

LA OFICINA Y LA COMISIÓN INTERMINISTERIAL PARA LA PROMOCIÓN DE LA MODA: LA PROYECCIÓN INTERNACIONAL DE LA ALTA COSTURA DURANTE EL FRANQUISMO DESARROLLISTA

*THE OFFICE AND THE INTER-MINISTERIAL COMMITTEE
FOR THE PROMOTION OF FASHION: THE INTERNATIONAL LAUNCH
OF HAUTE COUTURE IN THE DEVELOPMENTALIST FRANCOISM*

Daniele Gennaioli*

Centro Superior de Diseño de Moda, Universidad Politécnica de Madrid, España

RESUMEN: El presente artículo ha de encuadrarse en el marco de los estudios acerca de las políticas de promoción de la moda española, impulsadas tras la Segunda Guerra Mundial. En la década de 1960, el gobierno franquista intentó reorganizar, desde una perspectiva institucional, el heterogéneo abanico de entidades llamadas a coordinar un sector crucial para la imagen del régimen en el extranjero: la alta costura. En el seno del Ministerio de Información y Turismo surgieron primero la Oficina de promoción de la moda, en 1965, y posteriormente la Comisión interministerial para la promoción de la moda, en 1967. Pese a que ambos organismos desempeñaron un papel relevante en el proceso de internacionalización de las principales firmas de Barcelona y Madrid, su fortuna crítica ha sido prácticamente nula en la historiografía contemporánea. A través de materiales de archivo inéditos, esta investigación se propone reconstruir la estructura orgánica y funcional de ambas instituciones.

PALABRAS CLAVE: franquismo, Madrid editor, medios de comunicación estadounidenses, Ministerio de Información y Turismo, revistas de moda.

ABSTRACT: *This article should be framed within the context of studies on the promotion policies of Spanish fashion, boosted after the Second World War. In the 1960s, the Franco government tried to reorganize, from an institutional perspective, the heterogeneous range of entities called upon to coordinate a crucial sector for the image of the regime abroad: haute couture. Within the Ministry of Information and Tourism, the Office for the promotion of fashion emerged in 1965, and later the Inter-ministerial Committee for the promotion of fashion in 1967. Despite the fact that both organizations played a relevant role in the internationalization process of the main firms of Barcelona and Madrid, their critical fortune has been practically nil in contemporary historiography. Based on unpublished material, this research aims to provide a first approximation to the organizational and operational structure of both entities.*

KEYWORDS: *american media, fashion magazines, francoism, Madrid editor, Ministry of Information and Tourism, spanish Fashion.*

* **Correspondencia a / Corresponding author:** Daniele Gennaioli. Centro Superior de Diseño de Moda, Universidad Politécnica de Madrid, Bloque I Campus Sur UPM, Autovía del Este, Km. 7, 28031. (Madrid-España) – danielegennaioli1@gmail.com – <https://orcid.org/0000-0003-1200-0684>

Cómo citar / How to cite: Gennaioli, Daniele (2023). «La Oficina y la Comisión Interministerial para la Promoción de la Moda: la proyección internacional de la alta costura durante el Franquismo desarrollista», *Historia Contemporánea*, 72, 595-629. (<https://doi.org/10.1387/hc.22934>).

Recibido: 24 junio, 2021; aceptado: 7 enero, 2022.

ISSN 1130-2402 - eISSN 2340-0277 / © 2023 Historia Contemporánea (UPV/EHU)



Esta obra está bajo una Licencia

Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

Introducción

Con el fin de la Segunda Guerra Mundial, pese a no recibir la ayuda del Plan Marshall, España fue englobada en la órbita de la superpotencia estadounidense, con quien empezó a estrechar lazos desde principios de los años 50. Tal y como recalca la historiografía tradicional, el paso decisivo hacia la legitimación internacional del régimen franquista se produjo en 1953, con la firma de los Pactos de Madrid: unos acuerdos que preveían la instalación de bases aéreas y navales norteamericanas en suelo ibérico, a cambio de apoyo militar, económico y técnico¹. Aunque ese acontecimiento tuvo gran interés político, fue solo en la década de 1960, cuando el ambicioso programa de relaciones bilaterales entre España y Estados Unidos alcanzó su apogeo.

El período que abarca de 1962 a 1969, rebautizado por Neal M. Rosendorf como la «golden era» de la cooperación entre el Ministerio de Información y Turismo (MIT) y el Ministerio de Asuntos Exteriores (MAE), se correspondió con el lapso en que Manuel Fraga Iribarne y Fernando María Castiella lideraron los dos departamentos gubernamentales, consiguiendo plena sinergia entre ellos². Nombrados ministros en 1962 y 1957 respectivamente, ambos propiciaron un cambio progresivo en las políticas de relaciones públicas que el régimen franquista había mantenido hasta entonces en el extranjero. Esta estrategia quedó patente desde el primer momento, a través de iniciativas transnacionales como la participación de España en la Exposición Universal de Bruselas de 1958³, donde el sector de la moda gozó de cierto relieve. Dado el carácter internacional de este certamen, el pabellón español apostó por visibilizar las diez casas de alta costura más destacadas del panorama barcelonés y madrileño, cada una de las cuales presentó una colección inspirada en el legado de Francisco de Goya⁴. Como explica Sandie Holguín, las ferias mundiales habían desempeñado tradicionalmente un papel relevante, presentando y

¹ Cfr. Portero, 2005, p. 151.

² Rosendorf, 2014, p. 80.

³ Como explica Sandie Holguín, en 1958, por primera vez tras el estallido de la Segunda Guerra Mundial, el fenómeno de la Feria Mundial había vuelto a Europa. Véase: Holguín, 2019.

⁴ Rosés Castellsaguer, 2020a. El artículo de Rosés es una reedición de una contribución que se publicó por primera vez en 2016 en el marco del simposio *Modernos a pesar de todo*, un evento organizado por la Fundació Història del Disseny (Barcelona).

moldeando tanto la identidad nacional de los estados participantes, como la percepción exterior que de ellos se tenía⁵.

En concreto, desde mediados de los años 60, Fraga vio en el turismo y la moda dos medios para proyectar una imagen mejorada del régimen y obtener la aceptación de las instituciones económicas internacionales. De acuerdo con Rosendorf, en el intento de obtener «respectability and acceptance» en Estados Unidos, el gobierno franquista elaboró un programa de relaciones públicas asentados sobre cinco conceptos principales: «Spain is historic», «Spain is modern», «Spain is esthetically *au courant*», «Spain is intimately bound up with the US» y «Spain is glamorous»⁶. Precisamente este último punto, uno de los más significativos dentro del plan estratégico, se asociaba con el propósito de transformar el país en un centro internacional del vestir capaz de atraer a «celebrities and other notables»⁷.

En este sentido, el régimen tenía como objetivo incrementar su reputación ante la audiencia estadounidense a través de un extenso programa cultural, que abarcaba los ámbitos del turismo, la alta costura e incluso la historia del arte. Como explica Tommaso Mozzati, con el ascenso del Franquismo se rehabilitaron algunos nombres considerados hasta entonces secundarios —como es el caso del escultor Alonso Berruguete—, que entraron a formar parte del moderno panteón de artistas nacionales y que el régimen usó en sentido propagandístico con la finalidad de establecer una «recognizable image of Spain»⁸.

Uno de los primeros pasos para acercarse a la audiencia estadounidense fue la creación de *Spanish Newsletter*: una revista mensual elaborada por la Oficina de Información Diplomática de Madrid y adaptada a la sensibilidad del público norteamericano, cuyo cometido fue fortalecer una representación de la España de Franco como una nación moderna y alejar el estigma de su pasado filofascista⁹. Al tiempo que la promoción del turismo y el desarrollo industrial se convirtieron en temas centrales de la publicación, también la alta costura cobró protagonismo dentro de su línea editorial. Desde principios de la década de 1960, además, los principales

⁵ Cfr. Holguín, 2019, p. 226.

⁶ Rosendorf, 2014, p. 81.

⁷ *Ibidem*. Con la postura de Rosendorf concuerda también Rosés, quien destaca que la alta costura sirvió como un «inmejorable cebo con el que atraer una afluencia de público adinerado». Rosés Castellsaguer, 2020a, p. 176.

⁸ Mozzati, 2021, p. 57.

⁹ Véase: Rosendorf, 2014, pp. 87-93.

medios de moda estadounidenses empezaron a prestar atención a las escenas de Madrid y Barcelona, incluyendo a corresponsales en España dentro de sus organigramas. En el período que va de 1963 a 1975, tanto *Vogue*, como *Harper's Bazaar* y *Women's Wear Daily*, instituyeron en sus plantillas una figura profesional afincada en la capital española, que denominaron *Madrid editor*¹⁰.

El corolario de este doble fenómeno queda reflejado en la Feria Mundial de Nueva York de 1964-1965, donde la moda representó uno de los ejes centrales del programa español¹¹. De acuerdo con la idea de visibilizar aspectos culturales, artísticos e históricos de la nación, el pabellón de España se convirtió en un escaparate para la promoción de las mejores producciones nacionales, dando énfasis a siete conceptos en particular: la pintura española de los grandes maestros del pasado —Velázquez, El Greco o Goya—, las artes escénicas, los productos alimentarios de exportación tradicional, la literatura, la artesanía, el turismo y la industria textil¹². Rosendorf, que en el volumen *Franco Sells Spain to America* destina todo un capítulo a las complejas relaciones diplomáticas que precedieron a la celebración de este evento¹³, señala que, al igual que la asistencia en las anteriores exposiciones universales, también la incorporación del país Ibérico a la feria neoyorquina ocultaba intereses de carácter político, puesto que el gobierno franquista contaba con renegociar una mejora de los pactos de 1953.

El éxito de este acontecimiento, financiado con casi 7 millones de dólares, estuvo probablemente detrás de la decisión del Ministerio de Información y Turismo de organizar, desde un punto de vista institucional, la compleja geografía de los organismos encargados de coordinar las acciones promocionales en materia de moda. Debido a la naturaleza policéntrica de la alta costura española, desde los años 40, hubo varias instituciones de carácter local que intentaron aunar a diferentes diseñadores en eventos colectivos. Tomando como referencia un artículo de 1978, escrito por la periodista María Pilar Comín, podríamos dibujar la historia de la moda española durante el franquismo a partir de tres organizaciones cardinales que coordinaron la proyección de España en el extranjero en las décadas que abarcan de 1940 a 1970. En junio de 1970, Comín, que por

¹⁰ Véase: Gennaioli, 2020; 2021.

¹¹ Véase: Rosendorf, 2014, pp. 155-190; Holguín, 2019, pp. 226-238.

¹² Cfr. Rosendorf, 2014, p. 172.

¹³ *Ibidem*, pp. 155-190.

entonces ya había percibido un punto de inflexión en el relato de moda nacional, tituló «Cenit y descenso español...» al párrafo conclusivo de una crónica para el diario barcelonés *La Vanguardia*¹⁴, realizando así un estado de la cuestión acerca de la proyección internacional de la alta costura española operada por el régimen. Haciendo un balance de los progresos alcanzados por Francia e Italia, frente al fracaso de España, la crónica mencionaba tres proyectos impulsados tanto por iniciativa privada, como a través del apoyo del gobierno franquista: la Cooperativa de la alta costura, la Comisión interministerial para la promoción de la moda española (CIPME) y la Cámara de la moda española (CME).

