

MUSEO DEL TRAJE. C.I.P.E.
Avda. Juan de Herrera, 2. Madrid, 28040
Teléfono: 915504700. Fax: 915446970
Departamento de difusión: difusion@mt.mcu.es
<http://museodeltraje.mcu.es>



ENERO

MODELO DEL MES 2007
Los modelos más representativos de la exposición

**Vestido
de noche
de Sybilla**

Por Laura Luceño Casals

Domingos de enero
a las 12:30 horas
Duración 30 minutos
Asistencia libre y
gratuita



Centro de
Investigación
del Patrimonio
Etnológico



MUSEO DEL TRAJE

EL TRAJE DE NOCHE DE SYBILLA O VESTIDO *ESPAÑA*

Sybilla es una de las diseñadoras con más talento de la moda de nuestro país. El vestido de noche que ha donado al Museo del Traje puede considerarse una de las prendas más elegantes y bellas del diseño contemporáneo español. Esta prenda, también conocida como traje *España*, se ha convertido, en poco más de un decenio, en un clásico *avant la lettre*.

Sybilla es uno de los nombres más especiales del panorama nacional, si por especial entendemos una capacidad creadora admirable e inagotable y una originalidad sorprendente. Sus diseños tienen el atrevimiento de la pasión y la frescura de lo inédito. Es una artista en el sentido amplio del término y su trabajo abarca todo tipo de prendas u objetos, desde un paraguas hasta una vela, pasando por maravillosos abrigos, zapatos o bolsos...



Fig. 1. Un ejemplo de la variedad de formas que propone Sybilla y de las primeras prendas negras con formas "recortadas". Fotografía de *Ouka Lele* (1985), en *20 años no es nada...y feliz la mirada*.

En toda la obra de Sybilla se intuye a una persona idealista que se propone -en la medida de sus posibilidades- mejorar el mundo que le rodea para hacerlo más sugerente, más sensible y menos anodino. Recordando la apertura de su primera tienda, explica: "Abrimos la tienda de Madrid. Cuando llueve teñimos los charcos de la calle de colores." ¿Puede haber un acto más poético? Para Sybilla "vivir y trabajar es lo mismo." Por eso no ha querido que su reconocimiento profesional y su fama enturbiaran su felicidad. Algunos le han reprochado sus ausencias y su alergia a la prensa, pero Sybilla sentencia:

"Yo hago ropa y me gusta que se defienda sola. Yo soy otra cosa, no quiero convertirme en embajadora de mi propio trabajo."

Sin duda el vestido *España* de Sybilla se defiende por sí sólo y resume a la perfección la esencia y la filosofía de su creadora.

CONTEXTO HISTÓRICO Y SOCIAL DE LA PIEZA O LA ESPAÑA DE LOS 90

El ocaso del siglo XX, y concretamente los noventa, son los años de creación y presentación del vestido *España*. Este periodo cronológico se caracteriza por un gran protagonismo de la imagen de nuestro país en el panorama internacional, generado y propiciado por los Juegos Olímpicos de Barcelona, la Exposición Universal de Sevilla y la Capitalidad Cultural de Madrid. Todos estos acontecimientos suceden el mismo año, en el tan soñado y finalmente culminado 1992, que coincide además con la celebración del V Centenario del Descubrimiento de América. España está orgullosa de mostrarse al mundo como una democracia madura y consolidada, como un país próspero y puntero.

Estas efemérides también brindan la oportunidad de reafirmar los aspectos más conocidos de nuestro país, como son su esencia artística y creativa, la riqueza y variedad de su cultura y la legendaria alegría de sus gentes. Por primera vez la moda nacional aparece en todos estos acontecimientos. España se pone de moda, dentro y fuera de sus fronteras. El "*Spain is different*" empieza a verse como una ventaja y no como un inconveniente.

Aunque Sybilla entiende el vestido *España* como una creación descontextualizada de estos eventos, como el fruto de la experimentación estética más que del momento social reinante, ésa era más o menos la memoria colectiva que permanecía en nuestra sociedad cuatro años después, momento en que la diseñadora presentó su traje.

