

ABRIL

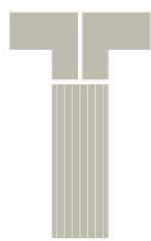
2013 **MODELO DEL MES**

Los modelos más representativos de la exposición

Conjunto de Emilio Pucci, 1965

Por: Juan Gutiérrez
Sala: "Alta Costura"

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



MUSEO DEL TRAJE

Aristócrata y empresario, promotor y artista, político y aficionado a los deportes y el baile, héroe de guerra y hombre de mundo, viajero incansable y perennemente activo, Pucci fue consciente antes que la mayoría de sus contemporáneos de los cambios que se estaban produciendo en la sociedad a mediados del siglo XX. Desde sus inicios, a finales de los años 40, la libertad del cuerpo y la desinhibición de los sentidos que se desprendían de sus diseños fueron identificadas por la prensa americana con la visión más idílica del Mediterráneo, un paraíso vacacional idóneo para vestir prendas cómodas y lucir estampados de fantasía desbordante acordes con el glamour distendido de los nuevos ricos y famosos.

La relajación de las costumbres y el auge del pragmatismo tienen mucho que ver con el éxito de la propuesta de Pucci.

El conjunto de casaca y leotardos que presentamos formó parte de la colección *boutique* para la temporada de otoño-invierno de 1965, titulada Paggio ('paje', en castellano), es una buena muestra de la libertad que se respiraba en la moda del momento. Esto es evidente en la exuberancia cromática y el barroquismo exótico de los motivos estampados. Pero también en la combinación de la casaca corta con leotardos, que desnudan sin rubor las formas a partir de la cintura (Fig.1). En español la palabra leotardo procede del apellido del acróbata francés Jules Léotard, que en 1859 dejó estupefacto al público parisino al actuar vestido con un novedoso y confortable maillot de lana totalmente ceñido a su cuerpo escultural. Según refiere en su autobiografía¹, las damas se agolpaban en las primeras filas para no per-

derse detalle del espectáculo. Queda claro con este precedente que la prenda satisface la máxima exigencia de funcionalidad (que suele ponerse a prueba en el ámbito deportivo) y que estimula la percepción erótica del cuerpo, con lo que se encuentra en perfecta consonancia con el ambiente de revolución sexual que dominó la década de 1960.



Fig. 1: Leotardos, Emilio Pucci, 1965. Museo del Traje (MT104952)

Pero, además de absorber el espíritu juvenil que estaba transformando la sociedad, la moda de Emilio Pucci representa también una calculada solución de continuidad con la tradición de la Alta Costura y los cánones convencionales de elegancia. Sus vestidos camisa y sus túnicas, las combinaciones de pantalones piratas con blusas o de leotardos con minivestidos, los monos de estética espacial o los conjuntos de resonancia étnica, todo era concebido con arreglo a una concepción clásica de la belleza, sin estridencias ni provocaciones. Su gran aportación, el motivo por el que tiene que ser considerado como una figura clave para la historia del diseño, es el haber equilibrado esos dos extremos que son la moda urbana y la elegancia de salón. Su labor sentó las bases de la moda italiana posterior y avivó el espíritu creativo del diseño norteamericano, dos industrias que eclosionarían en los años 80 para democratizar definitivamente la sofisticación de la imagen personal. Más de medio siglo después de su nacimiento, el estilo y la marca creados por Emilio Pucci continúan vigentes, fieles todavía al espíritu incansable de su creador.