La primera de estas tres organizaciones, la Cooperativa de la alta costura, fue creada en 1941 en Barcelona: el principal centro de interés nacional en materia de moda desde finales del siglo XVIII, cuando la importancia de Cataluña se vinculó a la existencia de una próspera industria algodonera y una burguesía que apostó por el desarrollo del sector textil¹⁵. De acuerdo con Rosés, esta organización se moldeó sobre el patrón de la *Chambre Syndicale* parisina y fue impulsada por Segismundo de Anta, Ricardo Maese y Pedro Rodríguez, quien desempeñó el cargo de presidente hasta 1985¹⁶. Entre sus cometidos figuraba la organización de una presentación conjunta de varias casas catalanas con periodicidad semestral —generalmente celebrada en los meses de febrero y septiembre en el Hotel Ritz de Barcelona—, a través de los denominados Salones de la moda española: unas pasarelas pensadas para el mercado interior y con carácter predictivo¹⁷, que funcionaron como escaparate de la alta costura hispánica desde la década de 1940¹⁸, hasta mediados de los años 70.

Sin entrar en el detalle de cada una de las entidades anteriormente mencionadas, que no responde a los objetivos planteados por la presente investigación y cuyas historias serían complejas de restituir de forma íntegra¹⁹, cabe señalar que la Cámara de la moda surgió en 1971 como or-

¹⁴ Comín, 1978, p. 23.

¹⁵ Véase: Carbonell Basté y Casamartina Parassols, 2002, pp. 371-399.

¹⁶ Rosés Castellsaguer, 2020b.

¹⁷ Un editorial, publicado en 1951 por la revista *Alta Costura*, recoge: «La Cooperativa de la Alta Costura, por medio de estos Salones de la Moda, da la pauta a toda España en lo que a línea última y genuina orientación nacional de la misma se refiere». «Los Salones de la Moda Española: Su historia, sus fines, su labor», 1951, p. 29.

¹⁸ Casamartina Parassols, 2009; Pasalodos Salgado, 2008; Rosés Castellsaguer, 2020.

¹⁹ Pese a los numerosos estudios que se han sucedido desde finales de los años 2000, un relato completo sobre la Cooperativa está aún por escribirse. La principal dificultad de

ganismo autónomo orientado a la promoción de la alta costura y del prêt-à-porter nacionales²⁰. Pese a su significado en el proceso de internacionalización de las principales firmas españolas de los años 60, las agrupaciones mencionadas por Comín — así como la Oficina de promoción de la moda (OPME)— apenas han entrado en la literatura de moda contemporánea.

Si exceptuamos a la Cooperativa, cuyo relieve ha sido puesto en valor por la historiografía contemporánea²¹, los estudios de moda de ámbito español han otorgado escasa atención a los otros organismos activos en los mismos años. A excepción del profesor estadounidense Neal M. Rosendorf y del conservador Juan Gutiérrez, que han abordado ciertos aspectos de la CIPME, dejando al margen el discurso acerca de la OPME, no disponemos de estudios exhaustivos. En su volumen de 2014, Rosendorf se limitó a mencionar la existencia de esta entidad ministerial con el escueto comentario: «And finally in 1968, an «Inter-Ministry Commission for Fashion Promotion» including the MIT and the Foreign Ministry made an all-out PR push [...]»²². Por su parte, Gutiérrez reconstruía a nivel general su labor promocional, dentro del marco de una exposición monográfica

este proceso de reconstrucción reside en la escasez de documentación: por lo menos hasta la década de 1950, con la finalidad de proteger los diseños de sus integrantes de la copia, la organización barcelonesa no permitió la cobertura periodística de sus presentaciones. Cfr. Fernández de Alba y Garcés, 2021.

²⁰ Cfr. Casablanca Migueles, 2007, p. 272.

²¹ Una de las primeras en mencionar la labor de la Cooperativa fue Mercedes Pasalodos. Posteriormente, el coleccionista Josep Casamartina i Parassols abordó este mismo tema en el contexto de los desfiles de Barcelona de la primera mitad del siglo xx. Entre noviembre de 2017 y febrero de 2018, el Museo del Traje de Madrid rindió homenaje al diseñador Pedro Rovira con una exposición donde la Cooperativa volvía a ser objeto de debate («Pedro Rovira, de la alta costura al prêt-à-porter»). Un año después, el centro ISEM Fashion Business School de la Universidad de Navarra organizó una exhibición comisariada por la coleccionista Lydía García y por la profesora Amalia Descalzo Lorenzo, que arrojaba luz sobre la vinculación de la institución con Cristóbal Balenciaga («La Cooperativa de la Alta Costura Española»). Sin embargo, ambas exhibiciones no produjeron catálogos. Más completas desde un punto de vista académico, han sido las comunicaciones presentadas por Sílvia Rosés Castellsaguer en dos simposios de la Fundació Història del Disseny de Barcelona, primero en 2016 y posteriormente en 2019. A esta última ponencia, le siguió un artículo publicado por la prestigiosa revista *Fashion Theory*. Casamartina Parassols, 2009. Pasalodos Salgado, 2008. Rosés Castellsaguer, 2019; 2020a; 2020b.

²² Rosendorf, 2014, p. 102.

dedicada al modisto Manuel Pertegaz y únicamente a través del archivo digital del diario *La Vanguardia*²³.

Dejando a un lado tanto la Cooperativa de la alta costura, como la Cámara de la moda, el presente artículo se propone como un primer trabajo acerca de la OPME y de la CIPME, dos proyectos pioneros en el intento de coordinar el sistema de la alta costura española que, hasta mediados de los años 60, se presentó como una estructura fragmentada en casi tantas agrupaciones como sus principales centros geográficos. Con el objeto de reconstruir la historia de estas instituciones, estudiar sus organizaciones funcionales y definir sus responsabilidades, me planteo las siguientes preguntas: ¿Qué rol tuvieron tanto la OPME, como la CIPME, en la promoción de la moda española en el extranjero? Y, ¿qué relación mantuvo el Ministerio de Información y Turismo con los medios de moda estadounidenses?

Para llevar a cabo la investigación, se han consultado archivos privados y de dominio público: es el caso de los fondos documentales de la ex *Madrid editor* de *Vogue* Aline Romanones²⁴, custodiados por la Fundación Aline Condesa vda. de Romanones, además de una selección de material administrativo conservado por el Archivo de la Administración General del Estado (Alcalá de Henares, Madrid). En este sentido, el presente estudio revisa un conjunto de documentos hasta ahora inéditos, relativos a los organismos que se constituyeron en el seno del Ministerio de Información y Turismo a partir de 1965, para promocionar la alta costura española dentro de las fronteras nacionales y en el extranjero. Esta fuente documental desconocida, que por su naturaleza podría constituir un fondo aparte, permite reconstruir la historia institucional y la estructura orgánica y funcional de la OPME y de la CIPME.

²³ Véase: Gutiérrez, 2017, pp. 26-28.

²⁴ Nacida Marie Aline Griffith Dexter (1920-2017), la condesa de Quintanilla y Romanones fue una figura muy conocida en las crónicas sociales españolas debido principalmente a su faceta de icono de estilo y novelista. Norteamericana de nacimiento, se trasladó a España durante la Segunda Guerra Mundial, trabajando como espía para el servicio de inteligencia estadounidense O.S.S. (Office of Strategic Services). Su entrada en el interior de la alta sociedad madrileña estuvo vinculada a la boda con el aristócrata Luis Figueroa y Pérez de Guzmán el Bueno, acaecida en 1947. Véase: Gennaioli, 2020; 2021. Loftis, 2021.

OPME y CIPME: estructura organizativa y funcional

El momento al que se suele hacer referencia como el comienzo de la internacionalización de la alta costura hispánica corresponde con el *I Festival de la Moda Española* de 1952. En agosto, la Cooperativa de la alta costura con el apoyo de la compañía Goetsch y Cía, en calidad de representante de veinticinco grandes almacenes estadounidenses, reunió a las colecciones de Pedro Rodríguez, Asunción Bastida, El Dique Flotante, Pertegaz y Santa Eulalia en un desfile colectivo²⁵. Como había ocurrido casi dos años antes en Florencia, cuando al marqués y hombre de negocios Giovanni Battista Giorgini convocó a trece firmas italianas en su propia vivienda, Villa Torrigiani²⁶, cinco casas barcelonesas se agruparon para realizar una pasarela conjunta en el Hotel Palace de Madrid, ante una audiencia especializada, compuesta por compradores y prensa norteamericana. El evento, estratégicamente pensado para el mercado de Canadá y Estados Unidos, tuvo una discreta cobertura periodística tanto en los medios de comunicación nacionales, como transoceánicos, con reportajes en las revistas y rotativos *Alta Costura*, *La Moda en España*, *Life*, *New York Times* y *Women's Wear Daily*²⁷.

Al margen de su relevancia en transmitir un imaginario estilístico unitario y coherente, basado en el precio reducido de los modelos, la inclinación de los modistos hacia la adopción de diseños clásicos y la calidad de la confección, los festivales de la moda española —cuya celebración llegó a ser replicada en hasta siete ediciones²⁸—, no marcaron el inicio de una masiva campaña de promoción de los diseñadores nacionales. Un hecho que resulta evidente si consideramos que, hasta los años 60, las ediciones estadounidenses de *Harper's Bazaar* y *Vogue*, prototipos de publicaciones femeninas transoceánicas por antonomasia, dieron cobertura periodística a las principales casas españolas de forma esporádica y en contadas ocasiones. En el período que va de 1952 a 1962, ambas revistas se centraron únicamente en el esfuerzo de posicionar a la Península Ibérica entre los nuevos destinos turísticos, inmortalizando sus arquitecturas y sus

²⁵ De acuerdo con Sílvia Rosés Castellsaguer, los ateliers mencionados eran considerados como las «cinco casas más importantes del panorama estatal». Rosés Castellsaguer, 2020a, p. 178.

²⁶ Vergani, 1992.

²⁷ Rosendorf, 2014; Gennaioli, 2021.

²⁸ Rosés Castellsaguer, 2020a; Velasco Molpeceres, 2021.

paisajes más representativos. Exceptuando a Cristóbal Balenciaga —cuya firma principal estaba afincada en París—, y salvo un par de anuncios publicitarios sobre Asunción Bastida y Pedro Rodríguez, los modistos españoles quedaron al margen del contenido editorial de *Bazaar* en la década de 1950. Por otro lado, en 1956, las colecciones de Barcelona y Madrid salieron del ámbito de interés de *Vogue* —una publicación que en 1953 había inaugurado un número especial sobre moda internacional— y regresaron a la cabecera tan solo seis años después²⁹.

Pese a su trascendencia, la Cooperativa, pionera en orquestar un proceso que tildaríamos como «primera internacionalización», fue una entidad con naturaleza local. La institución de una organización interministerial para la promoción de la moda española se remonta a finales de los años 60 y fue precedida por una serie de proyectos preliminares que lograron establecer un puente con Estados Unidos, el principal interlocutor transnacional de España después de la Segunda Guerra Mundial. Por citar un ejemplo, en un artículo de octubre de 1964, la revista *Women's Wear Daily* alababa la labor del modisto Jesús Vargas —integrante del dúo de diseñadores Vargas-Ochagavía—, quien ostentaba el cargo de presidente del Grupo Sindical de Alta Costura³⁰: una nueva asociación perteneciente al Sindicato nacional textil, a la que casi todos los miembros de la Cooperativa barcelonesa de la alta costura se habían adherido. Pese a que la cabecera estadounidense calificara este colectivo como «*national couture group*», celebrando la configuración de una agrupación sólida de carácter nacional, también reconocía que el problema más urgente de la moda española residía en su desorganización, como resultado de una excesiva fragmentación en entidades locales, incapaces de coordinar un programa conjunto de desfiles.

