



NANCY

SE VISTE DE MODA

Catálogo de publicaciones del Ministerio: www.mecd.gob.es
Catálogo general de publicaciones oficiales: publicacionesoficiales.boe.es

Edición: 2013



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE

Edita:
SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
Subdirección General de Documentación
y Publicaciones

© De los textos e imágenes: sus autores
© De los diseños: sus autores

NIPO: 030-13-003-2
Depósito legal: M-25774-2013
Imprime: Jomagar



NANCY

SE VISTE DE MODA

EXPOSICIÓN TEMPORAL- MUSEO DEL TRAJE

// 26 septiembre 2013 - 19 enero 2014



INSPECCIÓN GENERAL
DE BELLAS ARTES Y BELLAS CANTAS
SUBDIRECCIÓN GENERAL
DE PLANOS ESTADIALES



Centro de
Investigación
del Patrimonio
Etnológico



acmc

ASOCIACIÓN CREADORES DE MODA DE ESPAÑA



“HOLA, SOY NANCY Y QUIERO SER LA MUÑECA MÁS ELEGANTE DE CUANTAS TÚ TENGAS”

Se trata de una verdadera declaración de intenciones. Sencilla y de cara dulce, asequible y de calidad, Nancy se ha convertido en una de nuestras muñecas más queridas y recordadas. Maniquí de excepción que marcó tendencia en las niñas de toda una generación.

Los 60 son los años de la modernización de la sociedad española, el crecimiento económico y el progreso. El cambio de mentalidades y las revueltas sociales marcan el rumbo de Europa. En España esta década se define por los planes de estabilización económica y la incorporación masiva de la mujer al trabajo y a las universidades. Se está gestando la nueva sociedad contemporánea en un proceso de renovación. Precisamente a finales de esta década, en 1968, cuando París levanta flores en lugar de armas y se reivindica la modernidad, aparece en España la muñeca Nancy, convertida en icono de la infancia de los años 70 y los primeros años 80.

Nancy, como la muñeca más representativa de su época, constituye un fenómeno que no hubiera sido posible sin otra de las innovaciones de

la moderna sociedad del desarrollo que tanto va a influir en el conocimiento, comercialización y venta de la muñeca: los nuevos sistemas de comunicación de masas. En 1956 nace la televisión en España, y su expansión en la década de 1960 es enorme (del 1% al 75% al final del periodo). Las nuevas costumbres, modos de vida, modas y prácticas sociales se difunden de una manera rápida, como nunca antes lo habían hecho. Nancy se convertirá así en un auténtico fenómeno sociológico.

En la década de 1940, Mariquita Pérez había supuesto ya una revolución tanto en la concepción de las muñecas como en el cambio de la filosofía del juguete. El hecho de que sea una muñeca infantil, no adulta, como era corriente hasta entonces, que proporcionó un nuevo concepto del juego -la muñeca en sí, sus vestidos y complementos-, y las novedades en el tratamiento y distribución del juguete la convierten en un innovador producto de mercado. Surge entonces una nueva visión comercial, que no solo se centra en la muñeca, sino que va acompañada por la creación de toda una línea de vestuario y complementos, junto a otros accesorios asociados.

Detalle del vestido realizado por Devota & Lomba, 2013.



Mariquita, sin embargo, era una muñeca de lujo, juguete exclusivo de las clases pudientes, cuya fabricación no entró nunca dentro del diseño industrial y de la fabricación en masa que marca el *prêt-à-porter* de los 60.

Nancy sustituye a Mariquita como icono infantil en los 70. Desarrolla el mismo concepto de muñeca con accesorios, vestidos y mobiliario. Tiene una hermana, Lesly, y un amigo, Lucas. Estará presente en todos los hogares españoles con anuncios publicitarios que incluyen ya la televisión y la aparición de juegos asociados: cromos, recortables e incluso un juego de cartas.

Nancy ya no es un lujo para unos pocos, con ella asistimos a la democratización de las muñecas. Llega a todos los sectores sociales, convertida en un producto de mercado de la nueva sociedad de consumo.

Su éxito se debe a la unión de una serie de factores y condicionantes favorables: el desarrollo y el crecimiento económico de las décadas de los 60 y 70; la irrupción del plástico, un material más barato en la fabricación industrial; la incorporación de nuevos sistemas de producción; y el aumento del nivel de vida de las clases populares en España, capaces

de abrir la puerta a un mercado rentable.