El Marqués de Barsento

Emilio Pucci, Marqués de Barsento, nació en Nápoles el 20 de noviembre de 1914, en el seno de una ilustre familia florentina (Fig. 2). El marquesado había sido adquirido a finales del siglo XVII, pero el pasado de la familia se remonta al siglo XIII. Antonio Pucci (ca. 1350 – d. 1416) colaboró como arquitecto en la construcción de la icónica Loggia della Signoria de Florencia, y su hijo, Puccio Pucci (1405-1480), se enriqueció como comer-

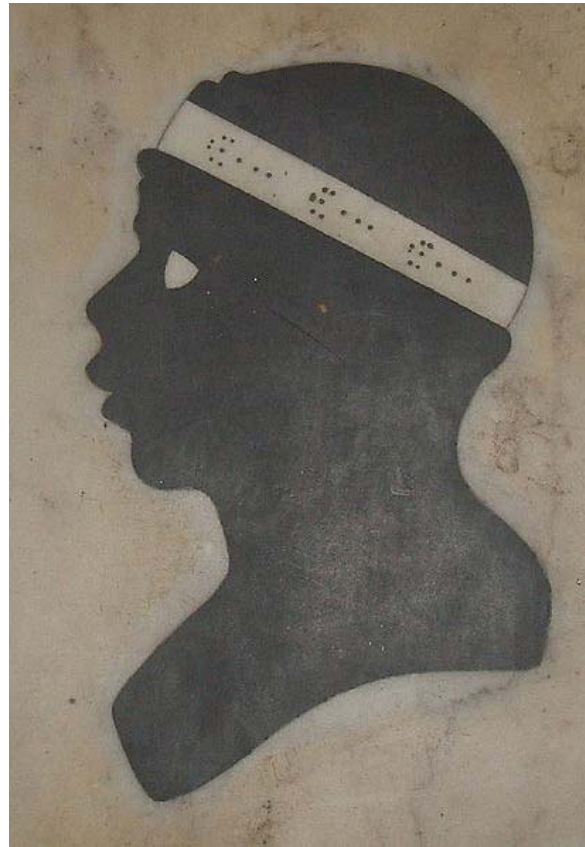


Fig. 2: Emblema de la familia Pucci. *Santissima annunziata, floor Stemma Pucci Palazzo Antinori.* Florencia, Italia. Foto: Sailko

ciante e introdujo a la familia en la política del principado. A estos sucederían varias generaciones de notables florentinos, aliados históricos de la familia Medici y poseedores de su propio *palazzo* en Via de'Pucci, en Florencia. A lo largo de su carrera, Emilio, que era además descendiente de Pedro I de Rusia y Catalina la Grande por parte de madre (Augusta Pavoncelli, perteneciente a la nobleza napolitana), sacaría buen partido de su origen aristocrático, especialmente de la publicidad que le proporcionaba de cara a la clientela americana. Tanto es así que en cierta ocasión decidió promocionarse desfilando por la 5ª Avenida neoyorquina a lomos de un caballo blanco y ataviado como un príncipe

renacentista, para asombro y regocijo de los transeúntes.

Pero el año en que nace Pucci comienza también la I Guerra Mundial, que ponía fin a la *Belle Époque* y, con ello, a las últimas esperanzas de la aristocracia de recuperar su esplendor pasado. Los portalones descascarillados de los palacios napolitanos que el diseñador conoció en su infancia son un buen reflejo de la situación de una clase social cuyos principios se desmoronan bajo la presión del orden democrático. Los herederos de las grandes familias se vieron obligados a generar ingresos para preservar su estatus social, y no son pocos los que se adentran en la creación artística, como Lucchino Visconti, quien precisamente aborda en sus películas la decadencia del viejo orden.

No obstante, y por fortuna para él, Pucci gozó de una educación privilegiada que le dispuso favorablemente para enfrentarse a los nuevos tiempos. Educado desde pequeño en colegios de alto nivel, cursó estudios de agricultura y ciencias políticas entre Italia y Estados Unidos. Hay que tener en cuenta que la decisión de completar su formación al otro lado del Atlántico era todavía inusual para los europeos, incluso entre las familias adineradas. En este sentido, el joven Pucci mostró gran iniciativa y ambición, y el bagaje que esta experiencia habría de legarle sería vital para su éxito futuro. Fue de gran importancia en este período la beca deportiva que obtuvo en 1937 para estudiar en el Reed College de Oregón, estancia que le valió para perfeccionar su conocimiento del idioma y la cultura americanos y supuso además su primer contacto con el diseño.

