



CRÓNICAS DE MODA DE MARÍA LUZ MORALES: PERIODISMO DE CALIDAD

Diario de Barcelona (1948-1953)

Fashion chronicles of María Luz Morales: quality journalism
Diario de Barcelona (1948-1953)

MARÍA ARROYO CABELLO
Universidad Católica de Murcia, España

KEYWORDS

María Luz Morales
Fashion
Woman
Quality journalism
Diario de Barcelona
Postwar
Spain

ABSTRACT

María Luz Morales, one of the first university-trained journalists, forerunner of cultural journalism, director of El Hogar y la Moda and La Vanguardia, chronicler of El Sol and Diario de Barcelona, cultivated all genres, especially the chronicle of fashion, theater and film criticism. The objective is to verify the journalistic quality of his fashion chronicles in the Dia-rio de Barcelona during the postwar period. The methodology is based on content analysis using the VAP (Journalistic Added Value) method as a reference. The results indicate that the 121 chronicles meet the established quality indices: topicality, presence of the journalist, professional sources; specific language, ad-jectives, photos, illustrations; continuity of the theme and signature, background, explanation and argued critique.

PALABRAS CLAVE

María Luz Morales
Moda
Mujer
Periodismo de calidad
Diario de Barcelona
Postguerra
España

RESUMEN

María Luz Morales, una de las primeras periodistas con formación universitaria, precursora del periodismo cultural, directora de El Hogar y la Moda y La Vanguardia, cronista de El Sol y Diario de Barcelona, cultivó todos los géneros especialmente, la crónica de moda, teatro y crítica cinematográfica. Objetivo: comprobar la calidad periodística de sus crónicas de moda en el Diario de Barcelona durante la postguerra. Metodología: el análisis de contenido tomando como referente el método VAP (Valor Añadido Periodístico). Resultados: las 121 crónicas cumplen los índices de calidad establecidos: actualidad, presencia del periodista, fuentes profesionales; lenguaje específico, adjetivación, fotos, ilustraciones; continuidad del tema y la firma, background, explicación y crítica argumentada.

Recibido: 30/ 05 / 2022

Aceptado: 28/ 07 / 2022

1. Introducción

María Luz Morales (1889-1980) es una de esas mujeres de principios del siglo XX escritoras, intelectuales y artistas, que adquirieron una formación muy completa y ejercieron una profesión cuando la educación femenina se reducía a labores y música porque no se reconocía la capacidad intelectual de la mujer.

Procedente de una familia acomodada de La Coruña asentada en Barcelona, recibió una educación esmerada, inició sus estudios en el Instituto de Cultura francesa Bonnemaïson y después cursó Filosofía y Letras en la Universidad Nova. Hablaba varios idiomas, consumada lectora poseía una vasta cultura humanística, que le facultó para realizar una extraordinaria carrera periodística, literaria, ensayística y traductora.

Una mujer polifacética que escribía para cualquier tipo de público: adultos, niños, mujeres, jóvenes y que cultivó todos los géneros literarios y periodísticos, especialmente, la crónica de teatro, moda y la crítica cinematográfica. Publicó más de mil artículos en periódicos y revistas femeninas, además de su abundante producción literaria, histórica, traducciones y dirigir tres enciclopedias: Enciclopedia de iniciación cultural (1943) en veinte volúmenes, la Historia ilustrada del séptimo arte (1950) en tres volúmenes ambas en la editorial Salvat Universitat y una Enciclopedia del hogar también en tres volúmenes en la editorial Argós (1952), sin olvidar las numerosas conferencias que pronunció a lo largo de su vida. Por todo ello, recibió premios, condecoraciones de instituciones nacionales e internacionales, públicas y privadas y homenajes de asociaciones teatrales, literarias y del círculo de la moda.

La moda fue una de sus especialidades junto al teatro y el cine. Su vinculación con la moda se inicia en su juventud cuando en 1920 entra como redactora en la revista *El Hogar y la Moda* y tres años después es nombrada directora. Al año siguiente *El Sol* la ficha para una crónica dominical en la sección “La Mujer, el Niño y el Hogar”, donde también escribirá sobre moda. Más adelante, la Editorial Salvat le encarga tres de los doce tomos de la monumental Historia de la moda de Max von Baehn, concretamente los volúmenes IX, X y XI titulados “La moda. El traje y las costumbres en la primera mitad del siglo XX”. Tomo IX Siglo XX 1900-1920; Tomo X Siglo XX 1921-1934; Tomo XI Siglo XX 1935-1947 y un cuarto tomo dedicado a accesorios de la moda.

Terminada la guerra civil, por el hecho de haber dirigido *La Vanguardia* durante seis meses, sufre inhabilitación para ejercer el periodismo y tendrá que esperar a finales de los años cuarenta para volver a trabajar en un diario, esta vez en el *Diario de Barcelona*, que en 1948 la contrata en calidad de cronista de moda y teatro y allí permanece hasta su fallecimiento en 1980.

La presencia de la moda en la prensa se remonta al siglo XVII en Francia con *Le Mercure Galant* (1672-1674), que puso las bases para las futuras revistas de moda. Posteriormente, el desarrollo de las publicaciones femeninas en Francia, Inglaterra y Estados Unidos y la formidable respuesta de las lectoras lleva, a mediados del siglo XIX, a los editores de los diarios generalistas a pensar en una sección para la mujer. “En los diarios de información general de tradición anglosajona, existían unas páginas –*las women's pages*– donde se recogían los asuntos relacionados con la esfera de lo privado” (Villanueva, 2016:126). En Francia la cobertura sobre moda en los periódicos se incrementó hasta el punto que todos los diarios franceses tenían una columna sobre el tema (Nelson Best, 2019:44).

En España fue en el siglo XX cuando aparece en la prensa diaria una sección con información destinada a las lectoras. Según Seoane y Sáinz, “hacia 1915 algunos periódicos empiezan a publicar páginas semanales especializadas, que buscan atraer a un público sectorial o satisfacer a los distintos miembros de la familia. La costumbre se generaliza en los años 20: páginas femeninas, infantiles, teatrales, cinematográficas, taurinas...” (1998:53).