De lo que no hay duda es de que Sybilla rindió un tributo a su país en forma de vestido. Precisamente ella, que llegó a España con ocho años y que había nacido en Nueva York; hija de un embajador argentino y de una condesa polaca exiliada a los Estados Unidos. Su madre era pintora y también diseñadora pero fallecería siendo Sybilla

todavía pequeña. Como ya reza el dicho: "Se es de donde se pace y no de donde se nace." Por eso a Antonio Alvarado le gusta definir a Sybilla como a una diseñadora con "alma española." Este vestido de noche es ciertamente una de sus obras más queridas y más importantes, puesto que es la elegida para representarla en el Museo del Traje.

DESCRIPCIÓN DE LA PIEZA

El vestido *España* corresponde a una época de madurez personal y creativa de su autora; es un momento de inflexión en su carrera. Se replantea su actividad profesional y reordena sus prioridades vitales. Es 1996 exclama: "Me siento llena de vida. Empiezo a entender qué es ser mujer. Quise dejarlo todo antes de quedarme embarazada de mi primer hijo y cuando decidí seguir fue de una manera totalmente diferente. Mis hijos enriquecen mucho mi trabajo." Sybilla tiene entonces 33 años.



Fig. 2. Vestido *España*.
Juan Gatti (1996), en
*20 años no es nada...
y feliz la mirada.*

Desde que Chanel propusiera su ya legendario "fourreau noir", pasando por el vestido de Givenchy para Audrey Hepburn, en *Desayuno con diamantes*, el vestido negro se ha convertido en un hito en la historia de la moda.

Conociendo perfectamente estos brillantes antecedentes, Sybilla ha creado un vestido muy femenino, en crespón de seda negro, que perfila y realza el cuerpo de la mujer. De escote redondo en el pecho y en la espalda, no tiene mangas sino tirantes. Presenta una caída impecable reforzada por un forro de la misma tela que el traje. Es largo hasta el suelo y termina en una pequeña cola en la parte trasera que le confiere -si cabe- todavía más elegancia.

La línea del vestido, muy acorde con el minimalismo que impera a mediados de los 90, es sobria y depurada. La originalidad de su diseño está focalizada en su parte delantera, más concretamente en el torso, confeccionado a base de formas recortadas y redondeadas, unidas con hilos de nailon invisibles, formando una especie de mosaico sin aristas. Con la maestría de la simplicidad, no exenta de sensualidad y de delicadeza, elimina todo lo superfluo incluso las costuras.

El dibujo que forma este *collage*, a primera vista abstracto y fortuito, plantea además un enigma para el que lo contempla. Sin embargo, su simbología es tan delicada y sutil que no ofende al que no consigue desvelarla. Sybilla plasma en estas formas los



Fig. 3. Vestidos realizados con la misma técnica que el traje *España*. Juan De la Fuente (1991), en *20 años no es nada...y feliz la mirada*.

estereotipos que caracterizan nuestra cultura, como son el toro, el sol y la cruz latina que simboliza la importancia de la religión.

Las claves para desentrañar el acertijo: los cuernos del toro de lidia en los tirantes que simbolizan la pasión, la cruz que se sitúa en el centro del pecho y el círculo que representa el sol, justo por debajo, forman un conjunto coherente y armónico. El vestido ofrece pues dos lecturas, una primera visual y una segunda conceptual.

Sybilla comenta que su trabajo se inició "como un servicio público para que las mujeres pudieran aumentar su seguridad, sensualidad y humor". Y este vestido de fiesta reúne todas estas necesidades. Por un lado, no es tan arriesgado estilísticamente hablando como otras prendas de Sybilla, por lo que da seguridad a su portadora. Tiene una línea francamente sensual en su forma de resaltar sutilmente el cuerpo, y además deja la piel al descubierto, convirtiendo en invisibles algunas de sus costuras. El humor subyace en la sabia y estratégica colocación de las formas sobre el cuerpo femenino. El vestido parece animarse también con cierto halo de magia, con esa sujeción casi imperceptible e inconsútil. El misterio hace de este cuerpo delantero un juego de enigmas sensual en el que humor acaba triunfando

Sybilla dice de sí misma:

"Me defino mejor con el contraste, haciendo convivir aspectos que de primeras podrían parecer irreconciliables... La sensibilidad y la sobriedad, la extravagancia con la sutileza, el humor con la elegancia. Que lo tremendamente elaborado parezca absolutamente simple, unir la técnica al sentimiento. Intento crear cosas nuevas, pero con el peso y la sabiduría de lo clásico, casar lo práctico con lo bello, la sorpresa con la discreción. Y no renuncio a ninguno de estos aspectos en nada de lo que hago, intento hacerlos convivir en armonía y que tengan vida propia."