Nancy se convierte en la muñeca de la “cultura de masas”, característica de su tiempo: en sus primeros diez años de vida se vendieron más de 10 millones de unidades y, en total, 25 millones de muñecas.

La imagen de Nancy

“Una muñeca con la que jugar a cómo te gustaría ser de mayor”: esta parece ser la frase que resume el concepto novedoso implantado por Nancy.

Las muñecas son referentes de las modas de su época y responden a un contexto sociológico determinado. Reproducen los modelos de la sociedad que las concibe y se convierten en reflejo de las pautas culturales, las modas y las costumbres de una determinada comunidad. La ideología y los valores imperantes se manifiestan en su imagen exterior, en su apariencia física y en las cualidades que se les atribuyen: vestidos, accesorios, profesiones, etc. transmiten e incluyen un determinado perfil sociológico.

La imagen de Nancy responde al modelo idealizado de joven moderna de los años 60. Este modelo se ve favorecido con la aparición de nuevas

Detalle del vestido *Autonancy* realizado por Ágatha Ruiz de la Prada, 2013.



revistas femeninas, que transmiten en imágenes consignas e ideales culturales, sociales e ideológicos. En los años 60 y 70, el nuevo concepto de modernidad se impone en los patrones sociales, las mujeres llenan las universidades, son activas, trabajadoras y cosmopolitas. El éxito de Nancy reside precisamente en la encarnación del reflejo de estos años. Sus complementos y vestuario van conformando una personalidad determinada acorde con su tiempo.

La imagen física idealizada de los años 60 es una imagen juvenil, añorada, al estilo de las modelos que triunfan en ese momento en los medios publicitarios internacionales. De ellas derivó un modelo femenino de pelo largo, figura delgada y estilizada, con un marcado aire fresco y moderno. Este ideal físico de eterna juventud supuso una auténtica revolución en los cánones de belleza imperantes en su época, hasta entonces basados en cuerpos de líneas curvas. Esta nueva condición física marca una tendencia de estatura media, con vestidos minifalderos al estilo de Mary Quant, pestañas postizas, ojos marcados y un aire ingenuo pero sensual.

La personalidad de Nancy responde también a este nuevo concepto de

modernidad: una jovencita preparada, universitaria, atractiva y trabajadora. En la España de entonces, el 80% de los “nuevos” empleos fueron ocupados por mujeres: maestras, enfermeras y azafatas, profesiones desempeñadas por ellas casi de forma íntegra y consideradas propias de la condición femenina, y de las que por supuesto participa Nancy.

La aparición de Nancy

Nancy es una creación con diseño y producción de Famosa, importante fábrica juguetera de la población alicantina de Onil, uno de los centros históricamente más relevantes en la fabricación de muñecas.

En el momento de su aparición Nancy reunía todos los requisitos y se daban las circunstancias favorables para que se convirtiese en la estrella y el baluarte de la producción juguetera española: accesible, rentable, célebre, llamada a convertirse en el juguete que no puede faltar en ninguno de los hogares infantiles españoles.

A la cabeza de un equipo de diseñadores, Tino Juan fue el encargado de dar forma a la muñeca. Inicialmente se concibió con una altura de 56 cm., aunque finalmente se redujo a 42 cm. El pelo, largo y de nilón, cosido a la cabeza, tiene tonalidades que van del

Detalle del vestido realizado por Ángel Schlessler, 2013.



negro azabache hasta el rubio, castaño o rojizo, gracias al coloreado. Sus pestañas, largas y marcadas, son también de nilón tintado. Sus ojos están formados por pequeñas bolitas de plástico, incrustadas en cápsulas y sujetas al interior de la cabeza; con un sistema de párpados durmientes. El color del iris varía: marrón, azul, verde y miel. El cuello, las ingles y los hombros son giratorios. Los brazos, rectos, no se articulan en los codos, y la cintura es fija, aunque algún modelo, a partir de 1976, poseía un sistema giratorio. Las piernas son rectas, nacidas en las ingles y sin articulación en las rodillas. Los pies y las manos forman una sola pieza, con las piernas y los brazos respectivamente.