Pucci era un esquiador experimentado, que había llegado a ser, aún menor de edad, miembro del equipo olímpico italiano, aunque nunca compitió como tal. Su condición atlética llamó siempre la atención de los que le conocieron en persona, especialmente su agilidad, una flexibilidad que parece emparentarse con la de sus tejidos. En Reed, formó parte del equipo de esquí y para ese equipo decidió diseñar un nuevo uniforme que mejoraba las prestaciones físicas de los atletas. En esta experiencia se encuentra el germen de su irrupción en la moda, una década más tarde.

El teniente Pucci

En la noche del 8 de enero de 1944, en una habitación del hotel Madoninna, en Viggiù, cerca de la frontera con suiza, Edda Ciano, esposa de Galeazzo Ciano, en ese momento ex Ministro de Asuntos Exteriores italiano, e hija de Benito Mussolini, escribía tres dramáticas cartas en las que exhortaba al general Wilhelm Harster, comandante de las SS en Italia, a Adolf Hitler y al propio Mussolini a liberar a su marido, acusado de alta traición. Amenazaba con hacer uso de unos documentos del puño y letra de Ciano que recogían información de incalculable valor para el desarrollo de la guerra. Edda escribía con la ayuda del teniente Pucci, que había logrado rescatar parte de los documentos de las manos de la Gestapo escondiéndolos bajo su abrigo.

La historia completa, recogida minuciosamente en un apasionante informe de la Agencia Central de Inteligencia americana disponible en Internet², podría ser la trama de una novela y constituye, en cualquier caso, un episodio relevante de la historia italiana, en el que Pucci participó con un papel destacado.



Fig. 3: Detalle del tejido, vestido, 1965.
Museo del Traje (MT102773)

Alistado en las Fuerzas Aéreas desde que finalizó sus estudios, fue piloto de bombardero y llevó a cabo numerosas misiones, por las que recibió varias condecoraciones. Años más tarde rememoraría los vuelos rasantes que tenía que realizar para evitar los radares enemigos. La visión fugaz del paisaje pasando a toda velocidad tuvo que ver, según contaba el diseñador, con la concepción de las composiciones caleidoscópicas de sus estampados (Fig. 3).

La experiencia bélica forjó una parte importante de su personalidad. Aunque ya había recorrido los Estados Unidos en sus años universitarios³, el mundo tuvo que parecerle más asequible después de haber sobrevolado Europa un día tras otro, de haber formado parte de una intriga política internacional y de haber superado las torturas de la Gestapo sin delatar a los suyos. Si el Marqués

de Barsento había demostrado iniciativa como estudiante, la guerra dejaba un hombre preparado para acometer cualquier empresa. Un lustro después del fin de la contienda, en 1950, con el país recomponiéndose con la ayuda del Plan Marshall, Emilio Pucci, en posesión del grado de capitán, decide abandonar la carrera militar. Una nueva perspectiva se había abierto ante él.

Emilio Pucci para Lord & Taylor

Toni Frissell trabajaba para *Harper's Bazaar*, la prestigiosa revista de moda americana, cuando coincidió con su amigo Emilio en la estación de esquí de Zeermatt, en 1947. En aquella ocasión, las circunstancias llevaron al todavía militar a prestar su ropa de esquí, diseñada por él mismo, a una amiga que había empapado la propia. La modernidad de la imagen resultante llamó la atención de la fotógrafa, que decidió capturarla con su cámara y animó a Pucci a producir una colección completa para realizar un reportaje más amplio.

El mercado americano de ropa deportiva había crecido notablemente gracias al creciente nivel de vida y la demanda de nuevas formas de ocio. Esquiar estaba de moda entre las clases adineradas, pero la moda todavía no había llegado a las pistas de esquí, donde imperaba un atuendo anticuado y poco funcional. Así que Frissell, sorprendida por el talento del italiano, envió las fotos a Diana Vreeland, que a su vez contactó con Marjorie Griswold, de Lord & Taylor's, uno de los principales *Department Stores* de Estados Unidos, en los que se encontraban a la venta todas las grandes marcas de París. Pero París no cubría la demanda de ropa deportiva y

Griswold, a la busca de nuevos diseñadores de referencia para este campo, cerró enseguida el acuerdo con Pucci para la creación de su primera colección: un total de doce piezas, en su mayoría en tejido de gabardina mejorado, sometido a pruebas de resistencia y flexibilidad, realizadas artesanalmente en Turín, Capri, Florencia y el valle de Aosta, y caracterizadas por un diseño moderno, práctico y favorecedor⁴.