En 1906 *ABC* inició la publicación del suplemento femenino *La Mujer y la Casa* con la intención de convertirlo en una sección fija semanal de moda y atraer, así, a las mujeres al periódico (Villanueva, 2016:470). Ya en los años veinte casi todos los diarios incluían una página para las lectoras. En 1922 *La Voz* publicaba en la página dos una crónica de moda ilustrada por las acreditadas hermanas Brime y en 1926 *El Sol* reservaba una sección al público femenino titulada “La Mujer, el Niño y el Hogar”, que dirigía María Luz Morales.

La sección de moda era cubierta por escritoras y periodistas; al principio las cronistas de moda procedían del mundo literario, pero a partir de 1920 eran periodistas (Nelson Best, 2020:45). La mayoría preferían colaborar en la prensa de información general sobre temas no específicamente femeninos (Seoane y Sáiz, 1998:190), pero no todas lo conseguían. Como relata María Luz Morales: “en mi época había escritoras, pero no periodistas, en el sentido activo de la palabra. Las mujeres escribían en los periódicos, en las revistas, pero no participaban en las tareas del periódico como se hace hoy día” (Balaguer, 1971:35). Con todo, ella empezó a trabajar en *La Vanguardia* en la página de artículos nobles del diario, donde publicaban las figuras importantes (Salgado y Lázaro, 2019:124).

Mientras la historiografía se ha ocupado con profusión de estudiar las revistas femeninas, la bibliografía sobre moda en los periódicos generalistas es reducida y relativamente reciente: Villena Alarcón, E. (2018), Paricio Esteba, P. (2000), Servén (2012, 2013), Selgado y Lázaro (2019), Arroyo Cabello (2021) y algunas menciones en libros de historia del periodismo como Seoane y Sáiz (1998), historia del periodismo de moda, Nelson Best (2020), historia de la ilustración de moda en España, Riera (2014) o de la revista Blanco y Negro, Villanueva (2016).

La calidad periodística ha sido abordada por una serie de investigaciones teórico-aplicadas basadas en el método VAP (Valor Añadido Periodístico) desarrollado por el equipo Alessandri et al., (2001) en la Universidad Católica de Chile y Argentina. En España Pablos Coello y Mateos Martín (2004), frente a la crisis del periodismo, proponen estrategias informativas para recuperar la calidad en la prensa. Téramo (2006) y De la Torre y Téramo, (2005 y 2009) ofrecen una propuesta de estándares de calidad como, seleccionar la noticia, reportear, transmitir y editar información aplicados a diarios de relevancia de Argentina. Pellegrini y Mujica (2006), miembros del grupo de investigación VAP, ahondan en el funcionamiento de este sistema de medición de la calidad periodística. Gómez Mompert, Gutiérrez Lozano y Palau Sampio (2013, 2015) tratan en sus trabajos metodologías cuantitativas o cualitativas sustentadas en reflexiones teóricas, que dibujan un panorama completo sobre la calidad periodística en nuestro país. Pérez Curiel (2013 y 2018), Pérez Curiel y Luque Ortiz (2014) utilizan el método VAP para medir la calidad del texto periodístico y del profesional que la produce aplicándolo a dos revistas especializadas de moda.

2. Objetivos y metodología

Por un lado, partimos de que María Luz Morales es una periodista con una excelente formación académica y dilatada experiencia profesional -entre cuyas especialidades se halla la moda-, de la que firmó cientos de crónicas en los principales diarios y revistas. Por otra parte, sí, como dice Pérez Curiel, “el nivel de calidad de un texto periodístico es directamente proporcional al nivel de formación del profesional que lo firma” (2013: 396), parece lógico plantear la investigación desde la medición de la calidad periodística.

En consecuencia, este artículo se propone demostrar que las crónicas de moda de María Luz Morales, publicadas durante la postguerra en el *Diario de Barcelona*, cumplen los índices de calidad periodística. Un objetivo novedoso, por cuanto proyecta el trabajo desde una perspectiva diacrónica y positiva cuando lo habitual ha sido analizar textos periodísticos actuales y debatir la pérdida de calidad del periodismo. El segundo objetivo es conocer la moda española en los años cincuenta, su edad dorada, aprovechando el caudal informativo de las crónicas.

La metodología seguida consiste en el análisis de contenido tomando como referencia el método VAP (Valor Añadido Periodístico), creado en la Pontificia Universidad Católica de Chile y de Argentina (Alessandri et al., 2001). “Esta metodología evalúa los textos periodísticos en función de un proceso de selección de la noticia (*gatekeeping*) y un proceso de creación de la misma (*newsmaking*) mediante la aplicación de fichas de análisis primero al proceso de selección y posteriormente en su desarrollo y jerarquización” (Pérez Curiel, 2013:390).

La ficha VAP contiene indicadores de selección, indicadores de estilo e indicadores de contenido, para cada uno de los cuales se han articulado una serie de variables.

Las variables establecidas para los indicadores de selección son: actualidad de la noticia, interés para el público y uso de fuentes profesionales; entre las variables de los indicadores de estilo estarían una estructura novedosa, presencia del periodista narrador, continuidad del cronista y del tema, adjetivación, lenguaje específico, fotos, ilustraciones, despieces que confieren dinamismo al conjunto de la información; las variables determinadas para los indicadores de contenido son: *background*, documentación, explicación, profundidad, argumentación y crítica; pues bien, con estos datos se ha elaborado la ficha de análisis.

El corpus de la investigación asciende a 121 unidades de análisis pertenecientes a las crónicas de moda publicadas en el *Diario de Barcelona*; disponibles en la hemeroteca digital del Archivo Histórico de la ciudad condal. El periodo de estudio abarca desde la primera crónica que aparece el 14 de octubre de 1948 hasta la última del 17 de diciembre de 1953.

3. La página de moda del Diario de Barcelona

La página de moda forma parte del periodismo especializado y, como tal, posee unas peculiaridades que no tienen otras informaciones del periódico, por ejemplo, sección y periodicidad fija, color, como género la crónica, ilustraciones, fotos y el mismo firmante. El Diario de Barcelona asignó a la moda una página completa, en color, con periodicidad quincenal, que sólo dejó de editarse cuatro meses en cinco años: de mediados de agosto de 1949 a enero del año siguiente. La crónica de moda solía publicarse entre la página 15 y la 28, aunque con frecuencia aparecía en la página 24; por tanto, mantuvo la misma ubicación, periodicidad y firma, quizás para fidelizar a las lectoras y atraer a los anunciantes del sector de la perfumería e higiene.