A pesar de las características comunes y la apariencia unitaria, existe una pequeña evolución de la muñeca a lo largo de las diferentes décadas de su existencia. La muñeca Nancy fabricada entre los años 1968 y 1980 muestra variaciones que se refieren a diversos aspectos: la distancia en el cosido del pelo, las cejas serigrafadas más oscuras (anchas o estrechas, largas o cortas), el tamaño del brazo (más grande o pequeño, duro o blando), el grosor del tobillo (más ancho o estrecho) y la pierna, más o menos estilizada.

Esta es nuestra Nancy, la que provoca la nostalgia de nuestros coleccionistas, y la que se convierte en la exposición en modelo de pasarela.

Nancy, modelo de excepción

Desde la aparición de la muñeca su vestuario refleja los impulsos sociales de la nueva moda: el *flower power*, la moda *hippy*, los pantalones de pata de elefante, los chalecos, las medias y las botas de charol son utilizados por la muñeca, que se hace eco de los signos de su tiempo.

Nancy es la joven en la que se quieren convertir todas las niñas de España. Su conformación responde a lo que está en la calle, a los modelos sociales imperantes, a los trajes *folk*, las minifaldas, los motivos pop e, incluso, a los modernos planteamientos de género. La moda que Nancy llevaba cuando se lanzó, hace casi cuarentaycinco años, ya creaba tendencias: los conjuntos, los accesorios, los abrigos... Nancy contaba con un vestuario de ensueño.

Como si de una auténtica revista de modas femenina se tratara, el ropero de Nancy se mostraba en los catálogos, que se publicaban, como mínimo, una vez al año. Se trataba de un pequeño librito titulado *Nancy*



y sus conjuntos, que en ocasiones se completaba con un segundo catálogo: *Nancy de pasarela*. En ellos se recoge un muestrario de los vestidos que responden a ese concepto de seguimiento de la moda que le es contemporánea y al principio de modernidad que se quiere transmitir.

En el año 1973 se incluyen en el catálogo de la muñeca los nuevos objetos de mobiliario, y los complementos y juegos se multiplican. Se crean varias líneas diversificadas de productos, en las que el placer de comprar y variar el modelo, uno para cada ocasión, para convertirse en personajes diferentes (la Cenicienta, princesa, pintora o marinera) revoluciona el mercado.

Esta variedad de modelos, “uno para cada ocasión”, responde a los nuevos presupuestos de la sociedad de consumo, lo que se ha llamado “pautas de consumo renovables”, aplicables tanto a la moda como al mundo del juguete infantil.

La imagen se revierte: si en un principio Nancy sigue la moda de la calle cargada de modernidad, a lo largo de los años se convierte en difusora de tendencias a través de su vestuario.

Hemos querido sumarnos al homenaje de la muñeca en su cuarentay-

cinco aniversario y convertirla en modelo de excepción de pasarela. Veinticinco creadores de moda española la imaginan con sus diseños y la dotan de una nueva imagen en consonancia con sus percepciones, recuerdos y memoria, transformada por su propia identidad creadora.

25 creadores de moda

El Museo del Traje, consciente de la importancia de la moda como una industria cultural sustancial en España, mantiene de forma continua una fructífera relación con creadores y diseñadores actuales: tanto los de primera línea, ya consagrados en desfiles y pasarelas de renombre nacional e internacional, como aquellos jóvenes estudiantes que intentan abrirse camino en el difícil pero atrayente mundo de la moda.

Los creadores de ACME que participan en el cuarentaycinco aniversario, realizan un ejercicio introspectivo que aúna sus propias vivencias, recuerdos, imágenes y referencias de la muñeca con su propio recorrido personal y profesional, en el que nos muestran un magnífico ejemplo de su trabajo.

Sus orígenes, su tradición, trayectoria e innovación constituyen el hilo conductor de sus creaciones y del modelo diseñado para la muñeca Nancy.

Detalle del vestido realizado por Anjara García, 2013.



Todos ellos comparten con Nancy sus últimas tendencias de pasarela con las que establecen una continuidad, pero partiendo de la revisión de sus propuestas en la inspiración que les produce la muñeca.