Es un momento clave para su éxito. La decisión de Vreeland de vender los jerseys como un producto aristocrático, artesanal e italiano se encuentra en la base de la imagen de marca que tanto habría de triunfar, la marca Italia. Tejidos por la "Tessutrice dell'isola"⁵, los jerseys, al contrario que el resto de la colección, no podían reproducirse en serie debido no tanto a la calidad de la lana, procedente de Capri, como a la de la ejecución. Vreeland optó por elevar el perfil del nuevo diseñador y venderlos como piezas únicas. Desde Lord & Taylor's se encargan doce modelos en diferentes colores. Pucci obtiene poco beneficio, la producción es demasiado torpe y no dispone de apoyos económicos. Pero su actividad se incrementa.

En 1948 escribe a Frissell contándole que ya trabaja en diseños de todo tipo. Ese año comienza su colaboración con Guido Ravasi, productor textil a quien encarga sus primeros pañuelos estampados, doce con motivos del zodiaco y otra docena con escenas de caza. El industrial tuvo que innovar en su maquinaria para atender las exigencias del diseñador, y se puso en la vanguardia mundial en materia de color. Solo los productores americanos, especialmente las industrias textiles de Florida y California, se

encontraban a la altura de los avances que Pucci estaba a punto de introducir en la moda europea.

Emilio of Capri

En 1949, en colaboración con Ravasi, produce su primera colección de baño, sencilla y fresca, en tejido de piqué e inspirada en los paisajes de Capri. Ese mismo año crea un guardarropa completo para una amiga de la isla. La gama infinita de verdes y azules de la Grotta Azzurra, los rosas y púrpuras de las buganvillas que adornan las casas, los verdes y amarillos de los cactus, la menta, los limones...; en suma, la naturaleza mediterránea le brindó una inagotable inspiración cromática que en sus primeras colecciones fue tomando forma y que pronto se introduciría en la moda internacional gracias a la implementación de la industria textil.

Pero si la aportación de la industria es trascendental para el nacimiento y posterior éxito de la moda italiana, no lo es menos el sistema de venta que por esos años se desarrollaba en torno pioneros como Pucci. En 1950, el diseñador decide abrir su legendaria *boutique* en Capri, en La Canzone del Mare de Marina Piccola (Figs.: 4 y 5). La *boutique*, que en los años siguientes se expandiría por todo el mundo⁶, permitía al diseñador desarrollar



Fig. 4: Etiqueta: "Emilio / SRL / Made in Italy / Capri / Florencia"



Fig. 5: Etiqueta: "MADE IN ITALY-EXCLUSIVELY FOR / Saks Fifth Avenue"

una moda independiente, más asequible en lo económico y más osada en lo creativo. Paralelamente, instala sus talleres en el primer piso del *palazzo* de Via de'Pucci. Les seguirán las *boutiques* de Roma, la Isla de Elba, el balneario de Montecatini... Desde allí, y gracias a la nueva *jet set* que se forma en esos años (integrada en su mayor parte por ricos americanos), comienza a difundir su estilo luminoso, que capta la atención de la prensa: "Italian ideas for any South", decía la revista *Vogue* americana en noviembre de 1951. Y las grandes cadenas posan su mirada en el nuevo diseñador: a Lord & Taylor's le siguieron Neiman-Marcus, I-Magnin, Bergdorf Goodman... y Saks Fifth Avenue, que se encargó de la distribución del modelo que protagoniza este Modelo del Mes.

