

De la prensa al mercado: la promoción del prêt-à-porter italiano en España a través del archivo histórico de la *Camera Nazionale della Moda Italiana*

Daniele Gennaioli

Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología (UDIT)  

<https://dx.doi.org/10.5209/dcin.105742>

Recibido: 29 de octubre de 2025 / Aceptado: 22 de diciembre de 2025

Resumen. En 1987, pocos años después de la incorporación de España a la Comunidad Económica Europea, hecho que permitió a los productores extranjeros comercializar directamente sus productos sin depender del sistema de licencias concedidas a distribuidores locales, la *Camera Nazionale della Moda Italiana* (Cámara nacional de la moda italiana) y el *Istituto nazionale per il commercio estero* (Instituto nacional de comercio exterior) organizaron una pasarela colectiva de moda italiana en el Palacio de Cristal del Parque del Retiro (Madrid). El objetivo era que el acontecimiento constituyera el punto de partida de una serie de acciones de penetración en el mercado español.

El presente artículo reconstruye la organización previa al acontecimiento a través de la documentación de archivo producida por la CNMI y conservada en la Università Commerciale Luigi Bocconi de Milán. Asimismo, mediante el análisis de material hemerográfico, el estudio se amplía a la recepción de la moda italiana en España, tanto en la prensa como en los certámenes, desde el final de la Segunda Guerra Mundial.

Palabras clave: Archivo y prensa; Desfiles de moda en España; Moda italiana; Prêt-à-porter italiano; Revistas de moda.

^{EN} From the Press to the Market: The Promotion of Italian Prêt-à-Porter in Spain through the Historical Archive of the *Camera Nazionale della Moda Italiana*

Abstract. In the 1980s, after Spain's accession to the European Economic Community as a full member—a development that allowed foreign manufacturers to market their products directly without relying on the system of licenses granted to local distributors—the conditions for a broader internationalization of fashion distribution were consolidated. Within this framework, in 1987 the *Camera Nazionale della Moda Italiana* (National Chamber of Italian Fashion) and the *Istituto Nazionale per il Commercio Estero* (Italian Institute for Foreign Trade) organized a collective fashion show of Italian designers in the Palacio de Cristal in Madrid's Retiro Park. The aim was for the event to serve as the starting point for a series of initiatives designed to facilitate the penetration of the Spanish market.

This article reconstructs the preparatory organization of the event through archival documentation produced by the CNMI and preserved at Università Commerciale Luigi Bocconi in Milan. Furthermore, by analyzing press materials, the study expands its scope to the reception of Italian fashion in Spain, both in the press and in trade fairs, from the end of the Second World War onwards.

Keywords: Archives and press; Fashion magazines; Fashion shows in Spain; Italian fashion; Italian prêt-à-porter.

Sumario. 1. Introducción, estado de la cuestión, metodología y objetivos 2. Representación mediática y promoción de la moda italiana en el contexto español 3. El desfile colectivo de 1987 4. Conclusiones 5. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Gennaioli, D. (2026). De la prensa al mercado: la promoción del prêt-à-porter italiano en España a través del archivo histórico de la *Camera Nazionale della Moda Italiana*. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 49, 95-105. <https://dx.doi.org/10.5209/dcin.105742>.

1. Introducción, estado de la cuestión, metodología y objetivos

Los años cincuenta y sesenta coincidieron con el intento de Italia y España de encontrar una posición en la nueva geografía internacional de la moda. La Segunda Guerra Mundial había cuestionado los equilibrios internacionales en esta materia, dejando abierto un espacio de actuación para que algunos países, tradicionalmente marginales al sistema “francocéntrico” de la *Haute Couture*, asentaran su reputación como centros del vestir y forjasen relaciones comerciales con el mercado norteamericano. En el ensayo ‘Reorienting Fashion: Italy’s Wayfinding after the Second World War’, la estudiosa Vittoria Caterina Caratozzolo (2014) describía la peculiar situación italiana en el contexto de una reforma general que involucró, en menor medida, también a la península Ibérica e Irlanda.

En paralelo con el comienzo de un proceso de apertura internacional -inaugurado con los Pactos de Madrid de 1953 y el ingreso en las Naciones Unidas en 1955-, España empezó a emerger en el circuito global de la moda (Gennaioli, 2021; Pasalodos Salgado, 2008; Rosés Castellsaguer, 2020). Precisamente en 1952, la Cooperativa de la alta costura convocó el *I Festival de la Moda Española*, un certamen enfocado a una audiencia transatlántica y creado sobre el modelo de los desfiles florentinos que Giovanni Battista Giorgini había organizado en 1951 para la prensa y los compradores norteamericanos (Vergani y Malossi, 1992). La etapa de promoción de la alta costura española que abarca de 1952 a 1962 -y que calificaríamos como de “primera internacionalización” para la moda nacional- se inscribe en el marco de un ambicioso programa de relaciones bilaterales que alcanzó su apogeo entre 1962 y 1969, coincidiendo con el ascenso de Manuel Fraga Iribarne al cargo de ministro de Información y Turismo. De acuerdo con Neal M. Rosendorf (2014), Fraga vio en la alta costura un medio para mejorar la imagen del régimen y obtener la aceptación de las instituciones económicas internacionales: por eso, la moda fue uno de los ejes centrales del pabellón español en la Feria Mundial de Nueva York de 1964-1965.

En los últimos años, la historiografía de ámbito nacional ha emprendido la publicación de artículos y tesis que investigan las relaciones bilaterales entre Estados Unidos e Italia (Faggella, 2024) o Estados Unidos y España (García Claver, Feijóo Alonso, Martínez Alberio y Taravilla Gómez, 2022; Rosés Castellsaguer, 2020) dentro de una dinámica centro-periferia¹, dejando al margen las relaciones entre los actores “secundarios” de este escenario, que quedan aún por ser investigadas. En este sen-

tido, desde mediados de los años 50, España e Italia compartieron unas estrategias comunes en los procesos narrativos dirigidos a posicionar a la alta costura en los medios estadounidenses, por citar algunos ejemplos: los dos países vincularon el relato transatlántico a su legado artístico y popular, sus embajadoras femeninas, su peculiar exotismo y, sobre todo, su vocación como destino turístico (Gennaioli, 2021). Además, ambas naciones entablaron una estrecha relación -como demuestra la actividad de monitorización desarrollada primero por la Oficina de Promoción de la Moda Española y, posteriormente, por la Comisión interministerial para la promoción de la moda española, sobre las dinámicas que regían el aparato expositivo y comercial de la alta costura transalpina (Gennaioli, 2023)-, que produjo su participación en una serie de acontecimientos tanto en España, como en Italia. Entre 1956 y 1958, por ejemplo, las principales casas de moda barcelonesas participaron en dos ocasiones en las *Rassegne Internazionali dell’Abbigliamento*, organizadas por *Centro Internazionale delle Arti e del Costume* de Venecia (De Anta, 1956)². Por su parte, Italia fue el único país invitado en la Semana Nacional del Algodón de 1958, un certamen impulsado por el Servicio Comercial de la Industria Textil Algodonera³, en colaboración con el Cotton Council International. En la década de 1960, esta relación se amplió a otros eventos, como la Gala de la Sedería Española, donde la firma romana Sorelle Fontana se convirtió en asistente asidua (IV Gala de la Sedería Española, 1963), los desfiles del sector del ante en la Embajada de España en Roma (Cosas que pasan, 1965) o los pases italianos en el Hotel Ritz de Madrid (García Picazo, 1968).