Barcelona had its own local couture group, now surpassed by the national group and the absence of Pertegaz, who has now severed all ties with his city group. The latter was composed of Pertegaz, Pedro Rodríguez, Asunción Bastida, El Dique Flotante, and Santa Eulalia. The newer national group, located in Madrid, is composed of the older Barcelona group (minus, El Dique Flotante, who has left the couture

²⁹ Gennaioli, 2020; 2021.

³⁰ Mencionada con esta denominación por el periódico *La Vanguardia Española*, la entidad parece coincidir con el Grupo Nacional de la Alta Costura: una organización que se constituyó en Madrid en 1955. «La II Lonja Textil de España», 1964, p. 22. Salcedo Berrueta, 2020, como se citó en Casamartina Parassols, 2021, p. 149.

for rtw, and Santa Eulalia) plus Elio Berhanyer, Vargas Ochagavía, Herrera y Ollero, Pedro Rovira (Barcelona) Marbel, Lino, and Pertegaz.³¹

Muy probablemente, la primera organización de carácter estatal, especialmente destinada a gestionar las actividades de difusión relacionadas con la alta costura española, fue la Oficina de promoción de la moda, cuya creación se impulsó a raíz del triunfo cosechado por los diseñadores de Barcelona y Madrid en la Feria Mundial de Nueva York. Según apunta un artículo del rotativo *ABC*, publicado en marzo de 1968, esta entidad gubernamental se fraguó por decreto de 22 de junio de 1965 y estuvo vinculada a la Secretaría General Técnica del Ministerio de Información y Turismo³². Pese a que ni el archivo físico³³ ni el formato digital del *Boletín Oficial del Estado* recogen esta información, una orden ministerial de 20 de mayo de 1968, relativa a la vigencia de ciertas disposiciones reguladoras promulgadas en los años anteriores, señalaba: «Orden comunicada de 9 de junio de 1965 por la que se crea la Oficina de Promoción de la Moda Española»³⁴. La efectiva puesta en marcha de este proyecto en el año 1965 es confirmada también por un documento del Archivo General de la Administración Civil del Estado, donde se lee:

En 1965 se creó la Oficina de Promoción de la Moda en el seno de la Secretaría General Técnica, ampliándose la gama de realizaciones en base al millón de pesetas destinados a ese fin. En vista de su creciente auge y del constante aumento en la recaudación por el concepto de Impuesto sobre el Lujo, se creyó conveniente la creación de un cauce adecuado que recogiese todas las iniciativas promotoras de Alta Costura buscando la fórmula más eficaz y a la vez lograr su máxima difusión.³⁵

Ciñéndonos a la información que nos proporcionan el escrito anterior y el diario *ABC*, la OPME, que desde 1966 fue presidida por José Aragón Cañizares³⁶, patrocinó la alta costura nacional a través de una extensa cober-

³¹ «Chance for an Organization Of Spain Couture Still Remote», 1964, p. 6.

³² Sargatal, 1968, p. 75.

³³ La consulta se ha realizado en la Biblioteca Nacional de España (BNE).

³⁴ Orden de 20 de mayo de 1968 del Ministerio de Información y Turismo por la que se hace pública la tabla de derogaciones y vigencias de las disposiciones reguladoras de las estructuras del Departamento y sus Organismos (*BOE* núm. 169 de 15 de julio de 1968).

³⁵ CIPME, 1970.

³⁶ A partir de 1966, Aragón Cañizares compatibilizó el cargo de jefe de la OPME con el puesto de jefe de la Sección de traducciones de la Secretaría general técnica del Ministerio de Información y Turismo. OPME, 1970.

tura mediática y con la celebración de algunos desfiles en importantes ciudades europeas como Amberes y Montecarlo³⁷. En una primera etapa, este organismo ministerial adoptó la fórmula de encuadrar los pases de moda en el marco de las denominadas como «semanas españolas» —donde se englobaban las exhibiciones de recursos turísticos, también conocidas con el término «Expoturs»—, es decir: dentro de unas exposiciones itinerantes que se mantuvieron activas hasta principios de los años 70, mostrando al público varios aspectos del País Ibérico³⁸. En este sentido, como parte de los actos de marzo de 1966 para celebrar el centenario de la capital monegasca, junto con dos desfiles de alta costura, también actuaron: la organización Coros y Danzas de la Sección Femenina, el compositor flamenco Arturo Pavón, la cantante de copla Luisa Ortega e incluso el tenista Manuel Santana, quien participó como invitado de honor en un acontecimiento deportivo³⁹.

En la década de 1960, en paralelo con la coordinación de un sistema expositivo de desfiles para la audiencia internacional, la alta costura de España empezó a tener un peso real en las publicaciones estadounidenses. El giro en la perspectiva resultó evidente con los reportajes «In the Spanish Fashion»⁴⁰ y «Sophisticated fashion in old Barcelona»⁴¹, publicados en el bienio 1963-1964 por dos cabeceras dirigidas al público generalista y no específicamente relacionados con la moda, en concreto: las revistas *Look* —un semanario de amplia difusión al que el gobierno franquista había intentado acercarse desde los años 40⁴²— y *Life*.

La estructura de la OPME, que desde su fundación dependió únicamente del Ministerio de Información y Turismo, cambió a finales de 1967. En diciembre de ese mismo año, se creó la Comisión interministerial para la promoción de la moda española: un organismo encabezado por un representante del Ministerio de Comercio y compuesto tanto por miembros de la Organización Sindical, como por delegados de los ministerios de Información y Turismo, Hacienda, Industria y Comercio⁴³. De acuerdo con Rosés, la institución de la CIPME tuvo como finalidad la creación de un puente entre las casas de moda y el Ministerio de Hacienda, que aquel año

³⁷ Sargatal, 1968, p. 75.

³⁸ Véase: Holguín, 2019, pp. 238-240.

³⁹ «El Ministro español de Asuntos Exteriores en Mónaco», 1966.

⁴⁰ Troxell Stark, 1963.

⁴¹ «Sophisticated fashion in old Barcelona: A Dazzling Flair from Spain», 1964.

⁴² Rodríguez-Escobar, 2019.

⁴³ CIPME, 1970.

había provocado una fuerte reacción de protesta por parte del gremio de la alta costura, sacudido por la denominada «Ley del Lujo»⁴⁴.

Además de favorecer la comunicación entre los departamentos de varios ministerios, resulta curioso constatar que, entre 1968 y 1971, la CIPME dirigió sus políticas en tres líneas concretas, coordinando las presentaciones de las colecciones de moda española para los compradores extranjeros, otorgando ayudas directas a las escuelas dedicadas a formar personal especializado y, finalmente, desplegando una masiva acción de promoción publicitaria en medios extranjeros⁴⁵.

Por otro lado, cabe destacar que la OPME no había desaparecido por completo. La CIPME, con Joaquín Juste Cestino al frente de la Secretaria General Técnica desde octubre de 1965⁴⁶ hasta octubre de 1969⁴⁷, la englobó como un departamento más —encomendándole unas funciones de secretaría—, y encargó su dirección a Aragón Cañizares.

En 1970, el organigrama de la CIPME se organizaba virtualmente en una estructura piramidal. En el vértice se encontraba el presidente: Miguel Ángel Santamaría Conradi, director general de política comercial del Ministerio de Comercio. En un segundo nivel se situaban dos vicepresidentes: Manuel Quintero Núñez, comisario general de ferias y promociones comerciales del Ministerio de Comercio, y Ernesto de la Orden Miracle, secretario general técnico del Ministerio de Información y Turismo⁴⁸. De ellos dependía la función de secretario general de la CIPME, desempeñada por José Aragón Cañizares, que era a su vez jefe de la OPME. Entre sus tareas estaba la coordinación de ocho vocales y de un secretario de actas (Figura n.º 1).

⁴⁴ En 1966, el gobierno franquista impuso un severo impuesto sobre el lujo. Esta disposición generó una ola de indignación dentro del gremio de las maniqués y, de manera más general, en todo el sector de la alta costura, que llegó al punto de suspender los desfiles del Salón de la Moda Española. Como explica Rosés, esta tasa se detuvo al considerar la alta costura como artesanía. No obstante, se trató de una interrupción momentánea. Rosés Castellsaguer, 2020.

⁴⁵ CIPME, 1970.

⁴⁶ Decreto 3154/1965, de 21 de octubre, por el que se nombra para el cargo de Secretario general técnico a don Joaquín Juste Cestino (*BOE* núm. 260 de 30 de octubre de 1965).

⁴⁷ Decreto 2425/1969, de 9 de octubre, por el que se designa Embajador de España en Bogotá a don Joaquín Juste Cestino (*BOE* núm. 257 de 27 de octubre de 1969).

⁴⁸ Ernesto de la Orden sustituyó a Joaquín Juste en la posición de secretario general técnico del Ministerio de Información y Turismo en octubre de 1969. Decreto 2825/1969, de 23 de octubre, por el que se nombra Secretario general técnico a don Ernesto de la Orden Miracle (*BOE* núm. 274 de 15 de noviembre de 1969).

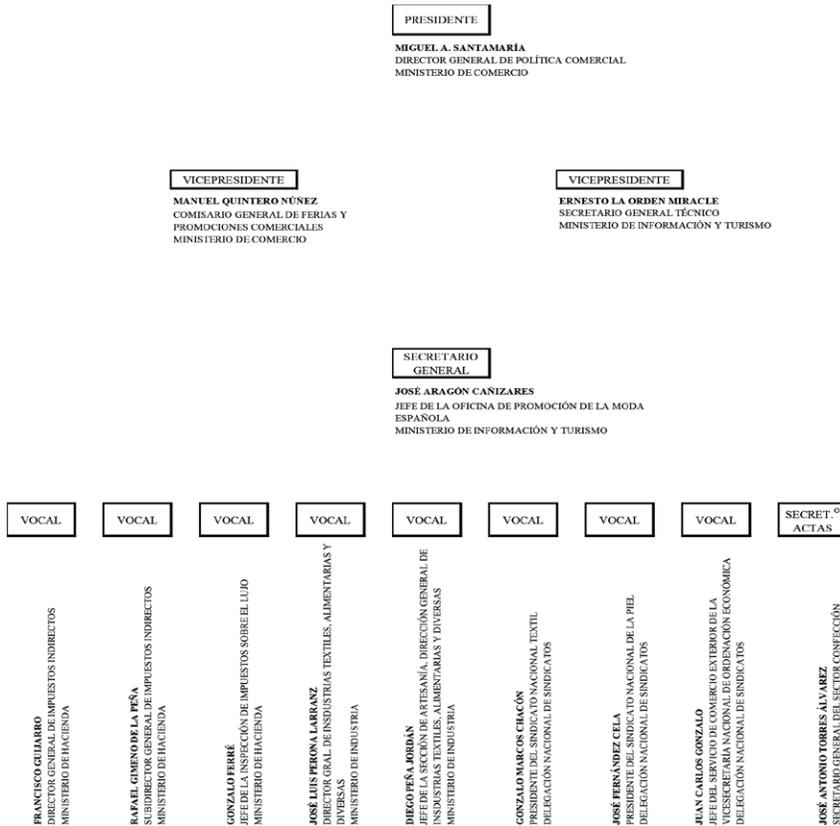


Figura 1
Organigrama Comisión Interministerial para la Promoción de la Moda Española 1970

En paralelo a la creación de la CIPME, se instituía también un comité operativo involucrado en los procesos de instalación de las pasarelas de alta costura. La denominada Comisión de desfiles, conocida también como Comisión organizadora de las colecciones, trabajaba bajo la competencia directa de José Aragón Cañizares y de Ernesto de la Orden Miracle, es decir: bajo la OPME y la Secretaría General Técnica del Ministerio de Información y Turismo. Su organigrama contaba con Gonzalo Marcos

Chacón y José Fernández Cela, en calidad de vocales, y con dos asesores más: Santiago López Gabarró, presidente de la Agrupación nacional de la alta costura, y Segismundo de Anta Fraile, director del Instituto de la moda en el vestir (Figura n.º 2)⁴⁹.