Los años 50 marcan la génesis de ese fenómeno que sería la moda italiana, y son también los años en los que Pucci define su estilo. A pesar de contar con antecedentes ilustres como Gallenga, Ferragamo o Schiaparelli, Italia distaba mucho de tener una industria de moda capaz de competir con París. Fue Giovanni Battista Giorgioni, amigo personal de Pucci, quien decidió organizar el primer desfile de moda nacional en 1951, en su propia mansión en Florencia y dirigido a un

grupo de periodistas y compradores americanos a los que había logrado reunir para la ocasión. Cuatro *boutiques* y diez casas de moda independientes⁷ desfilaron y obtuvieron un éxito inesperado. En la segunda edición, en julio del mismo año y ya en el Grand Hotel de Florencia, Larry Marcus, de Neiman-Marcus, se personó ante Pucci para negociar los precios de su colección.

¿Cómo era la moda que planteaba en esos años? ¿Por qué el mercado americano, que sostenía la práctica totalidad de la producción parisina, se fijó en la obra del florentino? Si se compara con lo que Dior, Balenciaga y otros grandes diseñaban, la moda de Pucci destaca ante todo por un motivo: su ligereza. Frente al recargamiento que dominó la década de 1950, rebosante de volúmenes confeccionados con tejidos de aspecto lujoso, Emilio de Capri, como empezó a conocerse, lanzó al mercado una moda cargada de energía y juventud que anticipaba la aparición de una nueva mujer. El *look* de pantalón pirata ceñido, blusa de punto de seda, pañuelo o sombrero de paja y sandalias, identificado con las playas del Mediterráneo, conquistó a las clientas americanas, que ya comenzaban a imponer un criterio más pragmático en el vestir. El "*American Style*", forjado en los años anteriores a la guerra por diseñadoras como Claire McCardell, Tina Lesser o Claire Potter, se juntaba en los diseños de Pucci con la creatividad latina, rica en color y abundante en motivos, para ofrecer un nuevo tipo de sofisticada belleza.

The Prince of Prints

Desde los conjuntos monocromos de inicios de los 50, pasando por sus primeras experien-



Fig. 6: Estandartes de los barrios de Siena, región de la Toscana, Italia. Foto: Magnus Manske.

cias con combinaciones arriesgadas (las faldas pintadas a mano para el verano de 1953, por ejemplo, donde ya se percibe la influencia capital de la pintura abstracta), hasta llegar a la trascendental colección Palio, en 1957, el diseñador avanzó continuamente hacia el estilo que le convertiría en un referente para la moda contemporánea.

La colección Palio se inspiraba en el Palio de Siena, que enfrenta a los diecisiete barrios de la ciudad en una carrera de caballos marcada por el colorido del vestuario (Fig. 6). Pucci utilizó casi doscientos colores, en un derroche de inventiva que marcó un antes y un después en su obra. Los fabulosos vestidos estampados, formalmente afines al “*New Look*”, contrastaban con conjuntos de pantalón radicalmente modernos y con las atrevidas combinaciones de *short* y camisa para hombre, que apenas se diferencian de las propuestas que realizaría Gianni Versace a inicios de los años 90 (Fig. 6) .

Cuando arranca la década de los 60, Pucci ya ha llevado a sus estampados motivos tradicionales (florales o de rayas), paisajes de Capri, estandartes medievales, mercados florentinos, frascas de vino, versos de Dante,



Fig. 7: Detalle de mono estampado, Emilio Pucci, ca. 1970. Museo del Traje (MT102770)

cuadros de Botticelli, imágenes de Sicilia y de los mosaicos bizantinos, motivos turcos y africanos... y, desde 1952, cuando Marjorie Griswold le hizo ver una temprana imitación de sus estampados, su propia firma, Emilio, que desde entonces se inserta en todas sus composiciones (Fig. 7). Pero además, paralelamente al desarrollo de una iconografía vinculada al mundo latino, pintores como Bridget Riley, Barnett Newman, Robert Motherwell o Frank Stella influyeron en su deriva hacia la abstracción y la geometría, con composiciones cada vez más complejas. Colaboró de forma directa con artistas italianos vinculados a la abstracción (con Alvaro Monnini entre 1952 y 1959), pero siempre preservó su propio criterio, que recogía la influencias más diversas. Sus viajes constantes le



Fig. 8: Vestido con motivo "Concentrico", inspirado en Bali, Emilio Pucci, 1966. Museo del Traje (MT 104950)

permitieron añadir a sus estampados formas y colores aztecas, de India, Bali o Indonesia, de Oceanía y las islas del Pacífico, todo en consonancia por el gusto por lo exótico que impregnó la moda en los años 60 y 70 (Fig. 8).