El objeto de la presente investigación es ofrecer una primera aproximación sobre estas relaciones a partir de material de carácter hemerográfico y archivístico. En concreto, el presente artículo se propone reconstruir la organización de un desfile colectivo de prêt-à-porter italiano celebrado en Madrid en 1987, a través de la documentación producida por la *Camera nazionale della moda italiana* (Cámara nacional de la moda italiana, CNMI) y conservada en la Università Commerciale Luigi Bocconi. Dado que este estudio parte de dicho corpus documental, y puesto que nuestro objetivo es describir las características del proceso de recepción de la moda italiana en España a través de su presencia en revistas y de su participación en festivales internacionales, se ha optado por un método de investigación histórica. Este enfoque, habitual en los estudios sobre el pasado, se ha desarrollado principalmente mediante el análisis crítico de fuentes primarias escritas, manteniendo una

¹ Pese a la visión popular según la cual Italia habría gozado siempre del estatus que tiene en la actualidad como una de las principales naciones de la moda, en la década de 1950 este prestigio apenas comenzaba a consolidarse y la alta costura transalpina aún no contaba con un reconocimiento global y oficial, como ocurriría a partir de los años ochenta, cuando el *Made in Italy* alcanzó proyección internacional (Segre Reinach, 2021; Steele, 1994).

² Tenemos noticia de la repetición del acontecimiento en 1958 a través de una breve columna publicada en el *Diario de Burgos*, en la que se señalaba que una delegación de creadores españoles se habría desplazado en agosto a Venecia para asistir al segundo Festival de la Indumentaria Femenina (Los creadores de la moda española invitados por la embajada egipcia a pasar sus colecciones en El Cairo, 1958).

³ Nacido en 1954 como Servicio Comercial Exterior de la Industria Textil Algodonera (SECEA), sustituyó al gremio de algodoneros barceloneses, el Consorcio de Industriales Textiles Algodoneros (CITA), constituido como entidad privada por iniciativa conjunta de Demetrio Carceller Segura, ministro de Industria y Comercio de 1940 a 1945, y de un grupo de industriales catalanes, con el objetivo de facilitar la importación de algodón (Molinero y Ysàs, 1991).

orientación de carácter cualitativo. Desde una perspectiva comparativa, se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica sobre el sistema de la alta costura que precedió al desarrollo de la industria del prêt-à-porter tanto en Italia como en España, con el fin de establecer el estado de la cuestión y contextualizar la situación de los estudios de moda en ambos países en relación con sus archivos. Asimismo, se han consultado publicaciones periódicas especializadas en moda en formato físico —*Alta Costura, La Moda en España, Boletín de la Moda, Telva o Vogue España*, entre otras—, así como la hemeroteca en línea de la Biblioteca Nacional de España (BNE), con el objetivo de contrastar la recepción del desfile de 1987 en la prensa a través de distintos rotativos españoles en versión digital⁴.

Conviene reiterar que este trabajo se fundamenta principalmente en fuentes primarias, ya que la mayor parte de la información procede de documentos conservados en colecciones particulares, como es el caso de la correspondencia de Aline de Romanones, oficialmente corresponsal de *Vogue* en España entre 1964 y 1982, así como de archivos públicos, entre los que destacan el Archivo del diseñador Pedro Rodríguez y el ya mencionado archivo histórico de la CNMI. Como se explicará con más detalle en los párrafos siguientes, éste último —declarado de interés histórico por la *Soprintendenza archivistica e bibliografica* (la autoridad regional italiana competente en materia de patrimonio archivístico y bibliográfico) de Lombardía en 2018— reúne más de quinientas cajas relativas a los desfiles de alta costura, *alta moda pronta* y prêt-à-porter organizados en Italia y en el extranjero entre 1962, año en que la *Camera Sindacale della Moda Italiana* adoptó su denominación actual, y 1989 (Trivisano, 2018).

A diferencia del caso español, donde la moda apenas ha comenzado a entrar en la esfera de la disciplina archivística y la elaboración de un mapeo exhaustivo del panorama existente sigue siendo una tarea pendiente⁵, Italia cuenta con más de 540 fondos archivísticos de moda, vinculados tanto a la historia de la producción manufacturera como a su sistema productivo, los cuales, según explica la estudiosa Angelica Vandì, “contribuyen a definir las identidades nacionales” (Vandì, 2023, p. 156).

Desde los años 2000, el país transalpino ha emprendido diversas iniciativas de catalogación, desarrolladas bajo la coordinación de los órganos territoriales del Ministerio de Cultura encargados de la protección de los archivos públicos y privados de interés histórico (*Soprintendenze archivistiche e bibliografiche*), siendo la más destacada el proyecto *Archivi della moda del Novecento*, promovido por la *Direzione Generale per gli Archivi* y la *Associazione Nazionale Archivistica Italiana* (ANAI), que condujo a la creación de un portal web en 2011 con un amplio patrimonio de fuentes, que abarca desde corres-

pondencia y bocetos hasta documentación administrativa y contable (Tosti Croce y Trivisano, 2018). El papel de los archivos digitales en la investigación académica ha sido abordado desde una perspectiva teórica también por Marta Franceschini (2019) y Marco Pecorari (2019), quienes han centrado sus análisis en *Europeana Fashion*, un subproyecto nacido en el seno de *Europeana* y destinado a crear una base de datos para las colecciones europeas de moda, que ha involucrado a veintidós museos públicos. Pecorari ha subrayado cómo esta puesta en común ha permitido que el público general tuviera acceso a “espacios desconocidos”, y, en cierto modo, ha “glamorizado las prácticas museísticas y archivísticas en relación con el patrimonio de la moda” (Pecorari, 2019, p. 9).

Algo que las grandes firmas han sabido capitalizar, si consideramos la proliferación de museos de marca que han surgido al menos en Italia: del *Armani/Silos* al *Museo Ferragamo*, pasando por el *Museo Gucci Garden*, *Casa Zegna* o el *Emilio Pucci Heritage Hub*, por citar solo algunos de los más conocidos. La noción de “fashion heritage” —entendida como un proceso de revalorización de los archivos de diseñadores y *maisons* para su utilización como fuentes de inspiración por parte de los directores creativos de numerosas firmas de lujo (Segre Reinach, 2021, p. 10)—, ya incorporada por los museos de moda, ha encontrado asimismo un marco académico mediante la creación de programas universitarios *ad hoc*, como el *Corso di specializzazione in Fashion Archive* de la *Accademia Costume e Moda*, o el programa intensivo *Heritage per l'impresa*, de la *Fondazione Fashion Research Italy* de Bolonia.

2. Representación mediática y promoción de la moda italiana en el contexto español

Los eventos promocionales que agrupaban en una única celebración una antología de las mejores producciones europeas en términos de moda empezaron a tener cierta repercusión desde el final de la Segunda Guerra Mundial y se multiplicaron, tanto en Italia como en España, en los años 50 y en la década siguiente.

Al margen de la repercusión de certámenes como la *Rassegna Internazionale dell'Abbigliamento* de 1956 —recogida también por el periódico estadounidense *Women's Wear Daily* (International Fashions in Venice, 1956)⁶—, que consiguió la primera participación posbélica de Estados Unidos en un desfile colectivo en Europa (Grazzini, 1956, p. 7), junto a Alemania, España, India, Inglaterra, Irlanda, Italia y Japón, la *Semana Nacional del Algodón* de 1958 resulta quizás más relevante para estudiar las relaciones directas entre Italia y España. Si el evento veneciano llevó a Italia a convocar a ocho naciones

⁴ Sobre la importancia del proceso de digitalización de los diarios más destacados de España, que ha ampliado y simplificado el acceso de los usuarios a sus contenidos, véase Marcos Recio, 2013.

