nuevo clasicismo, volviendo a una moda sensual y curvilínea, muchas de estas tendencias se conservaron en la década siguiente, lideradas por los mismos creadores y creadoras.



Vestido de Jeanne Lanvin, ca. 1920. Colección Catalina Bárcena, Museo del Traje, Madrid (MTCE112489).



Vestido “robe de style”, Jeanne Lanvin, 1920-1923. Colección Catalina Bárcena. Museo del Traje, Madrid (MT112487).

El peinado a lo *garçon*

Al contrario de lo que ocurrió con la lenta transición del vestido victoriano a la indumentaria de los años 20, el pelo a lo *garçon* apareció abruptamente, como una manifestación visual de la nueva libertad e independencia de las mujeres. Desde el principio se convirtió en objeto de debate y crítica, ya que muchos lo consideraron falta de feminidad, dignidad e individualidad. Pero el peinado a lo *garçon*, escan-

daloso, ingenioso y elegante, que venía a romper la dictadura del cabello largo que había sido un elemento clave de la belleza y la sexualidad femenina durante siglos, fue también relevante ya que, al requerir mucho mantenimiento, fue uno de los impulsores de la primera real industria de la belleza.

La hiper-sexualización

A pesar de los cambios sociales y las ansias de reivindicación, y en contradicción con la imagen andrógina que generalmente se le atribuye, la mujer moderna de 1920 también aparecía como hipersexualizada con vestidos cortos, mucho maquillaje y accesorios. La muestra hiper-sexual de la mujer moderna contenía a la vez empoderamiento y vulnerabilidad. Con la idea de usar una imagen sexualizada como forma de poder, las mujeres en realidad se mostraban como objetos sexuales, que pasaban el poder a la mirada del hombre. Aunque la producción en masa de las prendas listas para llevar hizo la moda más accesible a un sector más amplio de la población.

Lo andrógino

Las *flappers* fueron conocidas por su hiper-femenidad, pero también fueron reconocidas por su aspecto juvenil y añado, a veces incluso un poco marimacho, y alteraban los códigos de conducta masculino-femenino de la época.

La tensión entre el auto-empoderamiento y la internalización de los estándares de belleza se revelaba en la apariencia an-

dróginia de la mujer moderna. Entonces, cuando la mujer había encontrado su espacio dentro del espacio fundamentalmente masculino, para ella era necesario aparecer masculina para presentarse como una figura igualmente poderosa y capaz. Es decir, si hasta el momento hombres y mujeres habían vivido en mundos diferentes, se planteaba como una necesidad empezar de nuevo, en una nueva refundada unidad de mente, en la que hombres y mujeres podían comenzar a llevar las mismas ropas (en este caso, las mujeres).

Al hablar de androginia, hablamos de indumentaria y apariencia, de cómo se juega con las prendas para crear un estilo que no encaja con las tradicionales categorías de masculino y femenino.

La androginia en la moda y en la historia no era nada nuevo. Solo hay que recordar los estilos en la Europa de los siglos XVII y XVIII, y personajes como el Chevalier d'Éon, un diplomático y soldado francés que durante gran parte de su vida se vistió con ropas masculinas y femeninas. O, tomando un ejemplo más cercano, el caso Amantine-Lucile-Aurore Dupin, más conocida con el seudónimo de George Sand, quien frecuentemente combinaba chaquetas y pantalones masculinos con otros elementos tradicionalmente femeninos.

A finales del siglo XIX muchas mujeres llevaron prendas compuestas por una chaqueta y una falda, complementada a veces con corbata y un sencillo sombrero. La portaban en su mayor parte mujeres profesionales para afirmar su afinidad por las relaciones entre personas del mismo sexo, aunque este código no estaba am-

pliamente reconocido por el público. Años más tarde, los uniformes de las mujeres que usaron en los servicios de la Primera Guerra Mundial también contribuyeron a introducir elementos de la ropa masculina en miles de mujeres trabajadoras.



Marlene Dietrich con sombrero de copa en la película *Morocco*, 1930. Director Josef von Sternberg. Fotografía: Paramount Pictures. Dominio Público, vía Wikimedia Commons.

Ya desde las primeras décadas del siglo XX, y durante el periodo de entreguerras, muchas otras mujeres jugaron con esta idea de androginia, que no representaba necesariamente una identidad lésbica o de transgénero. Su adopción se convirtió en un serio intento de mostrar una vida libre y, a la vez, jugar con el lado divertido de la moda, algo que era especialmente fácil para las mujeres en los círculos creativos y artísticos y en el teatro, lugares aceptados para explorar diferentes tipos de género.