El efecto de conjunto de la moda viene de la intermediación entre la imagen y el texto, puesto que las descripciones de los modelos se visualizan en los figurines. El dibujante Luis Florit (1909- 2000), director artístico del *Diario de Barcelona*, es el responsable de las ilustraciones en los primeros años, más adelante sería M^a del Carmen Pla Escoda y el resto de dibujos los suministraba la Cooperativa de Alta Costura.

Entre 1948 y 1953 se publicaron en la página de moda del *Diario de Barcelona* numerosas ilustraciones y figurines, que eran apuntes del natural, tomados en los desfiles, salones y casas de moda o un dibujo técnico realizado en el estudio (Riera, 2014, p.162). Y fotografías, que se nutría de las colecciones, que cada temporada presentaban los diseñadores, y de las que distribuían las productoras cinematográficas. En ambos casos se menciona al pie de la foto la fuente de donde provienen. A veces, para enfatizar la información, se incluyen pie de

foto, despieces y alardes tipográficos.

Enseguida empezaron a insertarse anuncios publicitarios de productos de higiene y perfumería dirigidos a la mujer y asociados a la moda, que financiaban la página a cambio de vincular la marca a la imagen de una mujer moderna y elegante. Recordemos que la publicidad del sector de la perfumería nació ligada a la moda en la primera década del siglo XX y ahí sigue.

Para dirigir la página los editores eligieron a María Luz Morales, experta en la crónica de moda, como había demostrado antes en *El Hogar y la Moda* y en *El Sol*. Y es que la elección del periodista en el periodismo especializado es crucial, Esteve destaca “la importancia del profesional especializado en una determinada área informativa. A dicho periodista se le considera experto en la materia de su responsabilidad y conocedor de las distintas funciones y características de su sección” (2010, p.9). Pérez Curiel considera que las informaciones sobre moda deben seguir las pautas de un buen trabajo periodístico que incluya *background*, contextualización, explicación, interpretación, lenguaje técnico y juicios de valor. Y para ello “hace falta una formación desde el conocimiento en profundidad de la historia y la cultura de la moda, de las tendencias” (2013, p. 385).

En 1948 el *Diario de Barcelona* se fijó en la escritora y periodista gallega para hacer la crónica de moda, principalmente de las colecciones de Primavera-verano y Otoño-invierno del Salón de la Moda española. La página se denominó “Modas” y la primera crónica apareció el 14 de octubre de 1948 en la página 22 con el título “El duelo París, New York o las cosas en su punto”. En su presentación a las ⁹

Espectáculo, lectoras, que a partir de hoy contemplaremos vosotras y yo juntas, desde estas páginas que el Diario de Barcelona va a dedicaros de manera periódica y frecuente, y en las que hemos de procurar que el incesante desfile de galas, trapos, novedades posea el tono de distinción exquisita, de refinamiento discreto, de amenidad y gracia que, sin duda, merecéis. (Diario de Barcelona, 14 de octubre de 1948, p.22)

En definitiva, María Luz pretendía mostrar a sus lectoras la buena coyuntura de la Alta Costura española, los desfiles, las colecciones de los diseñadores, las novedades y tendencias no sólo de España, sino también de París, Londres o Nueva York y, a ser posible educar el gusto.

Durante los dos primeros años las actrices de Hollywood como Elizabeth Taylor, June Alison, Joan Fontaine..., convertidas en modelos vivos de elegancia, acapararon la página de moda, que se abastecía del material fotográfico de las productoras cinematográficas: M.G.M, Universal y Warner Bross. Riera subraya la influencia del cine, que tendría un eco excepcional en la prensa femenina, sobre todo a partir de los años treinta (2014, p.161). Algunas prendas como el *cardigan* que llevaba Joan Fontaine en la película “Rebeca” de Alfred Hitchcock, 1940; o la gabardina de Humphrey Bogart en “Casablanca” de Michael Curtiz, 1942 no tardaron en ponerse de moda. Hay que tener en cuenta que el cine era el medio de evasión en una cotidianidad monótona y gris (Ramos Rodríguez, 2007, p.187) como la española de la postguerra, y las películas constituían el espectáculo de masas que entretenía a cientos de personas. “Ahora no es la corte sino la pantalla, la que dicta estilos, líneas y formas; modas y modos –a veces malos modos- vienen, no ya de París ni de Viena, sino de Nueva York” (*Diario de Barcelona*, 20 de enero de 1949, p.18).

Ahora bien, en esta página no hubo lugar para la crónica social ni tampoco chascarrillos del ambiente hollywoodense, como ocurría en tantas revistas femeninas. Entre 121 crónicas sólo una se refirió a la realeza y al cine y fue con ocasión de un concurso en Nueva York (1952) para elegir “la mujer más elegante del mundo”, pero tuvo un tratamiento exclusivamente informativo sin ningún atisbo sensacionalista. La página de moda del *Diario de Barcelona* en esa época se distingue por el rigor, el dominio del tema y del género, la opinión ponderada de María Luz Morales y los figurines con los que deleitó a sus contemporáneas.

4. Resultados y discusión

En la exposición de resultados, por limitación de espacio, se han seleccionado para comentar sólo unas cuantas crónicas, lo cual no significa que el resto no cumplan las exigencias de calidad requeridas por el método VAP. Asimismo, con objeto de visibilizar los resultados obtenidos en el análisis se han elaborado tres tablas: tabla 1 indicadores de selección, tabla 2 indicadores de estilo y tabla 3 indicadores de contenido.

4.1. Indicadores de selección

En primer lugar, el 83% de las crónicas fueron seleccionadas por la autora en función de la actualidad y del interés para las lectoras y el 14,8% son de historia de la moda. Por ejemplo, el desfile del Salón de la Moda Española, que se inauguró el 27 de septiembre de 1944 en la cúpula del teatro Coliseum de Barcelona, constituía un acontecimiento social al que asistían las señoras de la burguesía barcelonesa. Estaba organizado por la Cooperativa de Alta Costura de Barcelona, cuyo antecedente era la *Chambre Syndicale de La Haute Couture Parisienne* creada unos años antes en París para presentar semestralmente las creaciones de los modistos. Una entidad fundada en 1940 por el diseñador Pedro Rodríguez e impulsada por los modistos Manuel Pertegaz, Asunción Bastida y la casa de modas Santa Eulalia, a la que se incorporaría más adelante Elio Berhanyer. Con el fin de difundir las creaciones de los grandes modistos con salón en Barcelona, la Cooperativa editó una revista mensual, de gran formato, que

se llamó Revista de la Moda (1946-1976) (Riera, 2014, p. 202). Otras revistas del sector son Boletín de la Moda, La Moda en España, Textil, Ata Costura, Siluetas, El Hogar y la Moda, que junto a Life, Vogue y Harper's Bazaar resultaron ser un medio de difusión indispensable para la Alta Costura española (Pasalodos, 2008, p.33).