⁵ Entre las instituciones que han comenzado a abordar esta cuestión se encuentran el Museu del Disseny de Barcelona, que reúne fondos documentales de algunas de las principales casas de alta costura españolas del siglo XX, como Asunción Bastida; la Fundación Textil Antoni de Montpalau (Sabadell); y el Museo del Traje de Madrid, que custodia el fondo de Pedro Rodríguez. No obstante, se trata de iniciativas independientes, llevadas a cabo por distintos actores de forma no coordinada.

⁶ El acontecimiento, celebrado en la sede de Palazzo Grassi, fue reseñado tanto por la prensa italiana, con un artículo en el *Corriere della Sera* (Grazzini, 1956), como por la española, entre otras cabeceras, el *Boletín de la Moda* (De Anta, 1956) y el *Correo Catalán* (Comín, 1956).

—“solo una rehusó y siete aceptaron”, como informaba Irene Brin en una crónica para el mensual *Belleza* (Brin, 1956, p. 92)⁷— con el fin de presentar “los vestidos que consideraban más representativos de su modo de vida”⁸, en el festival catalán Italia destacó como la única nación invitada, con colecciones de diseñadores de Florencia, Roma y Milán que desfilaron a iniciativa del Servicio Comercial de la Industria Textil Algodonera⁹.

En paralelo, durante la década de 1950, la alta costura italiana empezó a consolidar su presencia en las principales revistas de moda españolas. Una de las primeras incursiones de una diseñadora transalpina en los medios de comunicación nacionales se remontaba a julio de 1951, cuando la prestigiosa revista barcelonesa *Alta Costura* dedicó media columna a la modista milanese Biki. A diferencia de las reproducciones de algunos modelos italianos publicadas en marzo de 1947 (*Alta Costura* en Milán y Turín, 1947)—donde las tendencias de Milán y Turín se presentaban en un marco comparativo junto con otros centros internacionales de la moda para reforzar el carácter cosmopolita de la publicación—, en esta ocasión la cabecera barcelonesa había centrado su atención en la figura de la fundadora de una casa de moda, ofreciendo un retrato más individualizado. Sin embargo, aunque se mencionara que su atelier estaba situado en la calle *San Andrea* de la capital lombarda, el periodista Pierre Manuel recalca el “*esprit de Paris*” (Manuel, 1951, p. 32) de sus creaciones, fruto de sus conexiones con la capital gala —a cuyo gusto, señalaba, “ella se ha vinculado fielmente” (Manuel, 1951, p. 32)—, un indicio claro de que, en esas fechas, el relato de la moda italiana construido por la prensa especializada española todavía no se había emancipado del francés. De hecho, Biki —nieta del compositor de ópera Giacomo Puccini—, pese a defender la necesidad de crear un *Italian Style*, continuó importando modelos franceses hasta finales de la década de 1950: como señala Segre Reinach, de los doscientos modelos que la modista presentaba en Italia, la mitad eran adquiridos en París (Segre Reinach, 2021, p. 11).

A la revista *Alta Costura* —que unos meses después publicaría un extenso reportaje sobre las pasarelas de Roma de 1952, bajo la firma del corresponsal Marcello Palazzoli (Palazzoli, 1952)—, se sumó también *La Moda en España*, una de las pocas cabeceras del panorama español que, al igual que *Alta Costura*, podía equipararse a la escena editorial norteamericana en términos de calidad fotográfica. En el número de abril de 1953 figuraban, en efecto, dos crónicas sobre los pases italianos (Saenz-Alonso, 1953; Saenz-Alonso, 1953a) y un anuncio publicitario relativo a la casa Sorelle Fontana (Fontana, 1953), lo que testimoniaba un creciente interés por la escena del *Bel Paese*.

Desde mediados de los años 50, de forma sistemática, las colecciones de Schuberth, Simonetta,

Marucelli o Carosa aparecieron en la mayoría de las revistas femeninas españolas e incluso en algunos diarios y suplementos. Solo por citar un ejemplo, *Boletín de la Moda* —una publicación dirigida por la modista Asunción Bastida, cuyo interés se focalizaba en proporcionar información periodística de carácter técnico— había inaugurado una sección denominada “Moda Italiana” en el invierno de 1955 (*Moda Italiana*, 1955). Por su parte, la ya mencionada *Alta Costura* incorporó a partir de 1957 una rúbrica con periodicidad discontinua dedicada a la moda italiana, firmada por la periodista Gina Popesina y quizás concebida en la lógica de promover un nuevo modelo de consumo asociado al emergente sistema de la *boutique* y la confección (Popesina, 1957).

El giro hacia la definitiva afirmación de Italia como centro del vestir internacional a los ojos de la prensa española se produjo en 1975, cuando *Telva*, revista quincenal del grupo Sarpe inspirada en el proyecto editorial de la francesa *Elle*, reforzó su división de moda con la incorporación de Marta Aburto como corresponsal *ad hoc* para cubrir las presentaciones italianas, complementando la labor de Sofía Torga, histórica editora de la cabecera, que continuaba centrada en París (Bueso y Codina, 2020).

En los mismos años en que *Telva* actualizaba su organigrama, comenzó a perfilarse un progresivo acercamiento de la alta costura española al aparato expositivo de la moda transalpina. En 1972, por ejemplo, se llegó a plantear la creación de *Maremoda Spagna*, un certamen a imitación de *Maremoda Capri* —fundado en 1967 para promover la indumentaria para el ocio y el tiempo libre—, que se pretendía instalar en Palma de Mallorca o Marbella, como se desprende de la correspondencia entre el entonces ministro de Información y Turismo, Alfredo Sánchez Bella, y el conde Rodolfo Crespi, uno de los artífices de la apertura de la moda italiana al mercado norteamericano y esposo de Consuelo Crespi, *Rome editor* de la edición estadounidense de *Vogue*¹⁰.

El conde ‘Rudi’ Crespi, como se le conocía en los ambientes de la *jet set* internacional, no era ajeno a este tipo de propuestas. Dedicado a una intensa actividad de relaciones públicas en ambos lados del Atlántico, ya en abril de 1960 comunicaba a la *socialite* Aline de Romanones —que pocos años después se convertiría en corresponsal en España de *Vogue* (Gennaioli, 2021)—, que uno de sus principales clientes, el Hotel Excelsior del Lido de Venecia, le había encargado la puesta en escena de un desfile que reuniera en una pasarela conjunta a la alta costura italiana, francesa, inglesa y americana. Con la intención de incorporar en el programa también a la moda española, Crespi planteaba a la aristócrata trasladar la propuesta a varios diseñadores que, en su opinión, se habrían podido beneficiar de una audiencia cualificada. Los modelos, presentados por maniqués italianas, estarían posteriormente sometidos a la evaluación de un jurado de excep-

⁷ Es probable que fuera Francia el país que desestimó la invitación, ya que un artículo de *La Gaceta del Norte* subrayaba la ausencia del país galo incluso en el título (Barreda, 1956).

⁸ “*Gli abiti che giudicavano più rappresentativi del loro modo di vivere*” (Brin, 1956, p. 92).

⁹ Entre los participantes figuraban Pucci (Florencia), Baratta, Veneziani, Livoli, Biki, Cerri, Bertoli (Milano), Simonetta, Antonelli (Roma) (Gran Gala del Algodón, 1958).

¹⁰ La periodista Irene Brin lo menciona en su libro póstumo, *L'Italia esplode: diario dell'anno 1952*, como cotitular del Open Gate, un famoso club en la *Via Bissolati* de Roma (Brin, 2014, p. 58).

ción, compuesto “*only by men famous for their taste*” (Crespi, 1960): el director italiano Luchino Visconti, el dramaturgo francés Jean Cocteau, el fotógrafo inglés Cecil Beaton y, en representación de España, el artista Salvador Dalí.