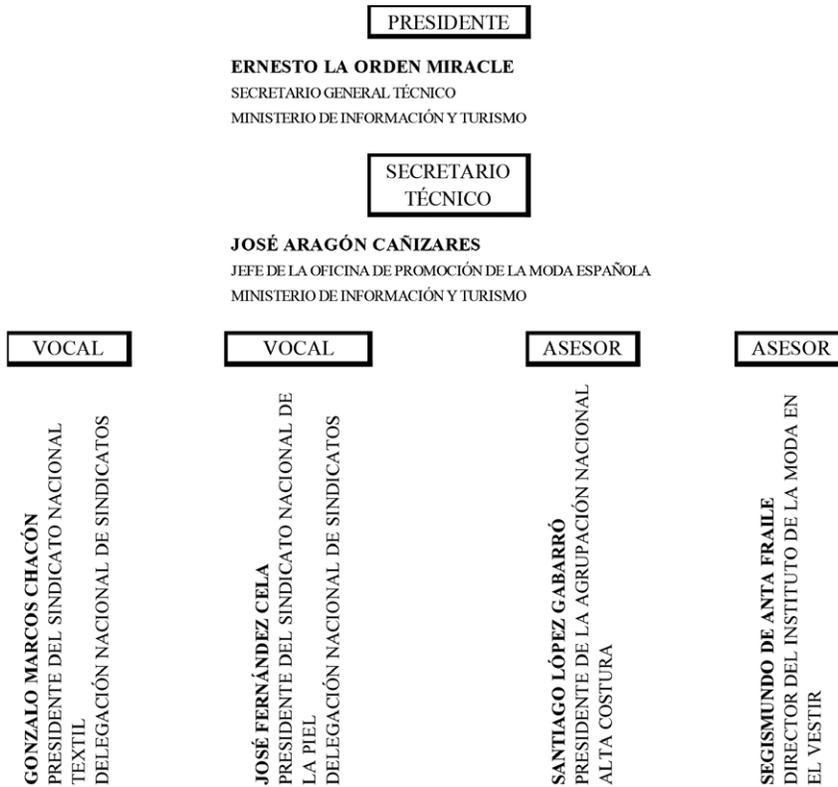


Figura 2
Organigrama Comisión de desfiles 1970

⁴⁹ Toda la información relativa a las plantillas tanto de la CIPME, como de la Comisión de desfiles, está registrada en un documento conservado por el Archivo General de la Administración Civil del Estado. CIPME, 1970.

En septiembre de 1970 la Comisión de desfiles se ampliaba al ser oficialmente incluida Aline Griffith, condesa de Quintanilla y Romanones, como tercera vocal⁵⁰. Enfocando el discurso en el análisis de esta última figura, cabe destacar el papel de mediadora que la aristócrata desempeñó entre las instituciones oficiales del gobierno español y *Vogue*, revista para la que operó como corresponsal desde enero de 1964 hasta diciembre de 1982⁵¹. El comienzo de Romanones como colaboradora en los organismos ministeriales destinados a apoyar la proyección de la costura española en el extranjero se remonta probablemente a 1965, cuando empezó a asesorar a la OPME en ocasión de las pasarelas destinadas al mercado norteamericanos⁵². Desde 1968, tras involucrarse activamente en la organización de los pases en la Embajada española de Washington y en los desfiles del pabellón español en la *HemisFair* de San Antonio (Texas)⁵³, su posición en el seno de la CIPME se consolidó con una progresiva ampliación de su influencia en las relaciones públicas transatlánticas.

A finales de la década de 1960, al mismo tiempo que Aragón Cañizares reforzaba su red de contactos dentro del sector editorial internacional⁵⁴, la estructura de la CIPME sufría una serie de cambios de carácter institucional. En 1969, por ejemplo, ocurrieron dos modificaciones significativas dentro del Ministerio de Información y Turismo: Joaquín Juste fue cesado en su cargo de secretario general técnico⁵⁵ y Alfredo Sánchez Bella reemplazó a Manuel Fraga como ministro. En este nuevo contexto cobran fuerza las palabras de la periodista María Pilar Comín que, en 1977, escribía en las páginas de *La Vanguardia Española*:

Era cuando el señor Fraga Iribarne, ministro, entonces, de «Información y Turismo», inició la famosa Comisión Interministerial para Promoción de la Moda Española y metió en el berenjenal al señor Ca-

⁵⁰ Fondevila, 1970.

⁵¹ Gennaioli, 2020; 2021.

⁵² Griffith Condesa de Romanones, 1972.

⁵³ «La alta costura española será exhibida en Norteamérica», 1968, pp. 61-62

⁵⁴ En este sentido, cabe destacar la correspondencia sistemática entre Aragón Cañizares y algunas figuras del periodismo italiano, como es el caso de Nanda Calandri, columnista del periódico *Il Messaggero*.

⁵⁵ Decreto 2824/1969, de 23 de octubre, por el que se dispone el cese de don Joaquín Juste Cestino como Secretario general técnico del Ministerio de Información y Turismo (*BOE* núm. 274 de 15 de noviembre de 1969).

ñadas, que ocupaba a la sazón un cargo muy importante en el citado Ministerio. [...] Cogieron luego el timón don Joaquín Juste y don José de Aragón Cañizares, gran amigo, este último, de la prensa y entusiasta fervoroso de la tarea encomendada. Un buen día, se le apartó de su labor inopinadamente. «Información y Turismo» había pasado a manos de don Alfredo Sánchez Bella. [...] Aquello representó una fisura que no condujo a nada útil en la marcha de nuestras promociones más bien fue un bache innecesario.⁵⁶

Durante el año 1970, la configuración interna del Ministerio de Información y Turismo fue alterada por el decreto 836 de 21 de marzo⁵⁷, que derogaba algunas de las disposiciones publicadas en el *Boletín Oficial del Estado* de 18 enero de 1968, dirigidas a la reorganización de la administración civil, buscando una racionalización de la superestructura del aparato funcional. La nueva normativa anulaba la orden comunicada el 9 de junio de 1965, con la que se instituía la OPME, adscribiendo dicho organismo directamente al secretario general técnico. La idea de que la CIPME quedara vinculada a la Secretaría General Técnica se encontraba ya reflejada en un documento fechado en febrero donde, además, se abordaba la interrupción de una asignación complementaria a José Aragón Cañizares para su labor de jefe de la OPME⁵⁸.

En el bienio 1970-1971, se produjeron una serie de acontecimientos adicionales que modificaron el organigrama de la CIPME, cuya historia resulta difícil de reconstruir debido a las numerosas reformas que afectaron al Ministerio de Información y Turismo a finales de la década de 1960. En otoño de 1970, por ejemplo, Ernesto de la Orden Miracle dejaba su puesto como secretario general técnico. En una nota a José Luis Perona, motivaba su cese en calidad de miembro de la CIPME como consecuencia de que la competencia en materia de moda pasara de la Secretaría General Técnica a la Dirección general de promoción del turismo⁵⁹. Tal

⁵⁶ Comín, 1977, p. 32.

⁵⁷ Decreto 836/1970, de 21 de marzo, por el que se modifica el Decreto 64/1968 de 18 de enero, de reorganización del Ministerio de Información y Turismo (*BOE* núm. 80 de 3 de abril de 1970).

⁵⁸ OPME, 1970.

⁵⁹ Perona Larraz, 1970. Debido a las complejas dinámicas institucionales y a la escasa literatura sobre el proceso de reorganización que interesó la CIPME, he abordado la cuestión en sus líneas más generales, a partir de la correspondencia de Ernesto de la Orden Miracle.

y como apunta un canje de notas de Ernesto la Orden con Miguel Ángel Santamaría⁶⁰ y con Segismundo de Anta⁶¹, una vez separada de la Secretaría General Técnica, la OPME empezó a depender de Esteban Bassols Montserrat, quien por entonces lideraba la Dirección general de promoción del turismo.

Analizando la correspondencia entre los miembros de la CIPME, conservada por el Archivo General de la Administración Civil del Estado, es posible imaginar que José Aragón Cañizares permaneciera en su posición de jefe de la OPME, por lo menos, hasta abril de 1970⁶². Este cargo fue ocupado de forma transitoria primero por Bassols Montserrat, a mediados de 1970⁶³, para pasar posteriormente a manos de Aline Romanones, que reemplazó a Aragón Cañizares entre 1970 y 1971⁶⁴, quedándose en el puesto hasta mayo de 1972⁶⁵.

En el año 1971, además, se inauguraba la Cámara de la Moda que, según recoge Luís Casablanca Migueles, fue una entidad privada y se financió a través de las cuotas de sus integrantes y de las subvenciones estatales⁶⁶. La primera asamblea de esta nueva asociación se desarrolló en noviembre, en el salón de actos del Sindicato nacional textil. Un artículo de *La Vanguardia Española* permite conocer el régimen jurídico de la CME, que, citando textualmente: «se ha creado con una agrupación intersindical y se constituye como órgano ejecutivo autónomo de los Sin-

⁶⁰ De la Orden, 1970.

⁶¹ De Anta, 1970.

⁶² Una de las últimas cartas en la que es mencionado en calidad de jefe de la OPME se remonta al 30 de abril de 1970. OPME, 1970a.

⁶³ Esta consideración es confirmada por un informe fechado el 17 de julio, donde se calificaba a Bassols como el «nuevo Jefe de nuestra Oficina de Promoción de la Moda». OPME, 1970d.

⁶⁴ Se desconoce la fecha exacta en la que se produjo esta sustitución. Si bien en octubre de 1970, *La Vanguardia Española* se refería a José Aragón Cañizares todavía como «jefe de la oficina de Promoción de la Moda Española», un artículo publicado en diciembre de 1971, siempre por el periódico barcelonés, recogía el cambio con Romanones. «Visita del jefe de promoción de la moda del Ministerio de Información y Turismo», 1970, p. 27. «Barcelona, ventana de la moda abierta al mundo», 1971.

⁶⁵ A mediados de 1971, al tiempo que Romanones avisaba al entonces Ministro de Planificación y Desarrollo, Laureano López Rodó, sobre las ineficiencias que traían los constantes cambios en la plantilla de las diferentes comisiones interministeriales, también comunicaba a su hermano, William Griffith, la decisión de renunciar a su rol de jefe de la OPME. No obstante, la editora mantenía su puesto de asesora dentro de la CIPME. Griffith Condesa de Romanones, 1972a. Griffith Condesa de Romanones, 1972b.