La presencia del vestido *España* en la colección del Museo del Traje resume pues a la perfección toda la filosofía de su creadora. Es una prenda clásica pero moderna, discreta pero sensual, simple pero compleja... A primera vista podría parecer un vestido poco espectacular, pero en realidad es muy singular... Es una de esas prendas con tanta personalidad que se queda grabada en la retina.

Y con este bello vestido Sybilla no sólo retoma la idea del *little black dress* sino que también conecta con la más pura tradición del color negro en la indumentaria española. "En todas las épocas el color ha sido objeto de reglamentación por ser uno de los signos de ostentación en el vestir y, en aquel momento, cuando el Imperio español hacía sentir su influencia en todo el mundo, el negro se convierte en uno de los signos de diferenciación y de superioridad", explica Amalia Descalzo. La historiadora también apunta:

"En el siglo XVI, momento en que todas las miradas se dirigen a España, su prestigio como potencia territorial, política y económica llevó a todas las cortes europeas a desear parecersele. Era elegante hablar español, se imitaba la complicada etiqueta de los Austrias, y vestir a la española, de negro,

suponía la expresión de máxima elegancia. Esto se debía a que Felipe II había recibido el regalo de las materias tintoreras del continente americano y, con ellas, la solución a un problema ancestral: conseguir un negro intenso."

Igual de intenso es el color azabache del traje *España*, en crespón de seda. A Sybilla le encanta el negro, si tenemos en cuenta la cantidad de prendas que ha diseñado en este color.



Fig. 4. Variaciones sobre un mismo vestido negro. Juan Gatti (1999), en *20 años no es nada...y feliz la mirada*.

Es poco probable que Sybilla haya elegido esta tonalidad por el recuerdo de la España negra y de la Corte de Felipe II. Aun así, el negro -el tinte más caro ypreciado del siglo XV- se convirtió en España en el color del pueblo, de la ancianidad, de las mantillas de las procesiones y de la religión: una de las claves que Sybilla dibuja en su vestido. O simplemente ¿se decantó por el negro pensando en el toro -el animal que para muchos simboliza España- configurando otro de los símbolos camuflados en la parte delantera del vestido?

En la exposición *Genio y Figura*, que ahora se puede contemplar en el Museo del Traje, se relaciona el vestido de Sybilla con una fotografía de *el toro de Osborne*. El artista Manuel Prieto, muy conocido por sus trabajos de grabados en la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, creó la famosa silueta de un toro bravo que pasaría a la posteridad. Una imagen potente e impactante de las carreteras españolas que ha hecho correr muchos ríos de tinta y alguna que otra polémica, hasta que en 1988 un juez sentenció que: "tal efigie ha pasado a ser patrimonio cultural y artístico de los pueblos de España".

Entre 1962 y 1964 se llegaron a instalar más de quinientos toros de chapa negra. De esta manera *el toro de Osborne* se fue integrando dentro del paisaje español hasta el punto de convertirse en unos de los símbolos de este país, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. En la actualidad se pueden encontrar hasta 90 toros a lo largo de la geografía española.



Muchas veces la mirada del espectador sobrepasa el análisis consciente del creador. Así son las obras de arte; superan al autor. Al diseñador la prenda le parece a veces el resultado del azar y del momento... El vestido *España* tal vez no fue diseñado partiendo de estas fuentes de inspiración, pero el que tenga varias posibles lecturas es otra de sus riquezas. La creación escapa al artista y cobra vida propia.

Fig. 5. *El toro de Osborne*, Roger Velázquez (1982), en *Genio y Figura. La influencia de la cultura española en la moda*.