[...] One of my biggest public relations clients, the “Excelsior” of Venice Lido, has asked me to organize on the night of Sunday September 18th the International Oscar for the most beautiful evening dress of 1960. The Italian, French and English couture have accepted to participate. The American couture will let me know very soon. I would like you to speak to the dress makers which you consider tops in Spain (some of them I know and I would like them to send their dresses to Venice, like Pertegaz, Rodriguez, Flora Villareal, naturally the Spanish Balenciaga) and convince them to partake in this high level contest. It would be, as a matter of fact, a good way for the Spanish couture to get out of their shell and be seen by a mostly sophisticated audience (Crespi, 1960).

Con el pretexto de designar el vestido de noche más elegante del año 1960, el pase suponía una oportunidad publicitaria para aquellos países que querían consolidar su posición en la geografía internacional de la alta costura puesto que, generalmente, la prensa y los compradores de los grandes almacenes representaban los asistentes más asiduos a este tipo de acontecimiento. Por ello, Crespi solicitaba la intervención de Romanones, conocedora de las tendencias y de los gustos de un público informado: “[...] Help the dressmakers to chose what you think should be better for an international contest”, le añadía al cierre de su carta (Crespi, 1960).

En este contexto, los episodio que marcaron de manera más significativa la visibilidad de la moda italiana en España se produjeron en 1968, con la organización de dos pasarelas complementarias: la primera, en el Hotel Ritz de Madrid, dedicada a la moda femenina, y la segunda, en Lloret de Mar, centrada en la moda masculina. El *Almanaque informativo* de 1969 resumía una opinión ampliamente compartida en torno al propósito de proyectar una imagen integral del *sistema moda* italiano ante el público español: “la moda italiana, pisa muy fuerte, y en dos ocasiones hemos tenido [...] ocasión de comprobarlo [...] actualmente, las divisas logradas en Italia por la moda rebasan las que le llegan al país vecino en concepto de Turismo (y eso que la Península tiene antigua tradición en ese terreno)” (*Almanaque informativo*, 1969, p. 479).

La presentación de las colecciones en la capital española apareció con un despliegue de varias páginas en un reportaje del número de abril de la revista *Telva*. Bajo el título *Dolce Italia* —con claras referencias fellinianas y dantescas, que la propia periodista subraya—, y un subtítulo de tono irónico, con ese ‘buena’ entre paréntesis, ‘por primera vez en España desfila la alta costura italiana (*buona*)’, se presentaba el desfile de un centenar de modelos firmados

por Federico Forquet, Mila Schön, Ognibene, Emilio Pucci, Naka y Litrico (García Picazo, 1968).

Como evidenciaba el *Almanaque informativo*, estos proyectos se enmarcaban en una estrategia ministerial del “país vecino” destinada a promover su moda a nivel internacional (*Almanaque informativo*, 1969, p. 479), estableciendo además una conexión con el sector turístico. Este hecho es confirmado también por un informe que el Consulado General de Italia (*Consolato Generale d'Italia*) enviaba a varios organismos —entre ellos el Ministerio de Asuntos Exteriores (*Ministerio Affari Esteri*) de Roma, la Embajada de Italia en Madrid y el Instituto Italiano de Cultura de Barcelona—, en marzo de 1968, en el que la planificación de los desfiles de aquel año respondía a la previsión de un aumento de turistas “desde Cataluña hacia Italia” (*Consolato Generale d'Italia*, 1968) y, más en general, a un incremento “del turismo extranjero que acude al sur de España” (*Ambasciata d'Italia*, 1968).

A través de las iniciativas enumeradas en el informe de marzo de 1968 —la programación de exposiciones culturales, la proyección de cortometrajes turísticos o la edición de un folleto en lengua española sobre Italia—, entre las cuales figuraba también el proyecto de organizar nuevos desfiles de *Alta Moda Italiana* siguiendo el modelo del celebrado en Barcelona¹¹, se hacía evidente el propósito de asentar las bases para la proyección de una imagen en la que la moda italiana y el turismo se asociaban en un binomio perfecto también en España, después de que dicha asociación hubiera representado el rasgo distintivo del relato en materia de moda entre Italia y Estados Unidos.

3. El desfile colectivo de 1987

La documentación relativa a la organización de un desfile colectivo de prêt-à-porter italiano celebrado en España en 1987 se conserva en el archivo histórico de la *Camera nazionale della moda italiana* (Cámara nacional de la moda italiana), un amplio corpus documental generado por esta asociación entre 1958 y 1989, depositado en la Università Commerciale Luigi Bocconi desde 2014. Como observa Gino Famiglietti, director general de Archivos, en el prefacio del inventario publicado en 2018, a partir de la primera década de los años 2000 comenzó a perfilarse en Italia una tendencia orientada a la valorización de fuentes “no tradicionales”, como los archivos vinculados a la moda, completamente ausentes del horizonte archivístico hasta hace apenas unas décadas (Famiglietti, 2018, p. VII).

La *Camera nazionale della moda italiana*, constituida en 1958 por iniciativa del *Centro romano per l'alta moda* bajo la denominación de *Camera sindacale della moda italiana* e inspirada en la decimonónica *Chambre syndicale de la couture parisienne*, desempeñó sin duda un papel central en la promoción del sistema productivo de la moda transalpina y, en general, del *made in Italy* a lo largo de la segunda mitad del siglo XX (Capalbo, 2012, pp. 131-134; Capalbo, 2014, pp. 352-353; Merlo, 2003, pp. 662-663).

¹¹ En el documento se lee lo siguiente: “Como en otras ciudades españolas, en estos días el I.C.E. está organizando también en Barcelona, con la colaboración de este Consulado General, una manifestación de Alta Moda Italiana promovida por nuestra Embajada en Madrid” [traducción propia a partir del italiano] (*Consolato Generale d'Italia*, 1968).

El proyecto de promoción de la moda italiana a través de una pasarela común en la capital española se había iniciado en 1986, cuando Camillo Ruggeri —secretario general de la *Camera di Commercio e Industria Italiana per la Spagna* (Cámara de Comercio e Industria Italiana para España, CCIS)— planteó a la entonces responsable de relaciones externas de la *Camera nazionale della Moda Italiana* (CNMI), Cecilia Fanfani, la propuesta de organizar un pase que funcionara de escaparate para el incipiente '*prêt-à-porter di livello medio alto*'¹², un sector que en España habría podido alcanzar cierto éxito comercial. Según esta primera correspondencia, la iniciativa —que contaba asimismo con el aval de la Embajada de Italia en Madrid— podría haberse celebrado entre el 15 y el 20 de octubre, en el Hotel Ritz o en el Hotel Palace, dos de los establecimientos más prestigiosos de la capital. Desde el principio, se hacía patente la motivación:

[...] *Il nostro intendimento è quello di presentare adeguatamente un certo tipo di moda italiana a Madrid, in una particolare fase di apertura verso l'estero del mercato spagnolo e di sviluppo dei consumi degli articoli di moda di un certo livello. [...] Crediamo in una tale manifestazione sia dal punto di vista promozionale che da quello dell'immagine di un settore che in questo momento ci vede come leader mondiale* (Ruggeri, 1986).

[...] Nuestra intención es presentar de manera adecuada un determinado tipo de moda italiana en Madrid, en una fase particular de apertura del mercado español hacia el exterior y de crecimiento en el consumo de artículos de moda de cierto nivel. [...] Creemos en el valor de una manifestación de este tipo tanto desde el punto de vista promocional como desde el de la imagen de un sector en el que, en este momento, somos líderes mundiales [traducción propia a partir del italiano].