El Salón de la Moda operó hasta mediados los años ochenta del siglo pasado y más tarde se fusionó con el prêt à porter. El origen del *ready to wear* procede de Estados Unidos a comienzos del siglo XX como ropa asequible y de calidad lista para poner. Después de la Segunda Guerra Mundial esta nueva forma de crear ropa industrial se trasladó a París, donde adoptó el nombre de prêt-à-porter (Fernández, 2013).

Barcelona y Madrid fueron el centro donde se gestó la Alta Costura en los años cincuenta, por cierto, muy activos después de las carencias de la postguerra. No olvidemos que hasta 1952 el pan estuvo racionado y como narra Martín Gaité, la educación de la mujer marcada por las directrices de la Sección Femenina, que imponía recato y modestia en la indumentaria de las jóvenes y severidad en las costumbres (1987, p. 127). Por los mismos motivos, “la moda respondía a la monotonía de la vida diaria, rota sólo por los destellos de las vedettes o las pieles de contrabando de las estrellas del teatro y del cine” (Vaquero, 2007, p.129).

Acerca del Salón de la Moda, que organizaba dos desfiles por temporada, algunos de ellos en Madrid, escribió María Luz siete crónicas, la primera en 1949 sobre XVII Salón de la Moda Española y la última en 1953 referente al XXVI Salón, si bien, en días sucesivos, aparecerían más para explicar detalles específicos de cada colección.

Aparte publicó seis crónicas, que relatan otra clase de eventos como la exposición “Mujeres del siglo XIX” con figurines de José Luis Florit (1949), el concurso producido por el Costume Institute o “El Instituto del Vestido” de Nueva York (1952), que el nace en 1937 como resultado de la fusión entre el Museo del Arte del Vestido y el Met y ofrecía dos colecciones temáticas al año de prendas y accesorios de moda desde el siglo XV hasta la actualidad. La colección “Campo y playa” de la Alta Costura barcelonesa (1952), estaba formada por colecciones de vestidos sencillos de algodón que se celebraban todos los años en el mes de junio para difundir el buen hacer de la costura española (Pasalodos, 2008, p.37). La colección de Primavera-verano de firmas de Alta Costura de París (1953) y la colección Primavera-verano de la casa de modas “El Dique Flotante” de Barcelona (1953), un establecimiento fundado en 1899 en la Rambla, que en 1929 se traslada a un edificio de varias plantas en la Puerta del Ángel y en 1939 será una de las casas fundadoras de la Cooperativa de Alta Costura junto a Santa Eulalia, Carmen Mir, Pertegaz y Pedro Rovira. A partir de 1941 participa en los desfiles de alta costura de Barcelona (Fraiz). Y el II Festival de la Moda Española (1953) que tuvo lugar en Madrid en 1952 en el que intervinieron cinco casas españolas de moda, que lograron interesar a prensa extranjera como *The New York Times*, *Life*, *Cosmopolitan*. El Festival de la Moda Española, que tuvo ocho ediciones más, fue el origen de la internacionalización de la moda española (El Atlas de la Moda, 2018).

Tanto las del Salón de la Moda como estas constituyen un ejemplo de crónicas que cumplen los índices de calidad periodística: son hechos de actualidad y suscitan expectación en la mujer en una etapa floreciente de la Alta Costura española, que Riera sitúa entre 1950 y 1970 (2014, p.202).

Mercedes Pasalodos asegura que en la década de los cincuenta se produjo el despegue de la Alta Costura española, las casas de moda “presentaban sus colecciones en un alarde de riqueza y colorido y la prensa se hizo eco de ello”. Muchas casas de Alta Costura emprendieron su salida al exterior y “se lanzaron a la conquista” del mercado americano (2008, pp.30-31). Esta expansión coincidió con el desarrollo de la industria textil española, de los telares catalanes salían algodones de gran calidad que eran exportados a Marruecos, Inglaterra, Finlandia, Australia y Egipto, entre otros países (Pasalodos, 2008, p.29).

Además de las anteriores hay un grupo formado por once crónicas de temas intemporales. Por ejemplo, cinco tratan de visitas a museos, como la que hizo María Luz en 1950 al “Hogar Ochocentista” de Sitges y en 1953 a la “Galería Syra”, una hermosa galería de muñecas ataviadas a la moda de todos los países de todos los tiempos. Otras cinco versan sobre la historia de la moda: “Medio siglo de Moda Masculina” (1950) y “Medio siglo de Moda Femenina” (1951). Y una titulada “Paréntesis de ayer” (1950) sobre arte y moda, que considera las pinturas de Goya auténticos figurines, lo mismo que la indumentaria en la escena y en la literatura (*Diario de Barcelona*, 18 de abril de 1950, p.24). Más seis que exceden la esfera de la moda, por ejemplo, “A los Reyes” (1951), “Alicia y sus otras maravillas” (1950) o “El ocaso de la cortesía” (1950). Ninguna de ellas se refiere a asuntos de actualidad, sin embargo, son temas imperecederos que no pierden vigencia, escritos desde la perspectiva histórica y cultural y, por tanto, observan los ítems de calidad de los indicadores de selección determinados.

En segundo lugar, en el 100% la información emerge de fuentes profesionales: primero, la autora, es decir, María Luz Morales, que para Esteve puede convertirse en fuente informativa si el nivel de especialización es amplio y sus conocimientos sobre el área de especialización suficientes, en ese caso no precisa de otras fuentes (2010:15); segundo, el corresponsal en París Juan Bellveser; tercero, los programas de los desfiles de las Casas de Alta Costura y cuarto, las entrevistas a los diseñadores.

En definitiva, la actualidad, el interés y el predominio de fuentes profesionales, requisitos del método VAP, avalan la excelencia de las crónicas de moda del Diario de Barcelona de 1948 a 1953.