En este sentido, Hollywood también volvió a desempeñar un importante papel, a través de actrices con fuerte personalidad que hicieron de las prendas masculinas y la androgina su marca personal. Es el caso de Greta Garbo o Katharine Hepburn en los años 30 y 40, o Marlene Dietrich, una actriz que aparecía a menudo en papeles

con ambigua moral y como “femme fatale”, con un aspecto a menudo andrógino. De hecho, llegó a afirmar: «Soy, de corazón, un caballero».

Prendas andróginas

Los años 20 marcaron el comienzo de la “generalización” en la imagen pública de los elementos masculinos de la moda femenina. De repente, los trajes, los zapatos Oxford y las camisas de cuello blanco no eran solo para los hombres. Esta tendencia, que continuó en las siguientes décadas, tuvo una serie de prendas destacadas:

– La camisa blanca: Simbolizaba el estatus del periodo victoriano y el reflejo de



Zapato Oxford, 1951-2000. Museo del Traje, Madrid (MTCE097613).

su moralidad masculina y el éxito profesional. Es uno de los mejores ejemplos de ropa unisex a partir de los años 20, aunque ganará legitimidad en las décadas posteriores.

– El zapato Oxford: Su popularidad se remonta a la Europa del siglo XVII, pero no fue hasta la década de 1920 cuando las mujeres comenzaron a llevarlo como un calzado informal, mientras que los hombres lo siguieron reservando para ocasiones elegantes.

– Pantalones: A lo largo de la historia, los pantalones han sido uno de los mejores ejemplos de los cambios constantes de la moda. Llegaron muy tarde a la indumentaria femenina, y a principios del siglo XX se presentan de diferentes formas, como los usados casi exclusivamente en el ámbito deportivo, o los *bloomers* para los uniformes femeninos. Mujeres como Coco Chanel o Amalia Earhart también llevarían pantalones antes de que fuera algo común. A partir de los años 30, se fueron aceptando como una prenda más del estilo femenino.

– El esmoquin: Es un traje masculino de etiqueta usado para las fiestas nocturnas. Surgido en la Inglaterra del siglo XIX, popularizado por el príncipe de Gales, llegó a Estados Unidos de la mano de un empresario americano que lo estrenó en el Tuxedo Club (de ahí el nombre que recibe en este país, *tuxedo*).

El nombre *esmoquin* deriva de la “chaqueta esmoquin” (*smoking jacket*) que

usaban los caballeros ingleses cuando se juntaban para fumar cigarrillos, un acto social muy popular entre los aristócratas de la época. Los hombres usarían esta prenda en los clubes bien para que sus chaquetas no olieran a tabaco, bien como una especie de uniforme para que aquellos socios con una posición económica menos holgada no se sintieran cohibidos al no poder acudir siempre con ropa variada y elegante.

El esmoquin siguió siendo una prenda de uso exclusivamente masculina, hasta que, en los años 30, la alemana Marlene Dietrich revolucionó la sociedad de la época al lucir uno en la película *Morocco*, su primer trabajo en Hollywood. La alta costura lo recuperará de la mano del diseñador francés Yves Saint Laurent, que lo incorpora a su colección 1966-1967, y se convierte en una prenda icónica del guardarropa femenino.

El pijama

Aunque, en general, el pijama se usa como una prenda práctica para dormir, por personas de todos los sexos y las edades, su origen es mucho más exótico.

La palabra procede del hindi *pae jama* o *pai jama*, que significa ‘paño de pierna’. Su uso se remonta a la época del Imperio Otomano, donde los *pae jama* eran pantalones o calzones anchos, atados a la cintura por una cinta o cuerda, que llevan tanto hombres como mujeres, en India, Irán, Pakistán y Bangladesh. Normalmente se complementaba con una túnica larga hasta los tobillos.



Líder indio con pantalón *pae jama*, 1879–1880. VV.AA. Álbum de fotografías históricas Colección The Library of Congress. Washington, DC. Dominio Público, vía Wikimedia Commons.

Aunque sabemos de la presencia de esta prenda en Europa desde el siglo XVII, su presencia es más generalizada en torno 1870, de la mano de los colonos británicos, que lo habían adoptado como una alternativa exótica a la camisa de dormir. A finales del siglo XIX, el término *pijama*, que había perdido su connotación exó-

tica, se usaba para describir una prenda de dos piezas: el *pajama* (pantalones) y la chaqueta que le acompañaba. Disponibles en tejidos de algodón, como el madrás, o de franela. Los pijamas eran considerados modernos y adaptados a la vida activa.