La liberalización del mercado, con la entrada de España en la Comunidad Económica Europea como miembro de pleno derecho en 1986, habría permitido a los productores extranjeros vender directamente sus productos sin necesidad de recurrir a la concesión de licencias a los distribuidores locales (Castro Mato 1981, citado en Gimeno-Martínez, p. 208). Este argumento, que estuvo en la base de los planes de reestructuración emprendidos por el sector textil español en la década de 1980 (Gimeno-Martínez, 2011), se reiteraba también en una carta posterior dirigida al *Istituto nazionale per il commercio estero* (ICE, Instituto nacional de comercio exterior) de Roma, un ente público, dependiente del Ministerio de Comercio Exterior, cuyo objetivo principal era promover las exportaciones italianas:

Abbiamo rilevato che l'interesse per codesta manifestazione è molto vivo particolarmente presso la stampa e soprattutto dei compratori (titolari di negozi). Ciò in considerazione dell'enorme interesse che la moda italiana suscita in Spagna in questo momento anche in funzione degli adeguamenti comunitari (Ferry, 1987).

Hemos constatado que el interés por esta manifestación es muy vivo, en particular por parte de la prensa y, sobre todo, de los compradores (propietarios de tiendas). Ello en consideración del enorme atractivo que la moda italiana despierta en España en este momento, también en relación con los ajustes comunitarios [traducción propia a partir del italiano].

No es casualidad que 1987 coincidiera también con la apertura de una tienda 'Emporio-Armani' en Madrid, un hecho recogido, entre otros, por la revista *¡Hola!*, que dedicó al diseñador italiano un reportaje fotográfico junto a María del Carmen Martínez Bordiú, autora a su vez del artículo (Martínez Bordiú, 1987). En cierto modo, la nieta de Francisco Franco encarnaba el perfil de la clientela que "el rey Giorgio" —según el apelativo que recibía en su país natal— aspiraba a atraer en las doce tiendas cuya inauguración tenía prevista para 1988 en distintos puntos de la geografía española.

Los intercambios comerciales entre España e Italia constituían también un eje central del memorándum que Loris Abate, presidente de la CNMI, redactó como discurso introductorio al folleto del evento (*Camera Nazionale della Moda Italiana e Istituto Nazionale per il Commercio Estero*, s.f.). En él, tras recorrer la historia de la asociación y subrayar los lazos culturales que unían a ambos países, destacaba que las exportaciones italianas hacia España habían crecido más de un 50% entre 1985 y 1986 (Abate, 1987), dato que confirmaba la creciente relevancia del mercado español para el *sistema moda* italiano; en palabras de Ruggeri: "[è] un momento in cui il mercato spagnolo della moda guarda con estremo interesse a quello italiano"¹³. De manera casi análoga, el periódico *Economía* recogía las declaraciones de Carlos Solchaga, entonces ministro de Economía y Hacienda, quien amenazaba con "dar carta blanca a la importación masiva de moda italiana y francesa" ante el aumento constante de los precios del textil y calzado españoles (Hoy se conocerá: Economía espera que el IPC de septiembre sea del 0,5 por 100, 1987, p. 47a).

En el bienio 1986-1987, el ICE contaba con un fondo de 300 millones de liras —equivalentes a unos 155.000 euros— que, siguiendo la sugerencia del embajador Raniero Vanni d'Archirafi al *Ministero degli Esteri* (Ministerio de Asuntos Exteriores), podían destinarse "allo sviluppo della moda italiana in Spagna" (Per il Signor Abate, s.f.)¹⁴. A partir de la existencia

¹² "Prêt-à-porter de nivel medio-alto" (Ruggeri, 1986).

¹³ "[Es] un momento en que el mercado español de la moda observa con gran interés al italiano" [traducción propia a partir del italiano] (Ruggeri, 1987).

¹⁴ "Al desarrollo de la moda italiana en España" [traducción propia a partir del italiano]. Esta cantidad se había asignado para dos eventos que debían celebrarse en Madrid y Barcelona. Según se desprende de una comunicación de la CNMI sin fecha, aunque probablemente posterior, la cifra final destinada a la manifestación madrileña ascendía a unos 120 millones de liras (Sfilata a Madrid-Palazzo di Cristallo giovedì 15 ottobre 1987, s.f.).

de esta aportación gubernamental, que también la CCIS consideraba oportuno emplear en un desfile colectivo, se enmarcaba la intervención de la CNMI cuyo cometido era tratar de “captar” la adhesión de algunos de los mejores diseñadores del panorama de la época (Ruggeri, 1986). En este sentido, el consejero comercial de la Embajada italiana de Madrid había llevado a cabo un estudio de mercado previo, elaborando una lista detallada¹⁵ de la cual la CNMI debía seleccionar ocho casas de prêt-à-porter y un único diseñador de alta costura, ya identificado en Roberto Capucci (Sfilata a Madrid-Palazzo di Cristallo giovedì 15 ottobre 1987, s.f). Fanfani desplegó entonces su red de contactos entre las firmas más destacadas del *stilismo* italiano, algunas de las cuales —como Byblos (Byblos spa, 1987), Valentino (Giardina, 1987), Blumarine (Tarabini Castellani, 1987) o Krizia (Krizia spa, 1987)— descartaron casi desde el inicio su participación; a su vez, compiló una primera selección de miembros afiliados a la CNMI que tuviera en cuenta la naturaleza policéntrica del sistema industrial transalpino (Fanfani, 1987): Alberta Ferretti (Milán), Salvatore Ferragamo (Florencia), Erreuno (Milán), Laura Biagiotti (Roma), San Lorenzo (Turín), Miguel Cruz (Milán), Sergio Bonanni (Roma) y Tita Rossi (Roma).

Entre abril y mayo de 1987 se resolvieron otras dos cuestiones importantes: la cronología (Brogi, 1987), que se posponía a finales de octubre, y la localización, el Palacio de Cristal del Parque del Retiro (Ruggeri, 1987a). Gracias a la intervención de la Embajada italiana en Madrid, que había tejido relaciones diplomáticas con la dirección del Centro Nacional de Exposiciones —presidido entonces por Carmen Giménez (Giménez, 1987)—, la manifestación logró asegurarse el apoyo del Ministerio de Cultura español, que figuraba entre los patrocinadores del evento en el comunicado de prensa oficial (Comunicato stampa, s.f.)¹⁶, mediante la cesión de uno de los espacios de representación más significativos de la capital. De hecho, el Palacio de Cristal —un invernadero de estructura metálica y acristalada, diseñado por el arquitecto Ricardo Velázquez para la exhibición de plantas exóticas durante la Exposición de Filipinas de 1887 (Baldellou Santolaria, 1990)—, había albergado apenas tres años antes un desfile de prêt-à-porter del modisto italo-francés Pierre Cardin (Pierre Cardin, en Madrid, 1984).

Las semanas siguientes estuvieron marcadas por un tira y afloja entre la CNMI y la CCIS, en torno a diversas cuestiones¹⁷ que llegaron incluso a poner sobre la mesa la posibilidad de anular la manifestación (Bonanni, 1987). En julio, sin embargo, el proyecto retomó su curso regular: así se desprende de la comunicación entre Antonio Manti, el arquitecto encargado del diseño escenográfico, y Abate, a quien remitió el informe de la visita técnica efectuada en el Palacio de Cristal de Madrid con asunto “*scenografia della manifestazione di moda del 14 ottobre p.v.*”¹⁸, lo que señalaba asimismo una cronología definitiva fijada para el 15 de octubre.