Tabla 1. Indicadores de selección

	Índices de calidad Vap	Crónicas que cumplen los requisitos de calidad
VARIABLES	-Actualidad de la noticia	83,4%
	-Interés para el público	14,8% son de historia de la moda
		100%
		Las fuentes son:
VARIABLES	-Uso de fuentes profesionales	-La autora
		-El corresponsal en París
		-Programas de los desfiles de las Casas de Alta Costura
		-Entrevistas a los diseñadores

Fuente: Elaboración propia

4.2. Indicadores de estilo

Estos indicadores hacen referencia, por un lado, al tipo de estructura: pirámide invertida, estructura cronológica, mixta o de género (Pérez Curiel y Luque Ortiz, 201, p.97); en este trabajo el 100% responde al género periodístico de la crónica, que se caracteriza por la actualidad del tema y la interpretación personalísima del autor. Desde el ámbito académico se ha subrayado la importancia que le cabe al cronista, porque es el que infunde al escrito un estilo literario propio. Para Yanes Mesa, “el cronista es un testigo presencial que da fe de lo que ocurre y lo hace con su particular forma de expresarse” (2006, p.4). Martínez Albertos advierte que “el estilo de la crónica debe ser directo y llano, esencialmente objetivo, pero, al mismo tiempo, tiene que plasmar la personalidad literaria del periodista que la firma” (1983, p.363). En este aspecto, las crónicas de María Luz Morales denotan un sello inconfundible, por un lado, literario y erudito, por otro, claro y preciso.

Según Martínez Albertos, la crónica se distingue de otros géneros por la continuidad de los temas y de la persona del cronista; ambos crean un vínculo con los lectores (1983, p.125). El 100% de las crónicas analizadas tienen en común tanto el tema (moda) como la autoría y persiguen la fidelidad y la complicidad de las lectoras, por ejemplo, cuando la periodista se dirige a las lectoras: “espectáculo, lectoras, que a partir de hoy contemplaremos vosotras y yo juntas” (*Diario de Barcelona*, 14 de octubre de 1948, p.22).

Otro indicador de estilo es la presencia del periodista narrador en el lugar de la noticia; en este caso el 100% de las crónicas son testigo de la asistencia de María Luz a los desfiles del Salón de la Moda Española, conferencias de diseñadores, visitas a museos de la moda, etc. Por ejemplo, en una crónica dice: “no sé por qué siempre que asisto al atractivo desfile de una Colección de Alta Costura...” (*Diario de Barcelona*, 25 de octubre de 1952, p.15) y en otra: “ver Colecciones –de moda, se entiende- es una grata y amable tarea. Pero describir Colecciones resulta tarea difícil. Hay algo sutil, imponderable, que se escapa. Señalemos sólo algunas cosas vistas, en las Colecciones...” (*Diario de Barcelona*, 30 de marzo de 1952, p.19).

Además, entre los indicadores de estilo están: la adjetivación y el lenguaje técnico. En el primer caso, la exposición de resultados revela la riqueza de adjetivos en el 100% de las crónicas, no solo en cantidad, sino en variedad, tanto para explicar el atavío como para opinar sobre él. Por ejemplo, en una crónica del 15 de marzo de 1952, página 26 se han encontrado treinta adjetivos: misterioso, grande, suntuoso, deslumbrante, rebosante, ávido, prudente, socorrido, enojoso, vulgar, sencillo, amplio, particular, suelto, ceñido, clásico, sobrio, gracioso, blanco, inclinado, propicio, inmenso, ornado, insuperable, infinito...

Veamos en la siguiente crónica, los adjetivos escogidos para definir los modelos y tejidos:

La colección estival es siempre la más alegre, la más linda de ver. Tejidos vaporosos, tonos claros, formas, líneas airosas. Dentro de las corrientes de la moda, cada creador se expresa a través de un estilo propio, original. Pedro Rodríguez, gran señor de la Costura, lanza este año los anchos flecos de rafia, en las faldas y en los chales; unos ligeros abriguitos sueltos, que por delante se terminan en estolas, en boleros o “echarpes”; grandes cuellos, sobrefaldas plisadas, por detrás. En los tejidos, organzas, sedas naturales, alpacas, pero, sobre todo, exquisitos algodones. Asistimos a tal valoración del piqué, que Rodríguez lo presenta incluso calado sobre viso de lamé de oro. Y hay piqué negro, piqué estampado y bordado, y motivos florales sobre algodón, en infinita variedad. (*Diario de Barcelona*, 5 de junio de 1953, p. 28)

En el segundo caso, el análisis verifica la presencia en el 80% de las crónicas de términos técnicos y específicos del lenguaje de la moda, seguramente desconocidos por las lectoras, pero decodificados por la autora para su comprensión. Veamos algunos ejemplos:

Las colecciones de la temporada corroboran esta impresión. Las líneas son diversas: “oval” (escote corazón,

talle muy ceñido, falda que estrecha más por abajo); “flecha” (recta, estrechísima); “móvil” (esto es, fondo estrecho con vuelos superpuestos) y, “abanico”, o sea con gran vuelo en el bajo. A esta línea, los franceses la denominan así: “eventaille...”, pero con el expresivo subtítulo de “Fandango”. ¡Nada menos! Tan latente está todavía, el ya viejo recuerdo, de Carolina Otero... (Diario de Barcelona, 15 de marzo de 1951, p. 22)

Los últimos indicadores de estilo se refieren a la imagen: fotos, ilustraciones y despieces, que dan visibilidad a los modelos comentados, ayudan a interpretarlos e incluso invitan a reproducirlos. “La mayoría de las mujeres sin medios para poseer un traje de marca, lo hacen copiar a partir de los modelos que aparecen en las revistas de la época” (Vaquero, 2007, p. 127).

Los resultados del estudio contabilizan 403 fotos, 168 ilustraciones y 29 despieces, no hay ninguna crónica sin foto o sin dibujo, el 47% tienen solo foto y 9,9% únicamente ilustraciones, entre estas se hallan las de los desfiles del Salón de la Moda Española. El 100% de las crónicas incluyen foto e ilustración, y el 9% contienen despieces, que describen cada uno de los figurines, por ejemplo, la crónica del 29 de octubre de 1948 (figura 1) comenta la conferencia “Un siglo de moda francesa” que pronunció en Barcelona la diseñadora francesa Jeanne Lanvin y se compone de un texto, cuatro despieces, dos fotos y dos dibujos.