Los diseños, que Pucci elaboraba más como un artista que como un diseñador profesional, tenían que adaptarse al tejido, a la forma y al movimiento. En este aspecto es donde sus creaciones restallan y se muestran en todo su esplendor como obra de un auténtico artista de vanguardia, capaz de trasladar a la indumentaria las inquietudes de los creadores contemporáneos de otros campos.

Con estos antecedentes, no es extraño que Pucci fuera calificado enseguida como el "Príncipe de los estampados" y que se originara el fenómeno de la "puccimanía" durante sus años de mayor éxito, entre 1962 y 1967.

La colección Paggio

El conjunto de casaca y leotardos que presentamos en esta ocasión es un magnífico ejemplo de algunas de las características que hemos ido enunciando. La colección Paggio se presentó para la temporada otoño-invierno de 1965-66, dentro de la línea *boutique*. Hay que llamar la atención sobre este hecho, pues es en sus colecciones para *boutique* donde el diseñador se arroga una mayor libertad creativa y se deja arrastrar por la profusión cromática. Tal es el caso de este modelo, que fue comercializado para América por Saks Fifth Avenue de Nueva York.

Tipológicamente, la pieza, como el resto de la colección, encuentra su fuente principal en la indumentaria de los pajes del Renacimiento italiano. Por entonces, tanto el



Conjunto, Emilio Pucci, 1965.
Museo del Traje (MT104951-2)

colorido vibrante como la insinuación de las formas naturales del cuerpo (el masculino), eran habituales en la moda de los principados transalpinos, al menos hasta que se impuso el sobrio decoro del vestir a la española que defendió Castiglione.

Lo importante en este caso es la traslación de esa estética a la moda femenina. En consonancia con las experiencias de Mary Quant y las “*swinging girls*” londinenses, luego generalizadas gracias a la moda francesa que lideraban Courrèges e Yves Saint Laurent, Pucci apuesta por la libertad de movimiento y el establecimiento de un nuevo decoro. Pero frente a la moda radicalmente juvenil que representaban las combinaciones de minivestidos y medias, el italiano acentúa el sentido decorativo, evidente en los estampados, en busca de una mayor armonía con los criterios más convencionales. Las formas simples al extremo de los diseños de esa década chocaban con el gusto de una gran parte de la clientela, que todavía se apegaba a la elegancia tradicional. Al utilizar toda esa imaginaria exuberante, que en este caso tiene que ver con la azulejería turca, muy dada a las composiciones florales de complejo desarrollo, Pucci satisface el gusto por lo bello y lo ostentoso de un amplio sector de consumidores. Pero al mismo tiempo elimina todo residuo de la tradición para ofrecer un diseño de aspecto netamente moderno, prácticamente radical. El intenso rosa que sirve de color de fondo, en combinación con otros tonos del mismo color, así como los distintos rojos y verdes, nos ponen cara a cara con el estallido cromático de la psicodelia y con las revueltas de la modernidad. Los leotardos, realizados en un tejido que combina lana y



Fig. 9: Detalle de tejido y espalda casaca, Emilio Pucci, 1965. Museo del Traje (MT104951)

fibra sintética para optimizar su funcionalidad, nos hablan de la revolución sexual, como decíamos al inicio de estas líneas; y la casaca cubre apenas lo que el pudor todavía exige cubrir. En el caso de esta última prenda, nos encontramos otra característica que se refiere a la compleja hibridación de pasado y futuro, de tradición y modernidad, de la que hace gala el diseñador: el uso de terciopelo es otro guiño a usos pasados, al placer de los tejidos lujosos, con el que se contrarresta en parte la radical sencillez de la pieza.