Pese a que el evento se vio afectado por numerosas incertidumbres —la más significativa de ellas fue la relativa al listado definitivo de las casas participantes, que todavía en septiembre de 1987 no se conocía (Ruggeri, 1987b)—, finalmente se materializó según lo acordado bajo la denominación de “*Festa di Moda Italiana*”, como titulaba la carpeta de prensa en formato folleto, confeccionado para la ocasión e ilustrada con figurines y tendencias de cada participante. Precedido el día anterior por una rueda de prensa en la Embajada italiana, este desfile de “*Alta Moda Pronta*” (Camera Nazionale della Moda Italiana e Istituto Nazionale per il Commercio Estero, s.f.) reunió en el Palacio de Cristal a ocho casas —Basile, Bonser, Erreuno, Salvatore Ferragamo, Max Mara, Mila Schön, Soprani y Trussardi— que presentaron entre quince y veinte modelos de sus colecciones Primavera-Verano 1988 cada una, ante unos seiscientos asistentes y bajo la dirección escénica de Sandro Massimini (Sfilata Madrid 15 ottobre p.v., 1987).

Tabla. I. Comparativa: lista de la Embajada italiana y participantes definitivos del desfile (1987)

Categorías	Lista Embajada italiana de Madrid	Participantes definitivos desfile 15 de Octubre de 1987
Prêt-à-porter	Emporio Armani; Basile; Laura Biagiotti; Blumarine; Complice; Miguel Cruz; Erreuno; Salvatore Ferragamo; Alberta Ferretti; Genny; Max Mara; Missoni; Moschino; Luciano Soprani; Sir Bonser; Touche; Trussardi; Gianmarco Venturi; Versace	Basile; Bonser; Erreuno; Salvatore Ferragamo; Max Mara; Mila Schön; Soprani; Trussardi
Alta Moda	Roberto Capucci	

¹⁵ Véase Tabla. I.

¹⁶ Según se indica en el folleto, el evento fue oficialmente organizado por la CNMI y el *Istituto Nazionale per il Commercio Estero*, con la colaboración del Ministerio de Cultura español, el *Ministero del Commercio con l'Estero italiano*, la Embajada de Italia en España y la *Camera di Commercio e Industria Italiana per la Spagna* (Camera Nazionale della Moda Italiana e Istituto Nazionale per il Commercio Estero, s.f.).

¹⁷ En una carta de junio de 1987, la CNMI solicitaba, tras mantener conversaciones con los diseñadores asociados, posponer la fecha de la manifestación al periodo comprendido entre el 20 de noviembre y el 6 de diciembre (Camera Nazionale della Moda Italiana, 1987).

¹⁸ “Escenografía de la manifestación de moda del 14 de octubre” (Manti, 1987).

4. Conclusiones

El renovado escenario socio-cultural español de mediados de los años 80 ofrecía la oportunidad a la industria italiana de la moda para acceder a un mercado hasta entonces marginal en sus intereses. Este artículo aporta una reconstrucción de las relaciones institucionales previas al desfile celebrado en el Palacio de Cristal de Madrid en 1987, y amplía el análisis a la presencia de la moda italiana en España desde el final de la Segunda Guerra Mundial, momento en que empieza a fraguarse la imagen internacional de Italia como nación del vestir (Steele, 1994).

Desde los años cincuenta, mientras el relato de la alta costura transalpina se construía en la prensa estadounidense a través de un imaginario reconocible vinculado al turismo y a la aristocracia (Frisa, Tonchi y Mattiolo, 2014; Steele, 1994; White, 2000), las revistas españolas comenzaron también a otorgar visibilidad a los diseñadores de Roma y Milán, llegando a incorporar crónicas periódicas sobre los pases de la *Alta Moda*.

En 1968, apenas unos meses después de la creación de la Comisión interministerial para la promoción de la moda española —organismo encargado de coordinar las presentaciones de las colecciones nacionales para compradores extranjeros y las acciones de promoción publicitaria en medios internacionales (Gennaioli, 2023)—, la moda italiana se escenificó en dos certámenes casi simultáneos en Madrid y Barcelona. Por aquellos mismos años, Elio Berhanyer había mostrado su colección en Florencia¹⁹, y Josep Ferrer —firma asociada al Salón de la Moda Española de la Cooperativa de la Alta Costura y pionera en la introducción del traje sastre con pantalones en su línea femenina de prêt-à-porter— recibía el premio '*Pavona de moda*' tras su desfile en el certamen de Palazzo Pitti (Distinción italiana para un modista español, 1971), lo que pone de manifiesto un intercambio transnacional y un proceso de reconocimiento mutuo entre ambas escenas en el ámbito de la moda.

5. Referencias bibliográficas

- Abate, L. (1987, 15 de octubre). *La Camera Nazionale della Moda Italiana* [Nota mecanografiada]. Fondo Archivio Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Materiale Vario".
- Almanaque informativo (1969). *Almanaque informativo español*. Asociación de la Prensa de Barcelona.
- Alta Costura en Milán y Turín (1947, marzo). *Alta Costura: Revista de la Moda*, 34-35.
- Ambasciata d'Italia (1968, 18 de abril). *Turismo nel sud di Spagna* [Informe]. Fondo Archivio Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 98, carpeta 7.
- Baldellou Santolaria, M. A. (1990). *Ricardo Velázquez Bosco* [Catálogo de Exposición]. Ministerio de Cultura, Dirección General de Bellas Artes y Archivos, Centro Nacional de Exposiciones.

Desde esta perspectiva, el evento madrileño del 1987 confirmaba el interés hacia España por parte del Instituto Italiano para el Comercio Exterior, que veía en el acontecimiento "el punto de partida de una serie de acciones que tienen como fin un mayor conocimiento del mercado español, especialmente luego de su ingreso en la Comunidad Económica Europea" (Mian, 1987). Se trataba, además, de un interés recíproco, ya que desde sus primeros números *Vogue España* —destinada, poco después, a convertirse en la voz más autorizada de la moda española—, otorgó una extensa cobertura al diseño italiano; botón de muestra, es como en su cuarto número incluyó más de 120 página en un especial sobre Italia (Especial Italia, 1988). Asimismo, la revista del grupo Condé Nast contó con una corresponsal en Milán, Rachele Enríquez —quien posteriormente dirigiría la publicación entre 1990 y 1995 (Button, 2006)—, antes incluso de disponer de periodistas afincadas en París o en Nueva York.

La escasa repercusión del certamen en la prensa española —aparecido de manera marginal en *ABC* (Más moda en Madrid, 1987) y reseñado únicamente por publicaciones sin tirada nacional, semanas después de su celebración (La moda italiana es una fiesta, 1987)²⁰— sugiere que las premisas para convertir el acontecimiento en el punto de partida de una serie de "acciones de penetración" en el mercado español —como recordaba Luigi Mian, del ICE de Roma, en un telegrama a Cecilia Fanfani (Mian, 1987)— no habría alcanzado finalmente los resultados esperados.

Quizás una cierta falta de coordinación en la fase preparatoria de planificación llevó a plazos demasiado ajustados —aún en septiembre de 1987 no se conocía el listado definitivo de las casas participantes—, lo que probablemente explica la poca cobertura mediática que tuvo la manifestación en la prensa. Paradójicamente, la campaña publicitaria resultó más eficaz en Italia, donde incluso la RAI (Radiotelevisión Italiana) se hizo eco del desfile y llegó a retransmitirlo el 1 de noviembre de 1987 (Ferry, 1987a), apenas dos semanas después.