En este diseño los creadores han elaborado un “*total look*”: la han peinado, le han cortado el pelo, le han puesto cadenas, cintas, sandalias o plataformas, e incluso la han maquillado. Cada uno de los modelos está en consonancia con su personalidad creadora, en paralelo al estilo personal y característico de cada uno de ellos y siguiendo el impulso de sus propias creaciones de pasarela. Los creadores han realizado un ejercicio de revisión de su recorrido profesional y nos muestran un ejemplo magnífico de su trabajo. Todos ellos la visten con las últimas tendencias de sus colecciones, en las que su profesionalidad, carácter, individualidad y estilo quedan plenamente definidos.

En la muestra participan veinticinco nombres relevantes de nuestra moda: Maya Hansen, José Castro, Angel Schlessler, Hannibal Laguna, Andrés Sardá, Juanjo Oliva, Alma Aguilar, Ana Locking, Devota & Lomba, Ágatha

Ruiz de la Prada, Menchén Tomás, Duyos, Teresa Helbig, Ion Fiz, Dolores Cortés, Amaya Arzuaga, Antonio Alvarado, Helena Rohner, Kina Fernández, Nicolas Vaudelet, Rabaneda, Roberto Torretta, Anjara García, María Barros y Juana Martín.

Nos vuelven a sorprender con su talento y crean una pasarela en miniatura, en la que la modernidad de los diseños se entremezcla con la nostalgia de nuestros recuerdos de Nancy. Creaciones que nos harán disfrutar de esta entrañable exposición.

Es un particular homenaje a nuestra Nancy, que nos hará revivir los recuerdos de la infancia al mismo tiempo que disfrutaremos de la variedad y calidad de las últimas tendencias de moda española.

Nancy puede ser considerada como un elemento clave de la identificación de la Marca España. Nada tan genuinamente español como esta muñeca de colección: fabricada en Onil, vestida por diseñadores españoles y asesorada por miles de madres e hijas durante cuatro décadas en todos los lugares de nuestra geografía.



“FAMOSA, LA FÁBRICA DE ILUSIONES EN FORMA DE JUGUETES”

Nace en 1957 tras la fusión de 25 empresas locales de Onil (Alicante) dedicadas a la producción y comercialización de juguetes. Tras medio siglo de historia, Famosa ha pasado de ser una juguetera local tradicional a convertirse en una gran compañía internacional, hoy es la juguetera española líder del sector en nuestro país.

Nenuco, Barriguitas, Pinypon, Nancy y Feber son sus marcas estandarte y su mayor fortaleza; todas ellas desarrolladas bajo la misma misión: ofrecer ilusión a niños de entre 2 y 7 años en forma de juguetes para favorecer su desarrollo integral.

Gracias a sus valores: tradición e innovación, seguridad, calidad, trabajo en equipo, pasión y diversión e integridad, ha conseguido ser una compañía reconocida internacionalmente y convertirse en líder indiscutible en el mercado de fabricación y distribución de muñecas, peluches, vehículos de batería y juguetes de jardín.

“En Famosa nos apasiona y nos divierte nuestro trabajo en el que combinamos a diario tradición e innovación, y en el que fomentamos la seguridad, la calidad, el trabajo en equipo y la integridad de todas nuestras actuaciones.”



CATÁLOGO
DE LA EXPOSICIÓN



AMAYA ARZUAGA crea su propia marca en 1994 y debuta en la antigua *Pasarela Cibeles* en 1995. La diseñadora ha participado en importantes semanas de la moda internacionales como Londres y Milán, y desde 2010 presenta sus colecciones en la *Semaine des Créateurs de Paris*. Sus creaciones tienen una importante difusión internacional y están presentes en diversos puntos de venta multimarca de todo el mundo.

ANA LOCKING crea su firma en el año 2008 tras la disolución de la marca Locking Shocking, en la que desarrolló la labor de directora creativa durante diez años. Debuta en la entonces *Cibeles Madrid Fashion Week* en 2008 y en septiembre de 2009 presenta su trabajo en la Biblioteca Pública de Nueva York dentro del proyecto 4Eyes durante la *New York Fashion Week*. También mantiene fuertes lazos con otras disciplinas artísticas y colabora con diversas instituciones culturales a través de exposiciones, conferencias y cursos.