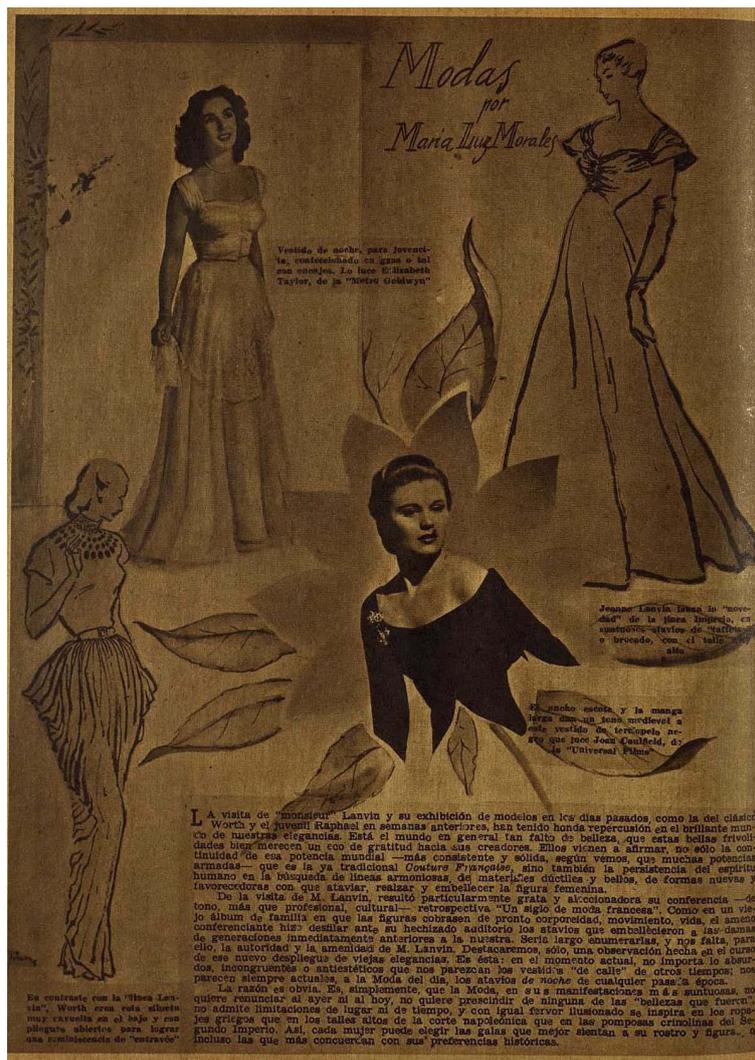
En cuanto a los despieces, el primero describe un “vestido de noche, para jovencita, confeccionado en gasa o tul con encajes. Lo luce Elisabeth Taylor de la Metro Goldwyn”.

El segundo explica que “Jeanne Lanvin lanza la “novedad” de la línea Imperio, en suntuosos atavíos de “tafetán” y brocado, con el talle muy alto”.

El tercero especifica: “el ancho escote y la manga larga dan un tono medieval a este vestido de terciopelo negro que luce Jean Coulfield, de Universal Philm”.

El cuarto despiece comenta que: “en contraste con la línea Lanvin, Worth crea cada silueta muy envuelta en el bajo y con pliegues abiertos para lograr una reminiscencia de entravée”.

Figura 1. Trajes de noche intemporales



Fuente: Diario de Barcelona, 29 de octubre de 1948, p.26

Tabla 2. Indicadores de estilo

	Índices de calidad Vap	Crónicas que cumplen los requisitos de calidad
	-Estructura: crónica	
VARIABLES	-Presencia del cronista narrador	100%
	-Continuidad del periodista	
	-Continuidad de los temas	
VARIABLES	-Adjetivación	100%
VARIABLES	-Lenguaje técnico	100%
	-Fotos	403
VARIABLES	-Ilustraciones	168
	-Despieces	29

Fuente: Elaboración propia

4.3. Indicadores de contenido

Estos indicadores resultan claves para evaluar la calidad de las crónicas en cuanto a *background*, profundidad, argumentación y crítica razonada. El 100% de las crónicas llevan un componente de *background*, por ejemplo, la crónica “Medio siglo de moda femenina” (figura 2), la tercera dedicada a la evolución de la moda en la primera mitad del siglo XX constituye un buen exponente de *background*.

Un viraje completo en el camino de la Moda, un cambio decisivo, más que en la moda, en el modo, el estilo, la forma de vestir la mujer, en el que hemos visto efectuarse en menos de diez años, desde el fin de la primera guerra mundial hasta la fecha rotunda de 1925, primer cuarto de siglo. (Véase el artículo anterior.) Estos diez años recorren a marchas forzadas el camino de la suma simplificación, llegándose incluso a la supresión de las naturales curvas femeninas y al ideal estético de la mujer lápiz y el vestido funda... Desde entonces, casi dura la pugna, aún no terminada, entre la falda cortísima y la... menos corta.

El año 1928 trata ya de resolver el problema mediante la solución caprichosa del ruedo desigual; una falda que no sea ni larga ni corta sino... corta por aquí y larga por allá... Hacia el 1930 empieza un franco descenso que, alcanzará el punto más bajo, esto es, más honesto y prudente, en 1935. Es también hacia esos años cuando el vestido de la que así misma se llama “mujer moderna” empieza el lento proceso de “refeminización”. El talle vuelve al lugar que le señaló Naturaleza y se estrecha levemente, tímidamente, para recuperar francamente la línea del ánfora – ya que no la del talle de avispa- unos diez años después. El fin de la segunda guerra mundial ve un fenómeno estético inverso al que se dio tras la primera: la mujer anhela el “retorno a lo antiguo” (tal vez por horror de lo actual), tendencia que aprovecha Chistián Dior para su memorable “revolución” indumentaria de 1948. Claro que después... Más este después es hoy. Ya hablaremos de ello mañana. (Diario de Barcelona, 16 de febrero de 1951, p. 24).