¹⁹ La información sobre un desfile del diseñador cordobés en Florencia, que puede fecharse en 1967 y que se realizó "con manufactura y tejidos italianos", pero con "ideas españolas" [traducción propia a partir del italiano], procede de un recorte de prensa conservado en el fondo del modisto Pedro Rodríguez, actualmente depositado en el Archivo del Museo del Traje (È il momento della moda, s.f.).

²⁰ El vaciado hemerográfico relativo al desfile de moda italiana de 1987 en Madrid revela un dato significativo: algunas firmas, como la italo-española Bonser, desarrollaban su producción en Cataluña (La moda italiana compta amb la Bonser de Navàs, 1987). Además de su sede en Italia, la empresa especializada en camisería masculina tuvo también presencia en España desde 1966, año en que su propietario, Sergio Bonanni, adquirió la mitad de las acciones de una compañía catalana con capital mixto hispano-alemán (La textil Bonser presenta concurso para eliminar el área de producción, 2010).

- Barreda, F. (1956, 29 de agosto). La moda de ocho países —entre ellos España y ausente Francia— en el concurso de Venecia. *La Gaceta del Norte*. [Recorte de prensa]. Fondo Archivo Pedro Rodríguez, Museo del Traje, Madrid. Ref. FD042527-02.
- Bonanni S. (1987, 10 de junio). *Carta a Loris Abate* [Correspondencia]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta “Varie Generiche e Circolari con le case di moda, Bonanni Bonser Varie”.
- Brin, I. (1956, octubre). Incontro internazionale della moda a Venezia. *Bellezza, rivista internazionale di Alta Moda*, 92, 138.
- Brin, I. (2014). *L'Italia esplode: diario dell'anno 1952* (C. Palma, ed.). Viella.
- Brogi, S. (1987, 24 de abril). *Carta a Studio Creativo Sergio Bonanni srl* [Correspondencia]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta “Varie Generiche e Circolari con le case di moda, Bonanni Bonser Varie”.
- Bueso, R. y Codina, M. (2020). *La democratización de la moda en España: Telva 1963-1975*. EUNSA.
- Button, J. (2006). Vogue Timelines. *Fashion Theory*, 10 (1-2), 279-288. <https://doi.org/10.2752/136270406778051076>.
- Byblos spa (1987, 25 de febrero). *Carta a la Camera nazionale della moda italiana* [Correspondencia]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta “Varie Generiche e Circolari con le case di moda, Byblos Varie”.
- Camera Nazionale della Moda Italiana (1987, 5 de junio). *Carta a Camillo Ruggeri* [Correspondencia]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta “Camera di Commercio e Industria”.
- Camera Nazionale della Moda Italiana e Istituto Nazionale per il Commercio Estero (s.f.). *Festa di moda italiana: Madrid 15 ottobre 1987* [Folleto]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta “Cartella Stampa”.
- Capalbo, C. (2012). *Storia della moda a Roma. Sarti, culture e stili di una capitale dal 1871 a oggi*. Donzelli.
- Capalbo, C. (2014). Nella capitale: gli enti a sostegno della moda. En M. L. Frisa, S. Tonchi y A. Mattiolo (coord.), *Bellissima: l'Italia dell'alta moda 1945-1968* (pp. 350-353). Electa.
- Caratozzolo, V. C. (2014). Reorienting Fashion: Italy's Wayfinding after the Second World War. En S. Stanfill (coord.), *The Glamour of Italian Fashion since 1945* (pp. 46-57). Victoria & Albert Museum.
- Comín, M. P. (1956, 17 de agosto). Vis a Vis: Danaide La Alta Costura se va a Venecia. *Correo Catalán* [Recorte de prensa]. Fondo Archivo Pedro Rodríguez, Museo del Traje, Madrid. Ref. FD042527-01.
- Comunicato stampa [Borrador mecanografiado de comunicado de prensa, s.f.]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, “Materiale Vario”.
- Consolato Generale d'Italia (1968, 15 de marzo). *Previsioni campagna turistica 1968 – Coordinamento e rilancio attività promozionali del turismo* [Informe]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 98, carpeta 7.
- Cosas que pasan: España en Roma (1965, 1 de agosto). *Telva*, 32.
- Los creadores de la moda española invitados por la embajada egipcia a pasar sus colecciones en El Cairo (1958, 6 de marzo). *Diario de Burgos* [Recorte de prensa]. Fondo Archivo Pedro Rodríguez, Museo del Traje, Madrid. Ref. FD042533-01.
- Crespi, R. (1960, 11 de abril). *Carta a Aline de Romanones* [Correspondencia]. Archivo de la Fundación Aline Condesa vda. de Romanones, Madrid, España.
- Crespi, R. (1972, 11 de diciembre). *Carta a Alfredo Sánchez Bella* [Correspondencia]. Archivo de la Fundación Aline Condesa vda. de Romanones, Madrid, España.
- De Anta, S. (1956, otoño). Junto al Gran Canal de Venecia. *Boletín de la Moda*, 7-9.
- Distinción italiana para un modista español: Concedido a José Ferrer (1971, febrero). *Boletín de la Moda*, 38.
- È il momento della moda, [Recorte de prensa, s.f.]. Fondo Archivo Pedro Rodríguez, Museo del Traje, Madrid. Ref. FD042551-01.
- Especial Italia (1988, julio). *Vogue España*, 18-154.
- Faggella, C. (2024). *Becoming couture: the Italian fashion industry after the Second World War*. Manchester University Press.
- Famiglietti, G. (2018). Premessa. En E. Merlo y M. N. Trivisano (coord.), *Lo stile nelle carte: Inventario dell'archivio storico della Camera nazionale della moda italiana (1958-1989)* (pp. VII). Ministero per i beni e le attività culturali, direzione generale degli archivi.
- Fanfani, C. (1987, 26 de marzo). *Carta a Camillo Ruggeri* [Correspondencia]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta “Camera di Commercio e Industria”.
- Ferry, C. (1987, 14 de septiembre). *Carta a ICE Roma*, [Correspondencia]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta “Ambasciata Italiana a Madrid”.
- Ferry, C. (1987a, 29 de octubre). *Carta a Paola Bologna* [Correspondencia]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta “Varie Generiche e Circolari con le case di moda, Basile Varie”.
- Fontana (1953, abril). *La Moda en España*, 32.