El fin de una era

Para cuando la época dorada de Pucci tocó a su fin, algunas de sus clientas, convencidas de que habían asistido a un momento histórico para la moda, donaban sus pucci a los museos, y les otorgaban así para siempre el estatus de obras de arte, pero convertidos también en parte del pasado. A finales de los años 60, los ideales que habían sustentado la revolución juvenil comenzaban a desmoronarse. La década entrante rechazó casi todas las formas de moda y el individualismo se impuso sobre cualquier otro principio. En ese contexto, la propuesta vitalista del italiano se retrajo, trató de adaptarse, pero ya no conoció el esplendor anterior. Los colores se volvieron más sobrios y el cuerpo se ocultó bajo maxi prendas. Pucci diversificó sus campos de acción, aumentando las líneas de hogar (con, por ejemplo, porcelanas para Rosenthal desde 1961) y participando en diversos proyectos, desde el diseño plumas Parker o automóviles (el Lincoln Continental Mark IV, en 1977) al del logotipo de la misión Apolo XV de la NASA.

Los años 80 no fueron mejores. El “*dressed for success*” de la nueva mujer trabajadora, orquestado por Armani, no se ajustaba de ninguna manera al estilo mediterráneo de Pucci. Ajeno, esta vez sí, a la evolución de la moda, que se rendía a la figura del diseñador estrella y a los nuevos mecanismos del mercado, el italiano renunció a contratar a diseñadores jóvenes que modernizaran el estilo de la casa y se negó también a descentralizar la producción, al menos hasta que en 1987, con la ayuda de su hija Laudomia, decidió reformar la empresa.

Sin embargo, en el año 1990 surge un fuerte *revival* que pone de nuevo a Pucci en primera línea. Suzy Menkes da el pistoletazo de salida desde las páginas del *International Herald Tribune*: el negro, color oficial de la década anterior, deja paso de nuevo a los colores. Entonces se suceden los homenajes, los iconos de moda vuelven a aparecer en prensa luciendo los famosos estampados y la firma comienza una nueva andadura que sigue hasta la actualidad preservando el espíritu de su creador.

Emilio Pucci muere el 29 de noviembre de 1992, en Florencia, y deja tras de sí un universo creativo incomparable. En 1996, una gran retrospectiva en la Bienal de Florencia le sitúa en el lugar que merece: no solo el de uno de los diseñadores capitales del siglo, sino el de un creador inagotable, *alma mater* del “*made in Italy*” y fuente de inspiración para todos aquellos interesados en la investigación cromática y la tecnología textil.

NOTAS

¹ *Mémoires de Léotard*. Simon Baçon et Com. Paris. 1860.

² Smith, Howard McGaw: “The Ciano Papers: Rose Garden”, en https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-of-intelligence/kent-csi/vol13no2/html/v13i2a16p_0001.htm

³ La primera línea comercial con vuelos regulares se inauguró en Estados Unidos en 1914, el mismo año del nacimiento de Pucci. Durante los años 30, el transporte aéreo ya se había generalizado entre las clases pudientes americanas.

⁴ La colección fue confeccionada para su comercialización por White Stag, una empresa de Oregon dirigida, casualmente, por un compañero y amigo de Pucci de su período en el Reeds Collage.

⁵ Claretta Gallotti, “la tejedora de la isla”, noble napolitana que recuperó la tradición de las tejedurías de Capri. Antes de darse a conocer de la mano de Pucci, ya gozaba de cierto prestigio, como se desprende de la Schenectadi Gazette de Nueva York de 2 de enero de 1947: “Italian handicraft too, is one of the important revivals since the war. Mrs. Murray tells of the Baronessa Claretta Gallotti, who made a personal rejuvenation from the loss of everything during the war through the ancient italian art of weaving and the rebuilding of that art. Here is an example of the postwar attitude of Italian women”.