MAYA HANSEN presenta su primera colección en la *Pasarela Gaudí* en 2002 tras ganar el premio Smirnoff de jóvenes diseñadores. Crea su propia marca en 2004 y dos años después se especializa en la creación de corsés como prenda exterior, en la que combina técnicas tradicionales de corsetería con el diseño contemporáneo. Tras participar en la plataforma EGO durante tres temporadas, forma parte del calendario oficial de la Semana de la Moda de Madrid desde 2011. Es finalista de los premios Vogue Who's on Next 2012.

RABANEDA presenta su primera colección de moda en 2010 y consigue el premio al mejor diseñador novel de *Valencia Fashion Week*. Debuta en el calendario oficial de la pasarela de la capital en 2011. Comienza su proyección internacional colaborando con Disney, participando en la semana de la moda de la República Dominicana y vendiendo sus colecciones en las ferias que se desarrollan durante la *Semaine des Créateurs de Paris*. Es finalista de los premios Vogue Who's on Next en el año 2013.





AGATHA RUIZ DE LA PRADA debutó en la atigua *Pasarela Cibeles* en 1985. Ha participado en importantes pasarelas de todo el mundo como *Milan Fashion Week* y ha mostrado sus creaciones en numerosas exposiciones a nivel internacional. Tiene un importante desarrollo comercial: actualmente trabaja con más de cincuenta licenciatarios, aplicando su marca a distintos sectores además del textil. Sus productos se distribuyen en sus tiendas de Madrid, Barcelona, París, Milán, Oporto y Nueva York, y en puntos multimarca de más de ciento cuarenta países.

DEVOTA & LOMBA es la firma fundada en 1986 por Modesto Lomba y Luis Devota. La marca presenta sus colecciones en la Semana de la Moda madrileña desde 1988. Tras la desaparición de Luis Devota en 1993, Felipe Santa María se incorpora a la firma dirigida por Modesto Lomba. Con colecciones de novia, hogar, perfumes y joyas, entre otros, Devota & Lomba cuenta en la actualidad con más de veinticinco líneas de producto y desarrolla también proyectos de interiorismo a través de Devota & Lomba Estudio.





ROBERTO TORRETTA comienza su trayectoria en el mundo de la moda en los años 70. De origen argentino, el creador se traslada a España, donde trabaja en diferentes empresas del sector. Debuta en la entonces *Pasarela Cibeles* en 1996, pero no fue hasta dos años después cuando lo hizo de forma individual. Especializado en el uso de la napa en sus diseños, ha colaborado con diferentes firmas que le han permitido trasladar el estilo Torretta a otros sectores como la joyería, la decoración o la óptica.

DUYOS crea sus primeras colecciones junto a Cecilia Paniagua para la marca Duyos & Panigua. Emprende su carrera en solitario y celebra su primer desfile en la entonces *Cibeles Madrid Fashion Week* en 1999. Presentó su trabajo en la Biblioteca Pública de Nueva York en 2009 bajo el proyecto colectivo 4Eyes durante la *New York Fashion Week*. Ha colaborado con diversas marcas como Absolut, Levi's, Adidas o Coca-Cola, lo que le ha permitido plasmar su universo creativo en productos más allá del diseño textil.





ÁNGEL SCHLESSER comienza en el mundo de la moda en 1983. Participa en la Semana de la Moda de la capital desde 1990. En 1996 abre su primera tienda en Madrid, a la que siguen diversos puntos de venta repartidos por toda la geografía española y tiendas propias en El Corte Inglés. Ha desfilado en ciudades como Tel-Aviv, México DF o Kuala Lumpur, y ha participado en importantes exposiciones. Sus diseños se han introducido en otros sectores como la perfumería, la joyería o la decoración.

HANNIBAL LAGUNA inició su carrera en 1987 y desde 1997 presenta sus colecciones en la Semana de la Moda de Madrid. Especializado en el diseño de trajes de noche, actualmente cuenta con más de una docena de líneas y licencias. Sus colecciones de costura, novias, calzado, relojes y joyas se distribuyen a través de sus tiendas de Madrid y Alicante, así como de puntos multi-marca de diferentes países del mundo. Cada año presenta sus colecciones de moda nupcial en la *Pasarela Gaudí Novias*. Sus diseños se han mostrado en diversas exposiciones a nivel nacional e internacional.