- Franceschini, M. (2019). Navigating fashion: On the role of digital fashion archives in the preservation, classification and dissemination of fashion heritage. *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 10(1), 69-90. https://doi.org/10.1386/csfb.10.1.69_1.
- Frisa, M. L., Tonchi, S. y Mattiolo, A. (2014). *Bellissima: l'Italia dell'alta moda 1945-1968* [Catálogo de Exposición]. Electa.
- IV Gala de la Sedería Española (1963, septiembre-octubre). *La Moda en España*, 24.
- García Claver, E., Feijóo Alonso, L., Martínez Alberó, M. y Taravilla Gómez, S. (2022). *En Madrid una historia de la moda, 1940-1970*. Subdirección General de Patrimonio Histórico, Dirección General de Patrimonio Cultural, Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid.
- García Picazo, M. (1968, 1 de abril). Dolce Italia: por primera vez en España desfila la alta costura italiana (buona). *Telva*, 39-41, 43.
- Gennaioli, D. (2021). *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]. <https://oa.upm.es/68575/>.
- Gennaioli, D. (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, 595-62. <https://doi.org/10.1387/hc.22934>.
- Giardina, D. (1987, 2 de marzo). *Carta a Stefania Brogi* [Correspondencia]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Varie Generiche e Circolari con le case di moda, Valentino Varie".
- Giménez, C. (1987, 27 de mayo). *Carta a Roberto Toscano* [Correspondencia]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, "Camera di Commercio e Industria".
- Gimeno-Martínez, J. (2011). Restructuring Plans for the Textile and Clothing Sector in Post-industrial Belgium and Spain. *Fashion Practice*, 3(2), 197-224. <https://doi.org/10.2752/175693811X13080607764818>.
- Gran Gala del Algodón (1958, julio-agosto). *Boletín de la Moda*, 46-47.
- Grazzini, E. (1956, 22 de agosto). Le sfilate di moda a Palazzo Grassi: Quaranta indossatrici in polemica col vestirsi troppo alla buona. *Corriere della Sera*, 7.
- Hoy se conocerá: Economía espera que el IPC de septiembre sea del 0,5 por 100 (1987, 16 de octubre). *Economía*, 47a.
- International Fashions in Venice (1956, 30 de agosto). *Women's Wear Daily*, p. 5. [Recorte de prensa]. Fondo Archivo Pedro Rodríguez, Museo del Traje, Madrid. Ref. FDO42528-07.
- Krizia spa (1987, 5 de marzo) *Carta a la Camera nazionale della moda italiana* [Correspondencia]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Varie Generiche e Circolari con le case di moda, Krizia Varie".
- Manti, A. (1987, 18 de julio). *Carta a Loris Abate* [Correspondencia]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Varie Generiche e Circolari con le case di moda, Varie Generiche e Circolari".
- Más moda en Madrid (1987, 17 de octubre). *ABC Sevilla*, 80.
- Manuel, P. (1951, julio). Una gran modista italiana: madame Biki. *Alta Costura: Revista de la Moda*, 32.
- Marcos Recio, J. C. (ed.) (2013). *Gestión del patrimonio audiovisual en medios de comunicación*. Síntesis.
- Martínez Bordiú, M. C. (1987, 22 de octubre). Encuentro en Milán con Giorgio Armani. *¡Hola!*, 248.
- Merlo, E. (2003). Le origini del sistema moda. En C. M. Belfanti y F. Giusberti (coord.), *Storia d'Italia. Annali 19: La moda* (pp. 667-697). Einaudi.
- Mian, L. (1987, 30 de septiembre). *Carta a Cecilia Fanfani* [Correspondencia traducida al castellano]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Materiale Vario".
- Moda Italiana (1955, invierno). *Boletín de la Moda*.
- La moda italiana compta amb la Bonser de Navàs (1987, 15 de octubre). *Regió 7* (Ed. Manresa), 14.
- La moda italiana es una fiesta (1987, 21 de noviembre). *Canarias*, 722.
- Molinero, C. e Ysàs, P. (1991). *Els industrials catalans durant el franquisme*. Eumo.
- Palazzoli, M. (1952, febrero). Alta Costura en Roma: Cinco días, Mil vestidos, Invierno elegante. *Alta Costura: Revista de la Moda*, 29-31.
- Pasalodos Salgado, M. (2008). Alta Costura, costura de altura en los años 50. *Indumenta: Revista del Museo del Traje*, 1, 22-47.
- Pecorari, M. (2019). Fashion archives, museums and collections in the age of the digital. *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 10(1), 3-29. https://doi.org/10.1386/csfb.10.1.3_7.
- Per il Signor Abate [Nota dirigida a Loris Abate, sin remitente, s.f.]. Fondo Archivo Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Varie Generiche e Circolari con le case di moda, Varie Generiche e Circolari".
- Pierre Cardin, en Madrid (1984, 9 de octubre). *ABC*, 103.
- Popesina, G. (1957, septiembre). La confección en Italia. *Alta Costura: Revista de la Moda*, 26-27.
- Rosendorf, N. M. (2014). *Franco sells Spain to America: Hollywood, Tourism and Public Relations as Postwar Spanish Soft Power*. Palgrave Macmillan.
- Rosés Castellsaguer, S. (2020). Spanish Couture: In the Shadow of Cristóbal Balenciaga. *Fashion Theory*, 26(1), 115-136. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2020.1770399>.

- Ruggeri, C. (1986, 30 de julio). *Carta a Cecilia Fanfani* [Correspondencia]. Fondo Archivio Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Camera di Commercio e Industria".
- Ruggeri, C. (1987, 29 de enero). *Carta a Loris Abate* [Correspondencia]. Fondo Archivio Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Varie Generiche e Circolari con le case di moda, Lettera Prot. N. P/173".
- Ruggeri, C. (1987a, 19 de mayo). *Carta a la Camera nazionale della moda italiana* [Correspondencia]. Fondo Archivio Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Camera di Commercio e Industria".
- Ruggeri, C. (1987b, 2 de septiembre). *Carta a Christine Ferry* [Correspondencia]. Fondo Archivio Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Camera di Commercio e Industria".
- Saenz-Alonso, M. (1953, abril). La moda italiana en Francia rivalidad con la moda francesa. El gran Modisto Schuberth ofrece la del Siglo XVIII. *La Moda en España*, 28.
- Saenz-Alonso, M. (1953a, abril). La moda en Italia. *La Moda en España*, 38.
- Segre Reinach, S. (2021). The Global Reach of Italian Fashion: Biki's Cosmopolitan Legacy. *ZoneModa Journal*, 11(1), 9-14. <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/13583>.
- Sfilata a Madrid-Palazzo di Cristallo giovedì 15 ottobre 1987 [Informe, s.f.]. Fondo Archivio Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Ambasciata Italiana a Madrid".
- Sfilata Madrid 15 ottobre p.v. (1987, 4 de septiembre) [Proyecto mecanografiado del desfile]. Fondo Archivio Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Varie Generiche e Circolari con le case di moda, Basile Varie".
- Steele, V. (1994). Italian Fashion and America. En G. Celant (Coord.), *The Italian Metamorphosis, 1943-1968* (pp. 496-505). Guggenheim Museum.
- Tarabini Castellani, A. (1987, 8 de septiembre). Carta a Cecilia Fanfani [Correspondencia]. Fondo Archivio Storico della Camera nazionale della moda italiana, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán, Italia. Caja 134, carpeta "Varie Generiche e Circolari con le case di moda, Blumarine Varie".
- La textil Bonser presenta concurso para eliminar el área de producción (2010, 25 de febrero). *Modaes*. <https://www.modaes.com/empresas/la-textil-bonser-presenta-concurso-para-eliminar-e>
- Tosti Croce, M. y Trivisano, M. N. (2018). Il Portale Archivi della moda del Novecento e la Camera nazionale della moda italiana. Dall'inventario al web. En E. Merlo y M. N. Trivisano (Coord.), *Lo stile nelle carte: Inventario dell'archivio storico della Camera nazionale della moda italiana (1958-1989)* (pp. 38-40). Ministero per i beni e le attività culturali, direzione generale degli archivi.
- Trivisano, M. N. (2018). L'archivio storico della Camera nazionale della moda italiana (1958-1989). En E. Merlo y M. N. Trivisano (Coord.), *Lo stile nelle carte: Inventario dell'archivio storico della Camera nazionale della moda italiana (1958-1989)* (pp.32-37). Ministero per i beni e le attività culturali, direzione generale degli archivi.
- Vandi, A. (2023). Dealing with Objects, Dealing with Data. The Role of the Archive in Curating and Disseminating Fashion Culture through Digital Technologies. *ZoneModa Journal*, 13(1), 155-168. [/doi.org/10.6092/issn.2611-0563/17935](https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/17935)
- Vergani, G. y Malossi, G. (1992). *La Sala Bianca: nascita della moda italiana*. Electa.
- White, N. (2000). *Reconstructing Italian fashion: America and the development of the Italian fashion industry*. Berg.