LA APASIONANTE AVENTURA DE SYBILLA EN LA MODA

Sybilla Sorondo nació en Nueva York en 1963 y se trasladó a Madrid con su padre. Siendo todavía muy joven, con la ayuda de una modista que trabajaba en su casa, empezó a hacer trajes, basándose en lo que veía en las tiendas. A los 17 años pone rumbo a París y pasa un año en el taller de alta costura de Yves Saint Laurent. Su primer gran éxito lo consigue en 1981, con tan sólo 18 años. En su primer desfile, que tiene lugar en el pabellón de Jacobo Siruela, encandila a un público sorprendido por la originalidad y la vanguardia de los 40 modelos que presenta. Es un desfile semiprivado, donde hace alarde de un estilo personal y atractivo. La colección constituye un desafío al estilo *power woman* imperante. Son piezas envolventes, convertibles, acariciantes, salpicadas por un colorido inspirado en la naturaleza y elaboradas con tejidos encontrados, casi siempre, en el rastro o en almacenes de viejas tiendas. Este evento le reporta algunos clientes que le encargarán prendas a medida en el taller que ha montado en su casa y que dirige su modelista Carmen Andrés. Pese a esa exitosa entrada en la moda, Sybilla dice en 1984: "no quiero vender a tiendas, quiero hacer piezas únicas, transformables, baratas y personalizadas..."



Fig. 6. Retrato de Sybilla. Rafa Gallar (2003), en *20 años no es nada...y feliz la mirada*.

Invitada por Juan Antonio Comín, decide desfilarse en el Salón Gaudí de Barcelona. Con motivo de esta primera puesta en escena profesional, creará el equipo de colaboradores que trabajará con ella durante muchos años. "Trabajo en el sótano de mi casa con modistas 'hadas madrinas' y amigos espontáneos que aparecen por la noche." Diseña con su amiga Gema, para el empresario de Elche Rafa Boix, un par de colecciones de zapatos que se presentan con éxito en las ferias de Milán y Nueva York bajo la marca *Sybilla* y *Gema*. Tentada por la posibilidad de trabajar con más medios, firma con el productor Alberto Guardione un contrato de licencia. Así comienza la producción industrial de las colecciones de ropa y su distribución a nivel nacional. Es el nacimiento de la marca *Sybilla*. Las creaciones que produce Guardione se presentan en ferias *off* de Milán y París. Se reciben los primeros pedidos de clientes extranjeros importantes: "Biffi", "Bergdorf Goodman", "Victoire"... y aparecen halagadores comentarios en la prensa de moda española, entusiasta y fiel, que la consagra como "gran promesa". *Sybilla* presenta en Cibeles colecciones muy aclamadas por un creciente número de adeptos. Nido de abeja gigante, *trompe-l'oeil*, superposiciones, prendas moldeables con alambres internos, bordados, cuentas, colores dramáticos, accesorios excéntricos y música emocionante elegida tras largos periodos de búsqueda y descarte. En octubre se inaugura la tienda de Madrid en un antiguo garaje al fondo de un callejón sin pavimentar, el actual famoso Callejón de Jorge Juan. *Sybilla* conoce a los fotógrafos Javier Vallhonrat y Juan Gatti. El trío producirá en los años siguientes imágenes publicitarias inolvidables.

En 1987 José María Juncabella, presidente de *Industrias Burés*, ofrece a *Sybilla* la posibilidad de lanzar una línea de ropa de cama que, con los años, ha terminado convirtiéndose en un clásico. El incipiente prestigio de *Sybilla* en la prensa internacional despierta el interés del matrimonio Zuccoli, propietario de la fábrica de confección *Gibo* y productor del *prêt-à-porter* de la estrella del momento, Jean Paul Gaultier. Los Zuccoli proponen una nueva licencia, desfiles en Milán, los mejores tejidos italianos... El gran salto.



Fig. 7. Un sugerente antecesor del vestido *España*, Javier Vallhonrat (1987), en *20 años no es nada...y feliz la mirada*.

En ese momento, sus desfiles en Milán son eventos multitudinarios y los clientes se amontonan en su *show-room* milanés. Sus catálogos de la época son magníficos. *Sybilla* arrasa con su talento y el trabajo de las oficinas de prensa se nota: aparece su nombre en artículos de *Vogue* Francia, *The Face*, *The New Yorker*, *Vogue* Italia, *Vanity Fair*, *Glamour*, *Lej, I-D...* Su año de más reconocimientos es sin duda 1988. Tiene

sólo 25 años y recibe la *Aguja de Oro* de Dafnis y el prestigioso *Premio Balenciaga*, creado por el Centro de Promoción del Diseño de Moda del Ministerio de Industria que se propone fomentar la expansión y el prestigio de la moda española