⁶⁶ Casablanca Migueles, 2007, p. 272.

dicatos Textil y Piel, vinculada a la Vicesecretaría Nacional de Organización Económica, donde tendrá su sede oficial»⁶⁷. Jaime Francisco Comenge Puig, secretario de la CIPME, ocupaba su dirección, mientras que Francisco Avellá, vicesecretario nacional de ordenación económica, ostentaba el cargo de presidente. Por su parte, Gonzalo Marcos Chacón y José Fernández Cela, presidentes del Sindicato nacional textil y del Sindicato nacional de la piel respectivamente, habían sido nombrados vicepresidentes. El claustro directivo se completaba con los políticos Nemesio Fernández Cuesta y Carlos Díaz Monís, incluyendo también a personalidades vinculadas a distintos niveles con la CIPME, como era el caso de: Esteban Bassols, José Luis Perona y Manuel Quintero Núñez⁶⁸. Bajo el apartado «Promoción del “*made in Spain*”», el rotativo barcelonés acababa:

Sus fines serán impulsar y organizar la creación de una moda de estilo español basada en artículos manufacturados en España, y proporcionar a sus miembros las ayudas técnicas para favorecer el desarrollo de sus empresas, promoviendo y divulgando la moda creada, a fin de que tenga eficacia no solo en España, sino, especialmente en el extranjero [...] la Cámara tiene su antecedente más cercano en la Comisión Interministerial para la Promoción de la Moda, creada por el Gobierno hace cuatro años [...]. En el transcurso de estos años se ha visto la necesidad de que el sector privado opere en él la misma coordinación que se había producido en la Administración al crear la Comisión Interministerial; es decir, reunir en una misma entidad a todos los sectores, entidades y actividades que operan en el mundo de la moda; en primer lugar, para coordinarlos entre sí, y en segundo lugar para ofrecer a la Comisión Interministerial una colaboración conjunta y eficaz.⁶⁹

⁶⁷ «Ha sido creada la Cámara de la Moda Española», 1971, p. 12.

⁶⁸ En el artículo se indica a «don Manuel Quintero Mola, director general de Exportaciones» como componente de la CME. Si nos limitamos a la denominación de su rol ministerial, es muy fácil imaginar que se trate de una errata y que el periodista hiciera referencia a Manuel Quintero Núñez. En términos generales, los cargos de los miembros que formaron esta nueva agrupación se han mantenido tal y como aparecen en la nota informativa fechada el 2 de junio de 1970 (nota n.º 28). Por otro lado, no se ha podido encontrar referencia alguna relativa a Francisco Avellá, quien es mencionado en calidad de «vicesecretario nacional de Ordenación Económica». *Ibidem*.

⁶⁹ *Ibidem*.

El texto anterior plantea dos cuestiones distintas: por una parte, la CME no se creó en sustitución de la CIPME y, por otro lado, ambos organismos tuvieron responsabilidades similares. Pese a que desempeñasen funciones parecidas —al menos programáticamente—, una cronista atenta como María Pilar Comín reconocía que, ya durante las primeras pasarelas de 1972, se pudo haber producido un traspaso de competencias⁷⁰. En otra entrevista a Segismundo de Anta, secretario general de la Cooperativa de la alta costura, Comín volvía a precisar mejor el ámbito de actuación de ambas agrupaciones, dejando entrever una relación de dependencia, donde la CME aparecía como el órgano ejecutivo de la CIPME⁷¹: el director de la CME, actuando también como secretario de la CIPME, trasladaba a esta última las necesidades y las opiniones de la industria privada, ejecutando además «sus acuerdos»⁷². Por su parte, disconforme con la reducción de la inversión destinada a la promoción de la alta costura española, Anta ofrecía otro dato de interés: la Comisión de desfiles habría pasado a depender de la CME⁷³.

Varios artículos de Comín⁷⁴, donde mencionaba la labor tanto de la CIPME como de la CME, dan a entender que ambas estuvieron en activo al menos hasta 1977, cuando el Ministerio de Información y Turismo se disolvió a raíz de la Reestructuración de la administración central del estado⁷⁵. Al tiempo que el Ministerio de Comercio se convertía en Ministerio de Comercio y Turismo, el Real Decreto 1558/1977, de 4 de julio, impulsó la creación de una Secretaría de Estado de Turismo con la tarea de asumir todas las competencias de la Subsecretaría de Turismo. Las otras unidades del Ministerio de Información y Turismo (con excepción de las que se atribuían al Ministerio de Comercio y Turismo), en cambio, se integraban en el recién nacido Ministerio de Cultura y Bienestar. En este nuevo contexto, la alta costura parecía perder su centralidad en la estrategia de imagen de España en el exterior.

⁷⁰ Comín, 1972, p. 41.

⁷¹ Comín, 1973a, p. 31.

⁷² Figueras, 1973, p. 36.

⁷³ Comín, 1973a, p. 31.

⁷⁴ Comín, 1977; 1977a; 1978.

⁷⁵ Real Decreto 1558/1977, de 4 de julio, por el que se reestructuran determinados órganos de la Administración Central del Estado (*BOE* núm. 159 de 5 de julio de 1977).

OPME y CIPME: responsabilidades

Focalizando nuestro análisis en la protección estatal de la alta costura y la alta confección⁷⁶ en forma de ayudas económicas, cabe destacar que el gobierno español desplegó un considerable paquete de medidas para la instalación de una pasarela semestral, destinada a la prensa y compradores norteamericanos. Desde el primer desfile colectivo, inaugurado en Barcelona en el verano de 1968, se cuentan un total de diez ediciones para este certamen, cuyo cese se produjo oficialmente en julio de 1973, coincidiendo con la interrupción de las subvenciones a cargo del presupuesto ordinario del Estado para las firmas exhibidoras⁷⁷.

Patrocinada por la CIPME, esta iniciativa se había cimentado sobre la intención de conciliar las colecciones españolas con el calendario de los desfiles internacionales, colocando los países ibéricos después de las pasarelas italianas y antes de las francesas. Para facilitar el trabajo de los compradores de visita en Europa, desde enero de 1969 y durante cuatro años, las casas de Barcelona y Madrid se aunaron sistemáticamente en la capital española para una manifestación conjunta. De acuerdo con María Pilar Comín, al celebrar acontecimientos de esta naturaleza, España buscaba:

[...] Entrar en la órbita del prestigio, que la atención internacional respalda como consecuencia de las exhibiciones oficiales. Prestigio que, como ya hemos dicho, puede ser la mejor propaganda para otros productos industrializados de la moda española.⁷⁸

Como demuestra una crónica de la cabecera *Women's Wear Daily*⁷⁹, el proyecto de posicionamiento internacional de España, a través de una pasarela común para el ámbito de la alta costura, se había gestado en 1965, volviéndose efectivo únicamente tres años después. En realidad, la condición simbólica de Madrid como capital del vestir reforzaba el plan de construir una reputación transatlántica en todo el ámbito textil y de la confección. En este sentido, pese a no mencionar expresamente los ar-

⁷⁶ Con este término nos referimos a marcas a medio camino entre la alta costura y el *prêt-à-porter*, como *Pertegaz Boutique* y *Elio Vanguardia*. Estas dos líneas dependían formalmente de las firmas *Pertegaz* y *Elio Berhanyer*; su producción, aún no industrializada, tenía como características una alta calidad y la confección en pequeñas series.

⁷⁷ Comín, 1973, p. 8.

⁷⁸ *Ibidem*.

⁷⁹ De Leusse, 1965.

títulos de alta costura, el I Plan de desarrollo identificaba el sector textil como la actividad manufacturera de mayor rendimiento —en términos de exportaciones— dentro de las industrias productoras de bienes de consumo durante el año 1962 y preveía un aumento de producción en las áreas de los tejidos de algodón y lana, los géneros de punto y la confección a lo largo de los cinco años siguientes⁸⁰.

En junio de 1970, al difundir una nota informativa sobre el trabajo de la CIPME durante los tres años anteriores, el Ministerio de Información y Turismo realizaba un balance de la situación, destinando una parte significativa de este informe al sistema de financiación. Bajo el título de «Aspectos económicos», recogía el progresivo incremento de las cuantías asignadas a la CIPME, que pasaron de los 12.000.000 de pesetas de 1968 a los 20.000.000 reseñados en el presupuesto del Ministerio de Comercio para 1970⁸¹.

Al margen de poner en relieve las dificultades y la lentitud de una estructura difusa, cuya acción recaía en varios ministerios, el documento refleja que las debilidades de este organismo se manifestaron de una forma evidente casi desde el primer momento. A finales de 1969, por citar un ejemplo, el procurador Juan Manuel Fanjul Sedeño presentaba una enmienda a una subvención extraordinaria de 20.000.000 de pesetas, que las Cortes habían aprobado para la promoción de la moda española relativa al año en curso y cuyo importe estaba asignado casi en su totalidad⁸². Si bien la enmienda fue finalmente retirada y la CIPME obtuvo un crédito extraordinario en diciembre de 1969⁸³, este incidente es útil para comprender la reticencia de ciertos sectores de la política a considerar la moda como un eje estratégico de la política exterior española.

Abordando ahora el asunto de la distribución de estas ayudas entre los diferentes profesionales del sector textil, el informe de 1970, mencionado con anterioridad, esclarece que la CIPME coordinó sus recursos principalmente en dos direcciones: por un lado, hacia las casas de alta costura, que recibieron cantidades proporcionalmente mayores siempre que confeccio-

⁸⁰ Véase: Prados Arrarte, 1965, pp. 100-103.

⁸¹ CIPME, 1970.

⁸² Secretaría General Técnica, 1969; 1969a.

⁸³ Ley 93/1969, de 30 de diciembre, sobre concesión de un crédito extraordinario al Ministerio de Comercio de 20.000.000 de pesetas, con destino a satisfacer los gastos que origine durante el corriente año la promoción de la moda española (*BOE* núm. 313 de 31 de diciembre de 1969).

naran sus colecciones con tejidos de producción nacional, y, por otro, financiando a las publicaciones de moda. En este sentido, además de la nota informativa redactada por la CIPME en junio de 1970 y relativa al bienio 1968-1970, otro documento fechado el 29 de abril evidencia que se destinó una partida de gasto ingente, superior a la tercera parte del total de las subvenciones que el sector textil y de la confección recibió en 1970, «a la publicidad en revistas y diarios extranjeros»⁸⁴.

En lo referente al primer punto, una comunicación de diciembre de 1969, elaborada con la finalidad de notificar al secretario técnico general todas las partidas de gasto necesarias para organizar las pasarelas de enero de 1970, señalaba como central el propósito de otorgar prestigio a los tejidos españoles a través de los modistos de Madrid y Barcelona. Entre las líneas guía del programa para los desfiles de 1970, el entonces Secretario general técnico del Ministerio de Información y Turismo había incluido un extenso apartado relativo a las subvenciones. Como en años anteriores, cada casa de alta costura recibiría la cantidad de 100.000 pesetas para la confección de una colección de 45 modelos⁸⁵. Este importe se incrementaría en 50.000 pesetas para quienes cumplieran con otros dos criterios: que el tejido utilizado por el diseñador fuera de producción nacional en un porcentaje mínimo del 40% y que la colección tuviera interés para los compradores extranjeros. Por otro lado, para fomentar las presentaciones colectivas, la CIPME destinaba otras 75.000 pesetas a las casas que decidieran participar en una pasarela conjunta en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Madrid.