JUANJO OLIVA desempeñó su primera labor profesional como ilustrador y diseñador de moda para firmas como Sybilla y Zara. En 2000 decidió crear su propia marca y participa desde 2004 en la pasarela madrileña. En 2009 presenta sus creaciones en el marco de la *New York Fashion Week* y participa en el proyecto colectivo 4Eyes. En 2012 comienza su colaboración con El Corte Inglés diseñando la colección cápsula “Juanjo Oliva para Elogy”.

ION FIZ comienza su trayectoria en la moda a una edad muy temprana y recibe el Prix de Marie Claire al mejor diseñador novel. Tras trabajar con creadores de la talla de Pertegaz, crea su propia firma en 2002 y al año siguiente debuta en la llamada *Cibeles Madrid Fashion Week*. Desde entonces presenta sus colecciones en la Semana de la moda de Madrid y amplía su campo de actuación a otros sectores como el diseño de complementos, la óptica y la bisutería.





DOLORES CORTÉS es la firma de moda baño dirigida por Dolores Font Cortés. La creadora recoge la tradición familiar en el sector del diseño para convertirse en la directora creativa de la firma fundada por su madre en los años 50, pionera en la creación de bañadores elásticos. Desde 2007 participa en la *Fashion Week* madrileña, pasarela en la que presenta sus creaciones cada temporada. Además, muestra sus propuestas en otras plataformas como *Gran Canaria Moda Cálida* o *Miami Fashion Week Swim*.

NICOLÁS VAUDELET llega por primera vez a España en 2007 como director creativo de El Caballo. Tras trabajar con Christian Lacroix, Dior, Louis Vuitton y Givenchy, se incorpora a la centenaria firma sevillana, con la que debuta en la entonces *Cibeles Madrid Fashion Week* en el año 2008. En 2011 comienza su andadura en solitario y crea su propia firma de moda en España. Su interés por la cultura española le ha llevado a colaborar con el Ballet Nacional y ha creado el vestuario para el espectáculo *Sorolla*.





HELENA ROHNER sus creaciones de joyería están basadas en la pureza y la simplicidad de las formas, son una sorprendente combinación de materiales. La evolución de Helena Rohner en el diseño de joyas se ha visto influenciada por su entorno y la gente con la que ha colaborado. Sus creaciones, que no solo se limitan a las joyas, incluyen proyectos de diseño para compañías de reconocimiento internacional como Georg Jensen, Munio o Kahler.

ANDRÉS SARDÁ funda su marca homónima en los años 60. Formado en ingeniería textil, inició una revolución en el diseño de lencería femenina. A las colecciones de moda íntima se añadieron también las propuestas de baño, lo que ha situado a la marca en un puesto relevante dentro de las firmas de lencería de lujo con reconocimiento internacional. Siguiendo los pasos de su padre, Nuria Sardá es la directora creativa de la firma desde 1998. La marca Andrés Sardá presenta sus colecciones en la pasarela de moda madrileña desde el año 2000.





TERESA HELBIG inicia su carrera en el mundo de la moda a través del escaparatismo. Presenta sus primeras colecciones en el 080 de Barcelona y debuta en la llamada *Cibeles Madrid Fashion Week* del año 2010. Los conocimientos adquiridos en el *atelier* de Alta Costura de su madre caracterizan sus colecciones, en las que destacan los detalles y la artesanía. Sus creaciones, mezcla de *prêt-à-porter* y Alta Costura, son confeccionadas íntegramente en su taller de Barcelona. Trajes de día, de noche y de novia que pueden adquirirse en puntos de venta de Madrid, Bilbao y Barcelona.

MENCHÉN TOMÀS es la firma de los diseñadores Olga R. Menchén y Francesc Grau Tomàs. Tras finalizar sus estudios en la Escuela de Artes y Técnicas de la Moda de Barcelona, trabajaron por separado como diseñadores para otras firmas, hasta que fundaron propia marca en 1995. Actualmente, sus colecciones de *prêt-à-porter* se distribuyen a través de su red de puntos de venta en Barcelona, Madrid, Sevilla y Zaragoza, con diseños para novia y costura a medida.





ANJARA GARCÍA comienza su carrera en la moda en el año 2000, y se hace con el premio a la mejor colección del FIB de Benicàssim. Seis años después se produce la consolidación de su marca con la apertura de su primera tienda en Madrid. En 2010 participa por primera vez en la plataforma EGO de la antigua *Cibeles Madrid Fashion Week*, formando parte del calendario *off* de la pasarela en años posteriores. La expansión de su firma la ha llevado a Shanghai, donde sitúa su centro de operaciones en 2011.