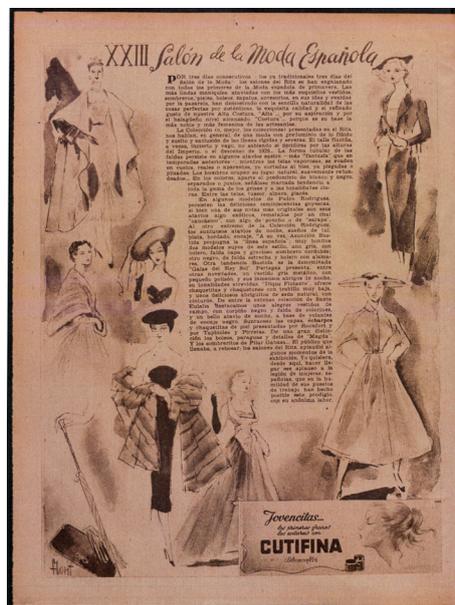
Figura 2. Medio siglo de moda femenina



Fuente: Diario de Barcelona, 16 de febrero de 1951, p. 24

Pero las crónicas no se limitan a describir minuciosamente la indumentaria, el 100% explican los modelos e interpretan las líneas y el 80% usan un lenguaje técnico decodificado; avanzan las tendencias, instruyen en el modo de vestir acorde con el físico, la edad, la actividad, el lugar o la ocasión y ayudan a las lectoras a escoger, de las novedades de la temporada, aquello que mejor siente a su físico (figura 3).

Figura 3. XXIII Salón de la Moda Española



Fuente: Diario de Barcelona, 29 de febrero de 1952

Por ejemplo, con motivo de la celebración del XXIII Salón de la Moda Española publicó una crónica sobre las colecciones de la temporada de primavera de 1952, que comienza con una descripción del espléndido ambiente que rodeaba el acto y prosigue con una explicación en profundidad de las nuevas líneas, los colores que predominan, las telas que se llevan o la suntuosidad de los vestidos de noche para concluir desgranando la esencia de las propuestas de los modistos.

En algunos modelos de Pedro Rodríguez, persisten las deliciosas reminiscencias goyescas, si bien una de sus notas más originales son los atavíos algo exóticos, rematados con un chal “caucásico”, con algo de “poncho” o de “sarape”. Al otro extremo de la Colección Rodríguez, los suntuosos atavíos de noche, sueños de tul, plata, bordado, encaje. A su vez, Asunción Bastida propugna la “línea española”; muy bonitos dos modelos suyos de este estilo, uno gris, con bolero, falda capa y graciosos sombreo cordobés; otro negro, de falda estrecha y bolero con alamares. Otra tendencia Bastida es la denominada “Galas del Rey Sol”. Pertegaz presenta, entre otras novedades, un vestido gris metálico, con pequeño polisón y sus inmensos abrigos de noche, en tonalidades atrevidas. “Dique Flotante” ofrece chaquetillas y chaquetones con trabilla muy baja, y unos deliciosos abriguitos de seda natural con cinturón. De entre la extensa colección de Santa Eulalia destacamos unos alegres vestidos de campo con corpiño negro y falda de colorines, y un bello atavío de noche a base de volantes de encaje negro. ...El público que llenaba a rebosar los salones del Ritz aplaudió algunos momentos de la exhibición. Yo quisiera desde aquí, hacer llegar ese aplauso a la legión de mujeres españolas, que en la humildad de sus puestos de trabajo han hecho posible este prodigio, con su anónima labor. (Diario de Barcelona, 29 de febrero de 1952, p.24).

Como no podía ser de otro modo, el alto nivel que había alcanzado la moda española en los años cincuenta abrió las puertas a la participación en concursos internacionales; así, la colección “Tendencia Española” (1952) de Asunción Bastida, inspirada en la fiesta nacional, fue el pasaporte para el Gran Certamen Internacional de Filadelfia, donde acudían firmas de prestigio mundial (Pasalodos, 2008, p.31). Seis años después España participaba en el pabellón español de la Exposición Universal de Bruselas con una muestra de Alta Costura, que contó con el aplauso unánime de la prensa (Pasalodos, 2008, p.33). En una crónica María Luz se congratulaba del éxito alcanzado por la moda española, que, según ella se deben al “buen gusto y la originalidad de los creadores, las posibilidades de las industrias afines, el primor de la mano de obra y un especial señorío, aliado a una gracia particular” (*Diario de Barcelona*, 5 de junio de 1953, p.28).

Mercedes Pasalodos agrega que la Alta Costura española proporcionó a la moda calidad y creatividad, “así como el aporte cultural y la tradición, fueron las señas de identidad de la moda española que le valieron el reconocimiento y prestigio internacional” (2008, p.23).

Efectivamente, durante la década de los cincuenta, una generación de grandes diseñadores como Pedro Rodríguez (1895-1990), Pertegaz (1918), Asunción Bastida (1902-1995), la casa de modas Santa Eulalia (1843), Elio Berhanyer (1929-2019) triunfaban no sólo en España sino en Estados Unidos y en la meca de la moda París, donde Balenciaga (1895-1972), que había trasladado su taller a la ciudad de la luz después de la guerra civil, reinaba con un estilo refinado y elegante, resultado de una concienzuda elección de las telas y de la creatividad en el empleo del color.

Finalmente, entre las variables de los indicadores de contenidos se halla la crítica argumentada. Pues bien, el 7,4% son crónicas discrepantes. Por ejemplo, la “Carta abierta a Chistián Dior, en su segunda revolución”, donde tras alabar la nueva silueta lanzada en 1947, que revolucionó al mundo de la moda y estuvo vigente más de una década, la cronista desaprueba la nueva línea creada por el diseñador en 1953 (figura 4). „Bien está una osadía para hacer a las mujeres más bonitas, más esbeltas, más graciosas, pero ¡esa línea de la mujer-rana o la mujer-galápago no va a aceptarla nadie! No: eso no es serio, Monsieur Dior” (*Diario de Barcelona*, 5 de septiembre de 1953, p. 24).

O la titulada “En el teatro”, en la que lamenta que se haya perdido la costumbre de engalanarse para asistir a un espectáculo y acontecimiento social como ha sido siempre el teatro: “Entre las muy terribles cosas que le vienen ocurriendo al teatro, en los últimos y penúltimos tiempos, no es una de las menos terribles esta de haber perdido su ambiente, su atmósfera... Antes “ir al teatro” era una fiesta” (*Diario de Barcelona*, 14 de diciembre de 1952, p.21).

Figura 4. Línea galápago de Christian Dior



Fuente: Diario de Barcelona, 5 de septiembre de 1953, p. 24

Por último, si, como se ha admitido, la calidad de un texto periodístico depende del background del periodista responsable, parece oportuno considerar la opinión cualificada y argumentada de una autora con un bagaje considerable en el mundo de la moda.