⁶ Bazaar, la mítica *boutique* de Mary Quant que inaugura la revolución juvenil para la moda, abre sus puertas en 1955, cinco años después de Pucci.

⁷ Las *boutiques* eran Emilio Pucci, Bertoli, Avolio y Baronessa Gallotti; las casas de moda Simonetta, Fabián, Sorelle Fontana, Antonelli, Schubert y Carosa (de Roma), y Maruccelli, Veneziani, Noberasco y Wanna (de Milán). Tanto Pucci como Sorelle Fontana lograron repercusión internacional en los años siguientes. Giorgioni incluyó la siguiente nota en la invitación al evento: “Lo scopo della sfilata è di valorizzare la nostra moda; le Signore sono vivamente pregate di indossare abiti di pura ispirazione italiana”.

BIBLIOGRAFÍA

- “Emilio Pucci: disegni 1949-1959”, a cargo de Carlo Sisi. Firenze: Le Lettere: Archivo Pucci, 2004. Exposición celebrada en: Galleria del Costume di Palazzo Pitti, Firenze, 23 giugno 2004 - 30 settembre 2004.
- “Emilio Pucci”. Catálogo editado por Luigi Settembrini. Génova: Skira, 1996. Exposición celebrada en: Florence, Sala Bianca and Sale del Fiorino. Palazzo Pitti.
- Friedman, Vanessa: “Emilio Pucci fashion story”. Armando Chitolina (Ed.). Köln: Taschen, 2010.
- Kennedy, Shirley: “Pucci, Emilio”, en *The Berg companion to fashion*. Oxford : Berg, 2010.
- “Enciclopedia della moda”. Director: Tullio Gregory; coordinación de redacción: Luciana Buccellato. (et al.). Roma: Istituto della Enciclopedia Italiana, Fondata da Giovanni Treccani, 2005.
- Gnoli, Sofia: “Un secolo di moda italiana: 1900-2000”. Roma: Meltemi, 2005.
- “Linea italiana”. Milan: Arnoldo Mondadori Editore, 1965-1984.
- Cruz, Elyssa da: “Fashioning fabrics”. London: Black Dog, 2006.
- “La Sala Bianca: nascita della Moda Italiana”. Milano: Electa, 1992. Exposición celebrada en: Palazzo Strozzi, 25 giugno - 25 settembre 1992.

Textos

Juan Gutiérrez

Licenciado en Historia del Arte por la Universidad de Santiago de Compostela. Forma parte del cuerpo técnico del Museo del Traje. CIPE desde 2007, dentro del Departamento de Colecciones, donde está a cargo de los fondos de moda contemporánea. Ha comisariado la exposición temporal *La moda imposible. Moda de vanguardia, 1960-2010*.

Coordinación

M^a José Pacheco

Corrección de estilo

Ana Guerrero

Maquetación

M^a José Pacheco

** 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: 030-13-003-2

MODELO DEL MES. CICLO 2013

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

Domingos: 12:30 h.

Duración: 30 min.

Asistencia libre

ENERO: *Tapiz chino, 1775-1800. Colección Mariano Fortuny*
Lucina Llorente

FEBRERO: *Muñeco "Bebé Barcelona", 1914-1925*
Lorena Delgado

MARZO: *Vestido de maja de la infanta Isabel, 1862*
Irene Seco

ABRIL: *Conjunto de Emilio Pucci, 1963*
Juan Gutiérrez

MAYO: *Vestido "Terno filipino" de lino, 1975*
Concha Herranz

JUNIO:
Abrigo de Mariano Fortuny, c. 1914-1920
Rodrigo de la Fuente

SEPTIEMBRE:
*Pieza por determinar

OCTUBRE: *Salterio doble, 1750*
Elena Vázquez

NOVIEMBRE: *Conjunto Balenciaga París, 1955*
Clara Nchama

DICIEMBRE: *Conjunto de Antonio Alvarado, 1987*
Juan Gutiérrez

Descubre más sobre la programación del Modelo del mes. Si tienes un teléfono compatible, descárgate un lector de códigos QR O BIDI.



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



/MT104951-52/