Al menos hasta principios de los años 70, además, el Ministerio de Información y Turismo estableció una sinergia con las más prestigiosas cabeceras de moda internacionales, lo que en cierto modo permitió potenciar la cobertura periodística que España recibió en ese período. De acuerdo con un documento de abril de 1970, el aumento de la proyección internacional de la alta costura y del turismo hispánicos se produjeron a cambio de una inversión publicitaria por parte del gobierno español, que colaboró con una aportación económica para la adquisición de un cierto número de páginas en diferentes revistas extranjeras (Imagen n.º 1). En este sentido, el medio de mayor interés, tanto en términos de páginas adquiridas como por tamaño de la inversión, era *Vogue*, en sus ediciones francesa y esta-

⁸⁴ CIPME, 1970a.

⁸⁵ De la Orden, 1969.

dounidense⁸⁶. A continuación, se encontraban: *International Herald Tribune*, *Harper's Bazaar* y *Women's Wear Daily*.

- 4 -

CAPITULO I - PUBLICIDAD EN REVISTAS Y DIARIOS EXTRANJEROS		
=====		
WOMEN'S WEAR DAILY, diario de Nueva York 6 páginas, 10.732,50 dólares ...	751.275,-	
INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE, diario de Paris, - 6 páginas	1.744.344,-	
VOGUE, edición francesa, Paris 40 páginas en blanco y negro en los números de las colecciones (Marzo y Septiembre) al 50%....	1.323.940,-	
42 páginas en blan- co y negro, en núm- ros ordinarios al - 50%	1.126.020,-	2.449.960,-
VOGUE, revista de Nueva York 4 páginas, 22.000 \$	1.540.000,-	
HARPER'S BAZAAR, revista de Nueva York, 4 páginas, 22.000 \$	1.540.000,-	8.025.579,-
CAPITULO II - IMPREVISTOS		
=====		
Para atenciones publicitarias relacio- nadas con prensa extranjera	24.421,-	24.421,-
	SUMA TOTAL	20.000.000,-
		=====

Imagen n.º 1

Nota para el Ministro de Información y Turismo del 29 de abril de 1970

Fuente: AGA, (3) 49.023, Caja 45312.

⁸⁶ CIPME, 1970a.

Precisamente a comienzo de la década de 1960, al tiempo que los diseñadores nacionales salían del aislamiento de la etapa más autárquica del franquismo, las revistas de moda norteamericanas con mayor trayectoria habían reforzado su presencia en la península Ibérica, empezando a incluir dentro de su organigrama a corresponsales afincados en España. Una de las primeras cabeceras en instalar una sucursal en la capital española fue la estadounidense *Fairchild* que, aproximadamente desde 1960, contó con un «*Madrid Bureau*»⁸⁷. Su revista más conocida, *Women's Wear Daily*, pionera en introducir la idea de la moda como noticia, incorporó en su plantilla una representante en Madrid fichando a la periodista Trinidad Aboitiz. Esta profesional, cuya trayectoria se desconoce casi por completo⁸⁸, se encargó de dar cobertura periodística a la alta costura española en el período que abarca de 1960⁸⁹ a 1968⁹⁰. Casi en paralelo, también *Harper's Bazaar* y *Vogue* consagraban oficialmente a España como un lugar destacado entre los centros internacionales del vestir, al acuñar el puesto de *Madrid editor*. Primero fue *Bazaar* que, en agosto de 1963, incluyó a la estadounidense Elizabeth Howell Buckley en su organigrama como representante de la cabecera en España, una posición que mantuvo oficialmente hasta 1972⁹¹. Pocos meses después, en enero de 1964, también *Vogue* encomendaba un cargo análogo a la condesa Aline Romanones.

El caso de Romanones, que al igual que Buckley perteneció al distinguido grupo de expatriados norteamericanos afincados en Madrid, resulta llamativo, teniendo en cuenta que, a principios de los años 70, compatibilizó su papel como editora en *Vogue* con un cargo apical dentro de una importante oficina ministerial. Al margen de que la jefatura de la OPME conllevó una mayor participación en la planificación de las campañas publicitarias de *Vogue* entre 1971 y 1972, el nexo entre el Ministerio de Información y Turismo y la cabecera estadounidense se había fortalecido ya durante la década anterior. En efecto, el inicio de una intensa campaña de

⁸⁷ «Madrid Letter», 1960, p. 4.

⁸⁸ La única entrada relativa a su biografía (que se ha podido hallar) se corresponde con un pie de foto de la publicación *Department of State News Letter* relativa a 1972, donde se indicaba su actividad de secretaria social de la Embajada de Estados Unidos en España a lo largo de casi tres décadas. «WAO Exhibit Draws Interest at Women's Fair», 1972.

⁸⁹ Aboitiz, 1960.

⁹⁰ A partir de esta fecha encontramos a otros periodistas reseñando las crónicas de las colecciones de Madrid y Barcelona.

⁹¹ Gennaioli, 2020; 2021.

promoción de la alta costura nacional se produjo a partir de los años 60, cuando los diseñadores españoles empezaron a recibir una extensa cobertura mediática en la *Bazaar* y la *Vogue* estadounidenses. Asimismo, en abril de 1970, cobró fuerza la idea de una edición en español de la revista fundada por Arthur Baldwin Turnure. Pese a que *Vogue España* se lanzaría finalmente en 1988, la correspondencia de la Secretaría General Técnica con los representantes comerciales de las publicaciones más importantes a nivel internacional testimonia por lo menos un intento frustrado de editar una versión en español de la publicación⁹².

Además de proporcionar apoyo económico y publicitario a la alta costura española, la CIPME se ocupó de otra tarea crucial: monitorizar el panorama global de la moda internacional, prestando especial atención a la escena italiana y francesa. Esta actividad de control sistemático ha producido un ingente volumen de documentación que, en la actualidad, se encuentra repartida en varias cajas del Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares. Se trata de un conjunto documental traducido íntegramente al castellano y compuesto por dossiers heterogéneos, que incluyen: reproducciones de artículos⁹³, textos de leyes y cartas. Desde un punto de vista cuantitativo, el material más relevante lo forman los recortes de la prensa, tanto italiana como de otros países, acerca de las presentaciones transalpinas⁹⁴.

⁹² Una nota de 20 de abril de 1970, titulada «posibilidad de un *Vogue* español», recoge la noticia de un encuentro entre Robert F. Caille, *publisher* del *Vogue* francés desde 1967, y el entonces comisario de Ferias del Ministerio de Comercio (imagen n.º 2). Secretaría General Técnica, 1970. Gennaioli, 2021.

⁹³ Todos los artículos que mencionamos a continuación, relativos a la actividad de supervisión de la CIPME, llevan la fecha de traducción. Sin embargo, no figura la indicación de la fecha de publicación original.

⁹⁴ A título de ejemplo, en febrero de 1969, la CIPME mandaba traducir un artículo de *L'Abbigliamento italiano*, el boletín de noticias de la feria Samia de Turín, acerca de un posible acuerdo extraoficial entre Italia y Reino Unido para el comercio de la moda confección. Bottero, 1969.

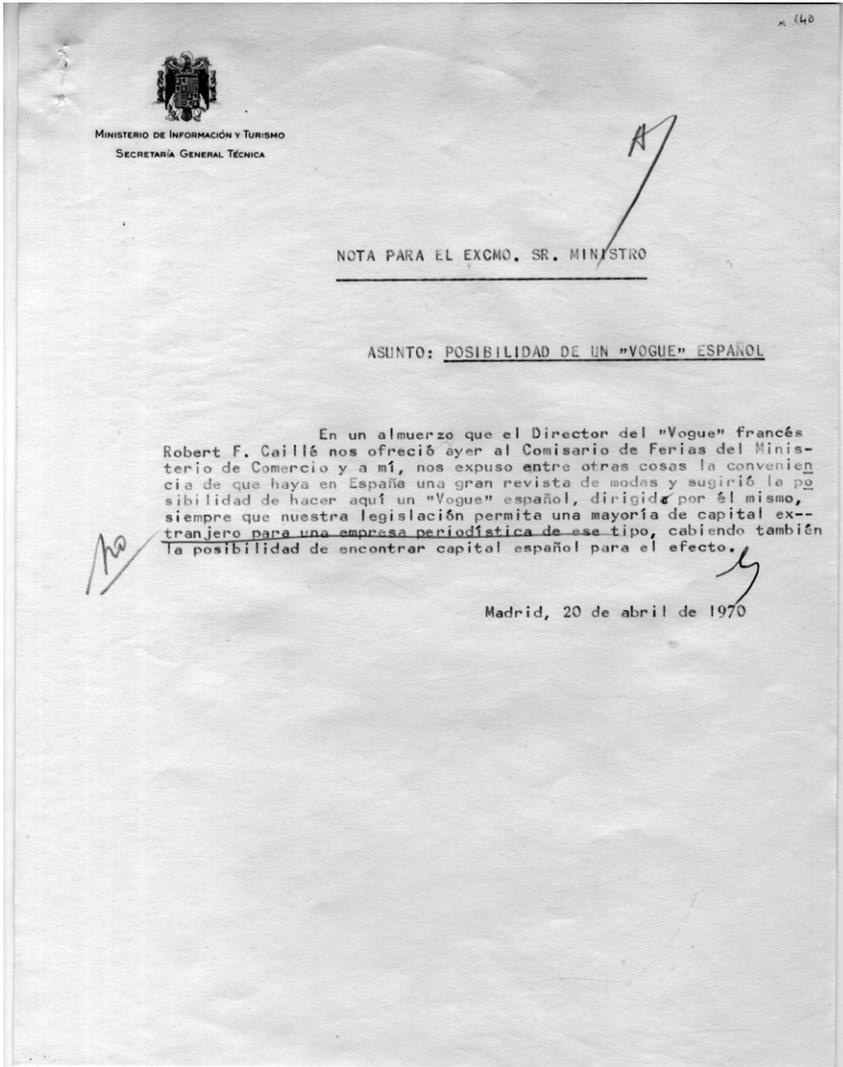


Imagen n.º 2

Nota informativa del 20 de abril de 1970

Fuente: AGA, (3) 49.023, Caja 45312.

Junto con el material de carácter hemerográfico, una parte significativa de la documentación generada por la CIPME pertenece al ámbito económico-administrativo. A este respecto, el Archivo General de la Administración conserva una copia del contrato de colaboración firmado en 1969 entre la *Camara nazionale della moda italiana*, un organismo creado en Roma en 1962⁹⁵, y la industria textil Snia Viscosa, con el objetivo de asignar una subvención cuatrienal a fondo perdido para aquellas casas que aceptaran confeccionar con tejidos producidos por esta empresa⁹⁶. El asunto de las ayudas económicas a la industria de la moda italiana figura como tema recurrente en muchos artículos⁹⁷ e informes⁹⁸ traducidos por el Ministerio de Información y Turismo, subrayando el interés de la CIPME acerca de las dinámicas financieras que regían el aparato expositivo y comercial de la alta costura del *Bel Paese*.

Otro aspecto monitorizado por el organismo español afectaba a las entidades gubernamentales y privadas, que se originaron con la finalidad de ordenar la escena de desarrollo económico en torno a la moda en Italia. Existen, por ejemplo, varias transcripciones de informes emitidos por el *Ente Italiano della Moda* (EIM)⁹⁹ a lo largo de 1971, especialmente enfocados a la programación de las múltiples presentaciones transalpinas¹⁰⁰.