En 1989, firma un contrato con *Itokin*, el gigante japonés de la confección. En primavera, y después de hacerlo en Milán, se presenta en Tokio la colección de invierno *Aeropuerto*, en un desfile que Sybilla plantea como una parodia de su propio estilo de vida en ese momento: constantes viajes, actividad febril, sesiones de fotos, entrevistas y escasos periodos de descanso en el campo. Sybilla aprovecha todos los recursos dramáticos que le ofrecen la pasarela, la música, los peinados o - lo más importante- un *casting* de



modelos y amigas convertidas en espontáneas actrices para utilizarlos al servicio de una teatral puesta en escena llena de emoción y humor. Sin embargo, concebir y realizar un desfile así es agotador, sobre todo si hay que hacerlo cada seis meses. En Japón desarrolla para *Shiseido* una línea de cosméticos. Fernando Ciai comienza a producir soberbias colecciones de punto que asombran a todos. Sybilla lleva dos años sin parar y evidencia los primeros síntomas de agotamiento. El éxito fulgurante ha inundado su vida de compromisos y responsabilidades. Sybilla empieza a plantearse abandonar los desfiles como forma obligatoria de presentar las colecciones.

Fig. 8. Su patronaje se hace más complejo. Juan de la Fuente (1990), en *20 años no es nada...y feliz la mirada*.

En 1990 hace desfiles en Milán, Madrid y Tokio con la colección de invierno *Buenas y malas*. Estas creaciones representan un cambio significativo en su carrera. Animada por la cantidad y calidad de medios que le ofrece la industria italiana, su patronaje se hace más complejo y empieza a utilizar materiales cada vez más exquisitos. El productor japonés Moonbat lanza una delirante colección de paraguas mientras que, en Mallorca, *Farrutx* produce sorprendentes zapatos y bolsos.

En 1991 abre una fugaz y maravillosa tienda en París con un desfile que es, éste sí, el último. Más bien se trata de una alucinante *performance* teatral, con una colección que es un derroche de energía creativa. El desfile es sólo una de las atracciones de la fiesta-verbena de inauguración: también hay malabaristas, juegos, orquesta... Aparece la siguiente reseña en el periódico francés *Libération*: "Los españoles dan una lección de cómo organizar una fiesta en París". Pocos meses después se abre la tienda de Tokio. Sólo los japoneses podían convertir en un fenómeno de moda masivo una marca que, como *Sybilla*, ha nadado siempre contracorriente y que, a pesar de su rotundo éxito, comercialmente se ha visto limitada a un público ciertamente elitista de alto poder adquisitivo. En Japón, *Sybilla* es menos intelectual, tiene un estilo más accesible y es más barato. Es el efecto de un arduo proceso de adaptación mutua y una larga cadena de compromisos con el ejército de técnicos de producción, *fashion advisers* y *managers*, con los que hay que pelearse en cada colección. El resultado es un bombazo comercial que todavía perdura y que, gracias a un generoso flujo regular de yenes, permitirá a Sybilla desertar del mundo de la moda europeo, que le parece demasiado sacrificado, artificial y hostil. Se inaugura en el Palais Galliera de París la exposición *Le monde selon ses créateurs*. Sybilla participa junto a Vivienne Westwood, Gaultier, Romeo Gigli, Martin Margiela y Jean Charles de Castellbajac.

En 1992, Sybilla se queda embarazada de su primer hijo, Lucas. Convencida de que le va a ser imposible compaginar su agitada vida profesional con la maternidad, decide suspender sus contratos con industriales italianos y dedicarse exclusivamente a sus colecciones para Japón, donde empiezan a comercializarse nuevas líneas de accesorios: relojes, corbatas, pañuelos... Los bolsos lideran las ventas durante años. El milagro japonés ya es un hecho.



Fig. 9. Otra manera de representar un "mosaico"... Julio Limia (1991), en *20 años no es nada... y feliz la mirada*.

En 1993 firma la primera colección de *Jocomomola* para Japón. La línea nace con un espíritu de alegría militante que se percibe no sólo en la ropa o los complementos sino, también, en la decoración de las primeras 15 tiendas. Stephane Sednaoui matiza el estilo optimista con inquietantes campañas publicitarias. Sybilla se emplea a fondo en dar una personalidad potente a *Jocomomola*. Su consigna es alejarse al máximo de la marca madre. Más adelante, la rigidez del mercado japonés obligará a suavizar la anárquica amalgama de formas, estampados y técnicas de punto que reina en las primeras colecciones. *Jocomomola* se produce también en España y, desde el 2001, se abre una divertida tienda en Madrid, junto a la tienda *Sybilla*.