Las mujeres ya habían comenzado a experimentar con la adaptación de los pantalones estilo pijama desde el siglo XVIII, pero estaba asociado al entorno de los bailes de disfraces, actrices y prostitución, no a mujeres “respetables”.

En 1851, la feminista americana Amelia Jenks Bloomer adoptó los voluminosos “pantalones turcos” llevados con una falda larga hasta la rodilla como alternativa a los vestidos de moda. La respuesta a su aspecto fue tremendamente negativa y el “traje *bloomer*” nunca llegó a ser aceptado.

Los pijamas comenzaron a aparecer como prendas adaptadas a la moda en los primeros años del siglo XX, cuando los diseñadores de vanguardia los promovieron como una elegante alternativa al vestido de té. Ya en 1911, Paul Poiret lanzó diseños de pijama para el día y la noche, y su influencia jugó un papel importante en su aceptación final.

En la década de 1920, el auge de la moda andrógina ayudó a popularizar el pijama entre las mujeres. Los primeros modelos muestran una cintura natural, con volumen en la pierna, concentrado en el tobillo al modo del pantalón turco, mientras que los ejemplos más tardíos tienen un volumen de pierna más recto y cintura más caída, un reflejo de la silueta de la década de 1920.



Pijama, 1920-1929. Museo del Traje, Madrid (MTCE102795).

Los pijamas de playa fueron popularizados por Coco Chanel a principios de esta década, en un principio destinados a mujeres muy liberadas, pero ya convertidos en prendas aceptables para la mujer media.

Más tarde llegaron los pijamas de noche, usados para cenas informales, en un modelo que continuó en las décadas de 1930 y 1940, y que películas como *Sucedió en una noche* (1934), en la que Claudette Colbert lucía un pijama de hombre, ayudaron a popularizar.

A partir de los años 50, las mujeres comenzaron a usar pijamas más cortos, que más tarde darían lugar a el pijama “baby doll”, que se convirtió en estándar en la década de 1960. También en estos años surgen los “palazzo pajamas”, que podían usarse tanto para reuniones informales como traje de noche.

Durante la década de 1970, asistimos a una fusión de la ropa de noche con la de tarde-cóctel y tiempo libre, y vemos cómo los vestidos de noche se fueron haciendo cada vez más simples y poco estructurados. Como ejemplo, el diseñador Halston fue conocido por sus pantalones de satén y crep cortados al bias, a los que se refería como “traje pijama”. A la luz de esto, muchas revistas sugerían a los lectores que comprasen en los departamentos de lencería su ropa de noche.

Descripción del conjunto

Es un pijama de color rosa palo, compuesto por camisa y pantalón de seda realizados con técnica de raso con efecto moaré. La prenda sigue todas las caracte-

rísticas del modelo de pijama para mujer, adaptando el diseño andrógino característico de las décadas de 1920 y 1930, con pantalón ancho y chaqueta que nos remite a prendas masculinas como el traje de chaqueta o el esmoquin, de los cuales recupera detalles como las solapas y el bolsillo del lado izquierdo con pañuelo cosido incorporado, el puño de las mangas y el cierre a modo de batín. A pesar de ello, al tratarse de una prenda masculina, se quiere hacer un guiño al origen de la prenda, destinada al sexo femenino, con el uso del color rosa.

No tenemos información sobre el autor ni la fecha de elaboración, pero el diseño nos remite a un lapso de tiempo entre finales de 1920 y principios de 1930.

Se trata de una prenda cómoda y ligera, que podría ser utilizada tanto para dormir, como para una reunión informal dentro del hogar.

Catalina Bárcena

«Hollywood es una ciudad cómoda, alegre, en la que todo tiene aspecto de nuevo. En él se goza de un veraneo eterno... La conquista más firme de la ciudad del cine es el pantalón que visten en casa todas las mujeres. Es cómodo, higiénico, da libertad a los movimientos... ¡En seguida se aficiona una a él! ¡Siempre ha sido aficionada la mujer a ponerse los pantalones!». Entrevista a Catalina Bárcena. Revista Cinegramas, n.º 87, 10 de mayo de 1936.



Detalle del pijama, 1925-1939. Perteneció a la actriz Catalina Bárcena. Museo del Traje, Madrid (MTCE112538-39)

La prenda perteneció a Catalina Bárcena (Cienfuegos, 1890-Madrid, 1977), actriz española considerada, junto a Margarita Xirgu y María Guerrero, una de las más importantes del teatro español de preguerra. Tras la Guerra Civil, y su salida hacia el exilio, su nombre fue cayendo poco a poco en el olvido.