⁹⁵ Denominada inicialmente como *Camera sindacale della moda italiana*, este organismo había permanecido inactivo hasta 1962 cuando, en paralelo con la decisión de modificar su nombre, se impulsaron tanto sus tareas de coordinación de las diferentes acciones de promoción de la moda transalpina, como su función de colaboración con los ministerios y las entidades públicas. Véase: Capalbo, 2012; 2014. Merlo, 2003, pp. 662-663.

⁹⁶ Camera Nazionale Della Moda Italiana, 1969. Sobre los acuerdos entre la *Camara nazionale della moda italiana* y las empresas productoras de fibras artificiales Rhodiatoco y Snia Viscosa, véase: Merlo, 2003, pp. 693-696.

⁹⁷ A modo de ejemplo, citamos la traducción de un artículo del diario romano *Il Messaggero*, que abordaba la distribución de las ayudas a las actividades promocionales del sector textil y de la confección para el año 1971. Calandri, 1970.

⁹⁸ De forma sistemática, la CIPME recogía aquellos documentos interesantes para comprender los objetivos estratégicos de Italia hacia el mercado español. En 1971, el boletín de noticias del *Samia* publicó un escrito, señalando nueve puntos que hacían del país ibérico un lugar conveniente para las inversiones de las empresas textiles italianas. Secretaría General Técnica, 1971.

⁹⁹ Esta institución, nacida en Turín en 1951 como prosecución del antiguo *Ente nazionale della moda*, tuvo las funciones de coordinar las diferentes organizaciones italianas y de elaborar el calendario oficial de los acontecimientos más importantes en materia de moda a nivel nacional. Parisi, 2014, pp. 238-240.

¹⁰⁰ En particular, hay que destacar un inventario exhaustivo de los principales acontecimientos internacionales tanto en el sector textil, como en la alta costura y en el prêt-à-porter. Secretaría General Técnica, 1971a.

En relación con la actividad de seguimiento realizada por la CIPME (a través de la OPME), la correspondencia sistemática de José Aragón Cañizares con algunas figuras del periodismo italiano —como es el caso por ejemplo de Nanda Calandri, editora del diario romano *Il Messaggero*—, al igual que los recortes de la prensa internacional en torno a las colecciones italianas, estaban enfocados a la elaboración de informes periódicos. Como demuestran dos documentos relativos a la caja 48606, el 27 y el 30 de julio de 1970, Aragón Cañizares mandaba traducir al jefe de la Sección de asuntos generales unos artículos procedentes de periódicos estadounidenses e italianos, con la finalidad, se lee en ambos escritos, de que «puedan ser utilizados el próximo 1 de Septiembre para la confección de un Boletín informativo de Moda»¹⁰¹. Como es lógico, todo apunta a que la finalidad de esta monitorización periódica hacia Francia e Italia fuera la identificación de buenas prácticas para implementarlas en España.

Conclusiones

El interés del gobierno español por convertir la alta costura en un sector crucial, en términos de prestigio internacional, propició la formación de varias organizaciones en los principales centros económicos del país en el lapso que abarca de 1940 a 1970. Entre las diferentes agrupaciones que surgieron durante estas cuatro décadas tanto en Barcelona, como en Madrid, el presente artículo ha enfocado su discurso hacia la OPME y la CIPME. Desde 1965, ambas jugaron un papel clave en la aceleración de las dinámicas de internacionalización de la alta costura española, ofreciendo apoyo a las firmas con una sólida trayectoria en el ámbito nacional, por un lado, y vigilando la escena internacional, por otro.

Una de las aportaciones más significativa de esta investigación reside precisamente en haber reconstruido, a través de material de archivo, la estructura organizativa y funcional de la Comisión interministerial, cuya creación ha de establecerse en el año 1967. La documentación conservada en el Archivo General de la Administración, que representa una fuente hasta entonces inédita para el estudio de la actividad institucional que el Ministerio y el Estado desplegaron en materia de moda, permite distinguir tres líneas de actuación en la política de este organismo gubernamental.

¹⁰¹ OPME, 1970b; 1970c.

En primer lugar, consciente de la importancia de los medios de comunicación norteamericanos, inauguró una considerable acción de promoción publicitaria en las publicaciones extranjeras. En segundo término, coordinó las presentaciones de las colecciones españolas para los compradores estadounidenses, proporcionando apoyo económico a los diseñadores nacionales. Finalmente, se ocupó de monitorizar el panorama global de la moda internacional, prestando especial atención a la escena italiana y francesa, para identificar prácticas eficaces que podían ser imitadas. En este sentido, el seguimiento del *Ente Italiano della Moda*, con las traducciones de los numerosos informes emitidos regularmente por la entidad turinesa, constituyó una de las actividades que más documentación produjo dentro de la acción de control desempeñada por la CIPME. Como última consideración, la documentación del Archivo de la Administración General deja patente el rol central que ocupó la prensa norteamericana en la estrategia promocional puesta en marcha por la CIPME, debido a la potencialidad comercial del mercado transatlántico.

Por lo menos hasta mediados de los años 70, las principales cabeceras de moda estadounidenses contaron con una representante afincada en Madrid. Sin embargo, fue a partir de ese momento cuando, en paralelo con la decisión del gobierno español de aumentar el impuesto al sector de la alta costura —a través de las denominadas «leyes del lujo»¹⁰²—, el cargo de *Madrid editor* desapareció de la revista *Harper's Bazaar*. A esto se unió que otras publicaciones, como es el caso de *Vogue*, reorientaron sus reportajes sobre España casi exclusivamente al ámbito turístico. Como señala la conservadora Paloma Calzadilla, en las páginas conclusivas de una monografía dedicada a Pedro Rodríguez, es posible que durante la Transi-

¹⁰² En octubre de 1971, *Women's Wear Daily* informaba sobre la intención de la OPME de suspender los subsidios para la alta costura y reorientar su ayuda a la promoción del *prêt-à-porter* (Dryansky, 1971). Tres años después, la situación empeoró a raíz de una orden, en virtud de la cual se formulaba una nueva ley sobre el lujo que afectaba únicamente al ámbito de la indumentaria y que mermó sobre todo la economía de las casas de moda más grandes. Esta orden fue ulteriormente agravada por el decreto 3027/1974, promulgado en noviembre, donde el gobierno había elevado esta tasa en un 10% adicional, para hacer frente a la coyuntura económica internacional desfavorable. Orden de 25 de mayo de 1974 por la que se aprueba el Convenio Fiscal de ámbito nacional entre la Hacienda Pública y la Agrupación de Alta Costura para la exacción del Impuesto sobre el Lujo, durante el período de 1 de enero a 31 de diciembre de 1974 (BOE núm. 159 de 4 de julio de 1974). Decreto 3027/1974, de 8 de noviembre, por el que se elevan determinados tipos tributarios del Impuesto sobre el Lujo (BOE núm. 269 de 9 de noviembre de 1974).

ción se consideró a muchas firmas de alta costura como «afines al sistema político anterior y se las condenó, en cierto modo, a un ostracismo del que algunas no pudieron salir»¹⁰³. Al margen de esta posición, también Fernández de Alba y Garcés atribuyen el cierre de buena parte de las casas de alta costura españolas a la «ruptura biopolítica» que se generó a mediados de los 70, a raíz del nacimiento de una nueva sensibilidad colectiva hacia los principios democráticos, y que orientó poderosamente a los consumidores hacia el sector del prêt-à-porter¹⁰⁴. Terminaba así una de las etapas más internacionales de la moda española nacida al amparo de las luces y sombras del régimen franquista.

Fuentes

Archivos consultados y abreviaturas utilizadas

AGA: Archivo General de la Administración (Alcalá de Henares, España)
Fondos del Ministerio de Información y Turismo (Sección de Cultura)
CME: Cámara de la moda española
CIPME: Comisión Interministerial para la promoción de la moda española
FACVR: Archivo de la Fundación Aline Condesa vda. de Romanones (Madrid, España)
OPME: Oficina de Promoción de la Moda Española

Documentos primarios

BOTTERO, Amelia [Traducción del artículo «La moda en el ambiente de los “acuerdos” made in England», *L'Abbigliamento italiano notiziario del SAMIA*], febrero de 1969, en AGA, (3) 49.023, Caja 48627, Carpeta traducciones-promoción de la moda.
CALANDRI, Nanda [Traducción del artículo «No existen “santuarios” de la moda», *Il Messaggero*], 12 de diciembre de 1970, en AGA, (3) 49.023, Caja 48617, Carpeta traducciones-promoción de la moda.
CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA [Traducción del acuerdo de colaboración entre la Snia Viscosa y la Cámara nacional de la moda italiana], 18 de

¹⁰³ Calzadilla, 2012, p. 29.

¹⁰⁴ Fernández de Alba y Garcés, p. 13.

- abril de 1969, en AGA, (3) 49.023, Caja 48627, Carpeta traducciones-promoción de la moda.
- CIPME [Nota informativa], 2 de junio de 1970, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- CIPME [Nota para el Ministro de Información y Turismo], 29 de abril de 1970a, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- DE ANTA, Segismundo, Carta para Ernesto de la Orden, 8 de septiembre de 1970, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- DE LA ORDEN, Ernesto, Carta para el presidente de la Comisión organizadora de las colecciones, 27 de diciembre de 1969, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- DE LA ORDEN, Ernesto, Carta para Miguel Ángel Santamaría, 3 de septiembre de 1970, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- FONDEVILA, Alberto, Carta para Ernesto de la Orden, 3 de septiembre de 1970, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- GRIFFITH CONDESA DE ROMANONES, Aline, Carta para Jaime Comenge Puig, 11 de julio de 1972, en FACVR, fondo no ordenado.
- GRIFFITH CONDESA DE ROMANONES, Aline, Carta para Laureano López Rodó, s.f./1972a en FACVR, fondo no ordenado.
- GRIFFITH CONDESA DE ROMANONES, Aline, Carta para William F. Griffith Jr., 12 de mayo de 1972b, fondo no ordenado.
- OPME [Nota informativa «Problemas de la Oficina de promoción de la moda española»], 5 de febrero de 1970, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- OPME [Nota para el Excmo. Sr. Subsecretario], 30 de abril de 1970a, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- OPME [Nota para el Jefe de la Sección de Asuntos Generales], 27 de julio de 1970b, en AGA, (3) 49.023, Caja 48606, Carpeta promoción de la moda 1970.
- OPME [Nota para el Jefe la Sección de Asuntos Generales], 30 de julio de 1970c, en AGA, (3) 49.023, Caja 48606, Carpeta promoción de la moda 1970.
- OPME [Nota para el Ministro de Información y Turismo sobre la Reunión con las autoridades e industriales de la Moda], 17 de julio de 1970d, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- PERONA LARRAZ, José Luis, Carta para Ernesto de la Orden, 3 de septiembre de 1970, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».

- SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA [Nota para el Ministro de Información y Turismo], 30 de octubre de 1969, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA [Nota para el Ministro de Información y Turismo], 19 de noviembre de 1969a, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA [Nota informativa], 20 de abril de 1970, en AGA, (3) 49.023, Caja 45312, Carpeta correspondencia «Moda Española».
- SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA [Traducción del artículo «Documento Observatorio Español: Notas económicas de Moda y vestuario por el Prof. Jaime Juncosa Balet», *L'Abbigliamento italiano notiziario del SAMIA*], 1 de enero de 1971, en AGA, (3) 49.023, Caja 48617, Carpeta traducciones-promoción de la moda.
- SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA [Traducción del calendario de salones mercado y exhibiciones en Italia y en el exterior para el sector del vestido, primera parte], 29 de enero de 1971a, en AGA, (3) 49.023, Caja 48617, Carpeta traducciones-promoción de la moda.