En 1994, y tras elegir un camino de circunvalación, Sybilla ve realizado uno de sus sueños, y es en Japón. Su ropa se vende por sí misma, sin entrevistas, sin desfiles, sin trampa ni cartón. Sybilla no quiere ser una "gran diseñadora", ni una *fashion star*, ni mucho menos un personaje público. Quiere simplemente hacer ropa. El brillo del mundo de la moda la ha deslumbrado poco tiempo. Participa en la exhibición *Modes Gitanes* con un vestido inspirado en la famosa cajetilla de cigarrillos.

En 1995, Blanca Lí, coreógrafa granadina que vive en París y además es amiga suya, encarga a Sybilla el vestuario de un ambicioso espectáculo que está preparando sobre la leyenda de Salomé. Sybilla le entrega una mezcla de vestuario típico de *music-hall* con prendas de punto muy esenciales y muy impactantes vestidos sonoros que, durante la coreografía, participan en la ejecución de la partitura. En ese mismo año, propone su primera colección de vestidos de novia, que es otra de las líneas de trabajo estelares de la casa. En verano nace su hijo Bruno, al que Sybilla se consagra por completo.



Fig. 10. Sigue experimentando nuevas formas basándose en la técnica utilizada en el vestido *España*. Javier Vallhonrat (2003), en *20 años no es nada...y feliz la mirada*.

En 1996, *Louis Vuitton*, en plena renovación de su imagen, encarga -entre otros creadores, a Sybilla- el diseño de un bolso utilizando su clásico estampado de equipajes, del que se va celebrar el centenario. Sybilla construye una mochila con paraguas incorporado que titula "shopping in the rain". Aparecen sus primeras velas en el mercado, producidas por el cerero catalán Cerabella, entre las que la vela "Candelabro" se hace popular rápidamente. 1996 también es el año en que diseña el traje *España*.

En 1997 crea una línea de trajes de fiesta: *Sybilla noche*. En 1998 firma licencias en España para distribuir líneas de alfombras, velas, artículos decorativos de plata, sábanas, toallas, albornoces, baldosas hidráulicas... Se diseñan, producen y distribuyen platos de cristal de Mallorca, vasos de Portugal, objetos de madera indonesia, mantas castellanas... *Sybilla casa* propone cubiertos, vajillas, delantales... En el año 2000 se hacen presentaciones privadas de *Sybilla noche* en París, con un éxito de nuevo rotundo. Sybilla no cesa de crear... En 2003 firma un contrato con la empresa *Pier*, unos jóvenes y nada convencionales productores venecianos. De nuevo la diseñadora vende en Milán y abre una tienda *Sybilla y Jocomomola* en China: la marca sigue triunfando. 2003 también es el año en que Sybilla celebra sus 20 años en la profesión, con una brillante exposición retrospectiva en Barcelona. El lema del catálogo entona un "veinte no es nada... y feliz la mirada".

Con ese mismo espíritu, sigue trabajando y diseñando desde su casa en Mallorca. Comprometida con sus ideales y divulgando los valores que le parece que deberían imperar en el mundo, como son la preocupación por el medio ambiente, la sostenibilidad y los efectos -a veces perniciosos- de la globalización. Sybilla permanece fiel a su trayectoria vital y prefiere mantenerse al margen de las grandes corrientes enajenantes de la fama mediática.

A los que no la comprendan, se conforma con brindarles su obra que habla por sí sola...

BIBLIOGRAFÍA

- Figueras, J., *Moda española. Una historia de sueños y realidades*, Madrid, 2003.
Riviere, M., *Diccionario de la moda*, Barcelona, 1996.
Seeling, C., *Moda. El siglo de los diseñadores*, Madrid, 1999.
VV. AA., *Fashion Book*, Singapur, 1998.
VV. AA., *20 años no es nada... y feliz la mirada*, catálogo de la exposición de Sybilla, Barcelona, 2003.
VV. AA., *Tras el espejo, moda española*, Madrid, 2003.
VV. AA., *Genio y Figura. La influencia de la cultura española en la moda*, Madrid, 2005.