MARÍA BARROS inicia su andadura en el mundo de la moda en Milán, donde realiza sus estudios de diseño. En 2001 obtiene el Moët&Chandon Young Fashion Award a la mejor diseñadora joven europea. Tras trabajar con Roberto Cavalli, Modesto Lomba y Pupi Solari, crea su propia firma, presentando sus colecciones en diferentes pasarelas como el *Salón Gaudí*, las Semanas de la Moda de Milán y Madrid, donde participa desde 2009. Realiza colaboraciones con otros campos del diseño como el interiorismo.





JUANA MARTÍN comienza su trayectoria en el año 1999 tras ser seleccionada para representar a su provincia, Córdoba, en el Certamen Nacional de Jóvenes Diseñadores de Smirnoff. En 2005 se convierte en la primera mujer andaluza y gitana que participa en la Semana de la Moda en Madrid, donde presenta cada temporada sus colecciones de *prêt-à-porter*. Sus líneas de moda flamenca, baño y novia se muestran en pasarelas como el *Salón Internacional de la Moda Flamenca (SIMOF)* y *Valencia Fashion Week*.

KINA FERNÁNDEZ comienza su carrera en los años 70. Tras una etapa de aprendizaje en París, la diseñadora se instala en A Coruña, donde abre su primera tienda y se inicia en la fabricación textil. En 1999 desfila por primera vez en París, en el *Carrousel du Louvre*, y en el mismo año abre su primera tienda en Madrid, a la que siguen otras aperturas en diferentes ciudades de España. También en 1999 debuta en la antigua *Pasarela Cibeles* de Madrid en la que ha participado hasta 2012.





ALMA AGUILAR comienza a formarse en talleres de diseñadores como Devota & Lomba, a la vez que trabaja en el diseño de su primera colección para niños. A los 23 años crea su propia firma y presenta su primera colección *prêt-à-porter*. En 1999 abre su primera tienda en Madrid. Dos años después debuta en la *Pasarela Cibeles*; se convierte así en la diseñadora más joven del calendario oficial de la pasarela madrileña, en la que participa regularmente hasta el año 2011.

ANTONIO ALVARADO ha participado en la pasarela de moda madrileña desde su primera edición en 1985, entonces *Pasarela Cibeles*. A lo largo de su carrera ha presentado sus colecciones en ciudades como Milán, Berlín y Munich. Personaje destacado de la *Movida Madrileña*, ha trabajado en el diseño de vestuario para músicos de la época como Alaska, Mecano y Tino Casal. Sus diseños aparecieron en diferentes producciones de cine y ha colaborado en numerosas ocasiones con el director de cine Pedro Almodóvar.





JOSÉ CASTRO se gradúa en el London Royal College of Art. Es miembro de la Fédération Française de la Couture y es el primer español en exponer en La Redoute. Ha trabajado para firmas como Alexander McQueen, Givenchy, Miró Jeans y Desigual. Ha presentado sus colecciones en pasarelas internacionales como París y Madrid, donde participó por primera vez en el año 2009.



// GANADORES DEL CONCURSO FAMOSA: NANCY CON LA MODA

(De Izda. a Dcha.)

1. María Ezquerro, 2. Marc Fontanet, 3. Carlos Olivares, 4. Aitor López,
5. Christian Ramón Vergara y 6. Florencio Pérez

// GANADORA DEL CONCURSO DE FANS NANCY: Raquel García López

// EXPOSICIÓN

Organiza
Museo del Traje,
Famosa y Asociación
de Creadores de Moda
de España

Comisariado
Lorena Delgado

Coordinación
Lorena Delgado y Marina
Martínez de Marañón y
colaboración de Alba
Luengo

Montaje
Equipo técnico del Museo
del Traje

Producción gráfica
Vintec

Diseño gráfico
M.^a José Pacheco

// CATÁLOGO

Coordinación
Lorena Delgado

Textos
Lorena Delgado,
Asociación de Creadores
de Moda de España y
Famosa

Fotografía
Fco. Javier Maza

Corrección de estilo
Ana Guerrero

Imprime
Jomagar

Maquetación
M.^a José Pacheco