Bibliografía

- ABOITIZ, Trinidad. «Balenciaga Designing Fabiola's Wedding Gift», *Women's Wear Daily*, 11 de octubre de 1960, pp. 1, 4.
- «Barcelona, ventana de la moda abierta al mundo», *La Vanguardia Española*, 4 de diciembre de 1971, p. 29.
- CALZADILLA, Paloma. «Archivo gráfico», en CALZADILLA, Paloma, y Sílvia ROSÉS CASTELLSAGUER, *Pedro Rodríguez Alta Costura sobre Papel: figuras 1940-1976*, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Madrid, 2012, pp. 13-29.
- CAPALBO, Cinzia, «Nella capitale: gli enti a sostegno della moda», en FRISA, Maria Luisa, Stefano TONCHI y Anna MATTIROLO, *Bellissima: l'Italia dell'alta moda 1945-1968*, Electa, Milano, 2014, pp. 350-353.
- CAPALBO, Cinzia, *Storia della moda a Roma: Sarti, culture e stili di una capitale dal 1871 a oggi*, Donzelli, Roma, 2012.
- CASABLANCA MIGUELES, Luís, *La moda como disciplina artística en España: Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores*, tesis doctoral, Universidad de Granada, 2007, disponible en: <https://hera.ugr.es/tesisugr/16681022.pdf>.
- CASAMARTINA PARASSOLS, Josep, «De París a Barcelona», en CASAMARTINA PARASSOLS, Josep, *La edad de oro de la alta costura*, Banco de Sabadell, Sabadell, 2009, pp. 23-28.

- CASAMARTINA PARASSOLS, Josep. *Pedro Rovira 1921-1978*, Museu Badalona, Badalona, 2021.
- CARBONELL BASTÉ, Silvia, y Josep CASAMARTINA PARASSOLS, «El espejo y la imagen», en CARBONELL BASTÉ, Silvia, y Josep CASAMARTINA PARASSOLS, *Las fábricas y los sueños: modernismo textil en Cataluña*, Centro de Documentació i Museu Tèxtil, Tarrasa, 2002, pp. 371-399.
- «Chance for an Organization Of Spain Couture Still Remote», *Women's Wear Daily*, 29 de octubre de 1964, p. 6.
- COMÍN, María Pilar, «Dificultades de la alta costura española en la competencia internacional», *La Vanguardia*, 9 de junio de 1978, p. 23.
- COMÍN, María Pilar, «Hondo disgusto para la costura», *La Vanguardia Española*, 20 de julio de 1973, p. 8.
- COMÍN, María Pilar, «La promoción de la moda española, un problema de continuidad», *La Vanguardia Española*, 19 de septiembre de 1973a, p. 31.
- COMÍN, María Pilar, «Retablo de el y ella: Alta costura española. 72-la canción del verano», *La Vanguardia Española*, 27 de enero de 1972, p. 41.
- COMÍN, María Pilar, «Retablo de el y ella: La moda y la psicosis económica», *La Vanguardia Española*, 15 de julio de 1977, p. 32.
- COMÍN, María Pilar, «Retablo de el y ella: Vista al horizonte... Finales de curso en las escuelas de diseño y moda. Defensa de los ojos frente al sol y sus peligros», *La Vanguardia Española*, 26 de julio de 1977a, p. 63.
- DE LEUSSE, Claude, «Alta Costura: Disciplined Flight», *Women's Wear Daily*, 22 de enero de 1965, p. 24.
- DRYANSKY, Gerry, «Spain to Cancel Couture Subsidy», *Women's Wear Daily*, 18 de octubre de 1971, p. 45.
- «El Ministro español de Asuntos Exteriores en Mónaco», *La Vanguardia Española*, 17 de marzo de 1966, p. 1.
- FERNÁNDEZ DE ALBA, Francisco y Marcela T. GARCÉS. «Introduction. Fashion in Spain: Catalyst for Affect and Identity» en FERNÁNDEZ DE ALBA, Francisco y Marcela T. GARCÉS, *Fashioning Spain: From Mantillas to Rosalía*, Bloomsbury Visual Arts, London, New York, Oxford, New Delhi, Sidney, 2021, pp. 1-31.
- FIGUERAS, Josefina, «La moda que no se ve», *Telva*, 15 de enero de 1973, pp. 36-37.
- GENNAIOLI, Daniele, *Elizabeth Howell Buckley, Aline Romanones y el oficio de Madrid editor para Harper's Bazaar y Vogue. Estrategias y modelos utilizados en el proceso de construcción de una identidad internacional para la moda española (1952-1975)*, tesis doctoral, Universidad Politécnica de Madrid, disponible en: <https://oa.upm.es/68575/>.
- GENNAIOLI, Daniele. «Situando a Situando a Madrid en el mapa (1963-1976). El papel de las "Madrid Editors" de Harper's Bazaar y Vogue en la definición de una nueva capital de la moda», *Journal of Spanish Cultural Studies*, 21(3), 2020, pp. 389-409, doi: <https://doi.org/10.1080/14636204.2020.1801290>.

- GUTIÉRREZ, Juan. «El poeta contra los elementos: Manuel Pertegaz en el tránsito de la moda española al modelo “prêt-à-porter” (1968-1975)», en DESCALZO, Amalia, Pamela GOLBIN, Juan GUTIÉRREZ, Raúl MARINA, y Jaime M. DE LOS SANTOS, *Manuel Pertegaz*, Comunidad de Madrid, Madrid, 2017, pp. 24-29.
- «Ha sido creada la Cámara de la Moda Española», *La Vanguardia Española*, 27 de noviembre de 1971, p. 12.
- HOULGUÍN, Sandie Eleanor. *Flamenco Nation: The Construction of Spanish National Identity*, The University of Wisconsin Press, Madison, Wisconsin, 2019.
- «La alta costura española será exhibida en Norteamérica», *ABC*, 5 de mayo de 1968, pp. 61-62.
- «La II Lonja Textil de España», *La Vanguardia Española*, 1 de octubre de 1964, p. 22.
- LOFTIS, Larry. *The princess spy: the true story of World War II spy Aline Griffith, Countess of Romanones*, Atria Books, New York, 2021.
- «Los Salones de la Moda Española: Su historia, sus fines, su labor», *Alta Costura*, febrero de 1951, pp. 28-29.
- «Madrid Letter», *Women's Wear Daily*, 10 de noviembre de 1960, p. 4.
- MERLO, Elisabetta, «Le origini del sistema moda», en BELFANTI, Carlo y Fabio GIUSBERTI, *Storia d'Italia. Annali 19: La moda*, G. Einaudi, Torino, 2003, pp. 667-697.
- MOZZATI, Tommaso. «Celebrating Alonso Berruguete: art history and Spanish identity before and after the Civil War», *Sculpture Journal*, 30 (1), 2021, pp. 53-70, doi: <https://doi.org/10.3828/sj.2021.30.1.4>
- PARISI, Ivan, «L'Ente Italiano della Moda», en FRISA, Maria Luisa, Stefano TONCHI y Anna MATTIROLO, *Bellissima: l'Italia dell'alta moda 1945-1968*, Electa, Milano, 2014, pp. 238-240.
- PASALODOS SALGADO, Mercedes. «Haute Couture. High Fashion in the 50's», *Indumenta Revista del Museo del Traje*, 1, 2008, pp. 23-48.
- PORTERO, Florentino, «El régimen franquista y Estados Unidos de enemigos a aliados», en DELGADO, Lorenzo, y María Dolores ELIZALDE, *España y los Estados Unidos en el siglo XX*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, 2005, pp. 141-155.
- PRADOS ARRARTE, Jesús. *El Plan de desarrollo de España 1964-1967: Exposición y Crítica*, Tecnos, Madrid, 1965.
- RODRÍGUEZ-ESCOBAR, Moisés. «La estrategia diplomática de Franco en Estados Unidos: Lequerica y el Spanish Lobby», en Jara CUADRADO, *Las huellas del franquismo: Pasado y presente*, Comares, Granada, 2019, pp. 1269-1292.
- ROSENDORF, Neal M. *Franco sells Spain to America: Hollywood, Tourism and Public Relations as Postwar Spanish Soft Power*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, 2014.
- ROSÉS CASTELLSAGUER, Sílvia, «La Alta costura española: a la sombra de Cris-tóbal Balenciaga», en *Actas del II Coloquio de Investigadores en Textil y*

- Moda: Nombres en la sombra*, Fundación Historia del Diseño, Barcelona, 2019, pp. 88-92.
- ROSÉS CASTELLSAGUER, Sílvia, «La muerte de la alta costura: crónica de un final», *Anuario del Departamento de Historia y Teoría del Arte*, 32, 2020, pp. 123-135, doi: <https://doi.org/10.15366/anuario2020.32.006>.
- ROSÉS CASTELLSAGUER, Sílvia, «Pedro Rodríguez y el inicio de la internacionalización de la moda española», en PIBERNAT, Oriol, *Diseño y Franquismo: Dificultades y paradojas de la modernización en España*, Experimenta Libros, Madrid, 2020a, pp. 175-184.
- ROSÉS CASTELLSAGUER, Sílvia, «Spanish Couture: In the Shadow of Cristóbal Balenciaga», *Fashion Theory*, 2020b. doi: 10.1080/1362704X.2020.1770399.
- SARGATAL, Luis. «Perspectivas para la alta costura», *ABC*, 17 de marzo de 1968, p. 75.
- «Sophisticated fashion in old Barcelona: A Dazzling Flair from Spain», *Life*, 6 de Octubre de 1964, pp. 72-81.
- TROXELL STARK, Jane. «In the Spanish Fashion», *Look*, 19 de Noviembre de 1963, pp. 72-77.
- VELASCO MOLPECERES, Ana María, *Historia de la moda en España: de la mantilla al bikini*, Madrid, Libros de la Catarata, 2021.
- VERGANI, Guido. «La Sala Bianca: nascita della moda italiana», en Guido VERGANI y Gianni MALOSSO, *La Sala Bianca: nascita della Moda Italiana*, Milano, Electa, 1992, pp. 23-83.
- «Visita del jefe de promoción de la moda del Ministerio de Información y Turismo», *La Vanguardia Española*, 6 de octubre de 1970, p. 27.
- «WAO Exhibit Draws Interest at Women's Fair», *Department of State News Letter*, octubre de 1972, p. 35. <https://books.google.es/books?id=WFErAQAAMAAJ&pg=RA12-PA35&dq=Department+of+State+News+Letter+trini+aboitiz&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwilrdOI_JvxAhULrxoKHdOyDUoQ6AEwAXoECAIQAg#v=onepage&q=Department%20of%20State%20News%20Letter%20trini%20aboitiz&f=false>. [15 de junio de 2021].

Datos del autor

Daniele Gennaioli es doctor por la Universidad Politécnica de Madrid, donde ha realizando una tesis sobre las relaciones de la moda española con las revistas estadounidenses en el período aperturista del régimen franquista. Ha publicado en la revista académica *Journal of Spanish Cultural Studies* y ha participado en congresos internacionales como *CIMODE* (2018) y *Factum* (2021). En 2016, trabajó en la redacción de la revista *L'Officiel España*. Sus principales intereses de investigación se centran en las dinámicas de internacionalización de la moda española e italiana hacia Estados Unidos.