Tras comenzar su carrera en la compañía de teatro de María Guerrero, el éxito profesional le llegó de la mano del dramaturgo y director de escena Gregorio Martínez Sierra. Convertida en su musa y máxima estrella de la compañía, interpretó obras

de Pirandello, Pagnol, Bernard Shaw, Jacinto Benavente o Benito Pérez Galdós.

A principios de los años 30 Catalina Bárcena se traslada, junto a Gregorio Martínez Sierra, a Hollywood, donde a lo largo de cuatro años participa en seis películas producidas por el estudio Fox. Tras el regreso a España, su carrera se vio interrumpida por el estallido de la Guerra Civil española, lo que la llevó a exiliarse a Argentina, donde continuó trabajando en cine y en teatro. En 1941 regresa a España, y triunfa con la adaptación que Gregorio Martínez Sierra hizo de la obra de María de la O Lejárraga, *Canción de cuna*. A pesar de eso, su carrera fue decayendo hasta que la abandonó definitivamente, con una sola aparición estelar en la película *Adiós, Mimí Pompon* (1960).

Catalina Bárcena fue una mujer moderna, con una carrera internacional y libremente alejada de los estándares sociales establecidos (no podemos olvidar su larga relación sentimental con Gregorio Martínez Sierra, que nunca se divorció de su esposa María de la O Lejárraga, y con el que tuvo una hija ilegítima, Katia).

Además, la actriz fue una apasionada de la moda, y lo largo de su vida adquirió numerosas prendas de las casas de costura más importantes del momento. Parte de esta excepcional colección de indumentaria fue subastada en Sotheby's Londres en noviembre de 2012. Como se reflejaba en la información ofrecida por la casa de subastas, «lo extraordinario del armario de Bárcena es que ha sobrevivido más o menos intacto durante todos estos años. Y con documentación y bocetos originales».

El Ministerio de Cultura y Deporte tuvo la oportunidad de adquirir parte de las piezas, que pasaron a formar parte de la colección del Museo del Traje. Posteriormente, se adquirió al heredero de la familia, un lote con un ropero completo compuesto, entre otras, por prendas diseñadas por Jeanne Lanvin, Jeanne Paquin y la pieza que analizamos en este documento, lo que pone de manifiesto el gusto e interés por la moda de los años 20 y 30.

Bibliografía

- «Cinco prendas textiles del siglo XX» (2013) [en línea]. En: *Adquisiciones de bienes culturales 2013*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, pp. 63-64. Disponible en: https://www.libreria.culturaydeporte.gob.es/libro/adquisiciones-de-bienes-culturales-2013_3972/
- *Les années folles: 1919-1929* (2007), catálogo de la exposición celebrada en el Musée de la Mode Palais Galliera, París, 20 octubre 2007-26 abril 2008. Paris: Paris Musées.
- Steele, Valerie (2012): «Costume and fashion». En: *Hollywood costume*. London: V&A, p. 138-145.
- *The exceptional designer wardrobe of Catalina Barcena, the spanish star of theatre and fim, leads Christie's vintage couture auction* (2012) [en línea] Presse release, 6 November, 2012. London: Christie's South Kensington. Disponible en: https://www.christies.com/presscenter/pdf/2012/release_vintage-couture-a_christies_the_exceptional_designer_wardrobe_of_catalina_barcelona.pdf
- Villanueva, María (2020): *La nueva mujer. Moda y cambio social en los años 20*. Madrid: Universidad Villanueva.

Estas breves conferencias tienen lugar en la primera área de la exposición permanente. En ellas se analiza e interpreta una pieza de especial importancia. 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

Capa de chiva, ca. 1900. Zamora

Ana Guerrero

FEBRERO

Cotilla, 1750-1760

María Redondo

MARZO

Pijama pantalón, 1925-1939

Clara Nchama

ABRIL

Traje de hombre, ca. 189. Cazorla, Jaén

Concha Herranz

MAYO

Traje chaqueta, 1966. Yves Saint Laurent

Laura Luceño

JUNIO

Vestido, 1996. Tom Ford para Gucci

Mercedes Rodríguez

SEPTIEMBRE

Cartel de Zarzuela España, ca. 1890

María Navajas

OCTUBRE

Armarío papelera encorada, ca. 1600

Concha Herranz

NOVIEMBRE

Los tejidos de los años 20

Lucina Llorente

DICIEMBRE

Postales de la Lotería Nacional, 1974. Forges

Clara Berástegui

Con un lector de códigos QR accedes a las publicaciones en pdf de esta actividad.



En 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.@cultura.gob.es
www.museodeltraje.es
@museodeltraje



MTCE112538-39