Por ejemplo, ante el debate de sombrero sí, sombrero no, María Luz defendió el uso del sombrero porque pensaba que los complementos ponen el broche final a un modelo distinguido y elegante, en cambio “el sinsombrerismo femenino vino a restar la mejor parte de su distinción y señorío a los atavíos callejeros” (Diario de Barcelona, 1 de febrero de 1953, p.21) y dedicó el 7,4% de las crónicas a un complemento habitual en la época. Por lo mismo nunca vio bien a una mujer con el cabello descuidado: “a la indiferencia por el sombrero, siguió en los últimos tiempos, la del peinado, cosa bastante incongruente, pues siempre exigí mayor primor la cabeza destocada...” (Diario de Barcelona, 1 de febrero de 1953, p.21). Y al peinado destinó el 2,4% de las crónicas.

Cuando salió la moda del pantalón femenino y se alzaron algunas voces disuasorias por parte de aquellos que lo veían inapropiado para las mujeres, María Luz quitando hierro al asunto escribió: “que no se alarmen los moralistas. Ese síntoma de la adopción de pantalones por la mujer, para determinados aspectos de su atuendo y precisos momentos de su vida, no es tan grave como parece” (Diario de Barcelona, 14 de junio de 1953, p.20), pero añadía: “nadie tiene nada que decir, mientras naturalmente, lo justifiquen la hora, el lugar, la ocasión, que para el caso importan mucho, y la edad, la línea, la figura, que todavía importan más” (Diario de Barcelona, 11 de agosto de 1949, p.20). Evidentemente, a ella no le gustaba el uso frecuente y para todo, por eso decía que el pantalón jamás sustituirá a la falda: “No, no es fácil que las mujeres renuncien a las faldas” (Diario de Barcelona, 26 de octubre de 1951, p.26).

Contra lo que pudiera creerse de que la elegancia se manifiesta en los trajes de noche de ricas telas y modelos glamurosos, con adornos de pieles y joyas, la cronista opinaba que la elegancia radica en los complementos, por ejemplo, “por el calzado se distingue a la mujer verdaderamente elegante de la que no lo es” (Diario de Barcelona, 14 de diciembre de 1953, p.15). De hecho, asignó el 5,7% de las crónicas a los complementos: tres sobre zapatos, dos sobre guantes, una sobre pañuelos y otra sobre gafas.

La elegancia se muestra donde menos se piensa, decía, por ejemplo, en los vestidos de calle: “yo creo que la piedra de toque de una verdadera elegancia, de una auténtica distinción en el vestir reside, especialmente, en el atavío de mañana” (Diario de Barcelona, 20 de noviembre de 1953, p.26) y “la elegancia es cosa de todo momento y la calle exige una elegancia sobria, simple, correcta, usual, que no llama la atención y es la piedra de toque de una verdadera distinción, de una elegancia auténtica” (Diario de Barcelona, 25 de noviembre de 1948, p.22). Consideraba que es más fácil ser elegante con un vestido de noche que con uno de verano porque: “casi todas las grandes cursilerías de la Historia de la Moda han sido lanzadas en connivencia con el sol, la luz, la pletórica estival” (Diario de Barcelona, 15 de junio de 1950, p.24).

Ante aquellas que acudían a los desfiles y se preguntaban ¿qué se pone una para la vida de todos los días?, María Luz contestaba: “y, sin embargo, esa vida de todos los días no está ausente de las grandes Colecciones; solamente queda un poco ahogada, y como cohibida entre lo rico, lo espléndido y lo deslumbrante...” (Diario de Barcelona, 5 de abril de 1953, p.21).

Tabla 3. Indicadores de contenido

	Índices de calidad VAP	Crónicas que cumplen los requisitos de calidad
Variables	-Background	100%
	-Explicación	
	-Profundidad	
Variables	-Crítica argumentada	7,4%

Fuente: Elaboración propia

En definitiva, las crónicas de moda de María Luz Morales observan las pautas de calidad de los indicadores de contenido del método VAP en cuanto a background, profundidad, argumentación y crítica.

Estas crónicas, publicadas en un diario de información general como el *Diario de Barcelona*, acercaron la Alta Costura a mujeres de la clase media y trabajadora con un presupuesto limitado; gracias a ellas y a los figurines las lectoras de este estrato social podían reproducir el vestido soñado. Como ha puesto de relieve Nelson Best: “uno de los resultados de las atribuciones comerciales del periodismo de moda ha sido la democratización sistemática o lo que podríamos llamar “desmitificación” de la moda, lo que la ha llevado a un público más amplio” (2020, p.19).

Actualmente, la industria de la moda en España ha dejado de ser una cuestión exclusiva de las revistas femeninas y ocupa más espacio en los periódicos de información general; con todo, según ha expuesto Pérez Curiel, “este proceso de cambio no es directamente proporcional al número y calidad de periodistas expertos en la materia” (2013, p.385) y “los textos periodísticos sobre moda no cumplen los niveles de calidad referentes al periodismo especializado” (2013, p.387).

Por suerte, los resultados del análisis de las crónicas de moda de María Luz Morales en el *Diario de Barcelona* entre 1948 y 1953 nos indican que la calidad de un texto periodístico es factible, pero depende de la formación del que lo firma.

5. Conclusiones

En España la sección de moda se implementó en los diarios de información general a principios del siglo XX, cuando los editores advirtieron lo que suponía el potencial femenino para incrementar la tirada. Al principio las cronistas de moda procedían del ámbito de la literatura, pero a partir de 1920 venían del periodismo.

María Luz Morales fue una de las primeras periodistas en escribir sobre moda en un diario generalista, concretamente en 1921 en *El Sol* con una crónica semanal en la sección “La Mujer, el Niño y el Hogar”. En 1948 entró en el *Diario de Barcelona* como redactora para hacer las crónicas del Salón de la Moda Española. Para entonces había dirigido *El Hogar y la Moda* y durante unos meses *La Vanguardia*, y era conocida por sus artículos literarios y periodísticos, en lo que influyó, sin duda, la educación humanística recibida, primero en el Instituto de Cultura francesa Bonnemaison y luego en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nova.

En el *Diario de Barcelona* escribió 121 crónicas entre 1948 y 1953, de ellas siete para glosar los desfiles del Salón de la Moda Española desde el XVII en 1949 hasta el XXVI en 1953, otras seis con motivo de distintos eventos: exposiciones, concursos, colecciones de Alta Costura y festivales y once sobre temas intemporales relacionados con la moda. El 100% cumplen las condiciones exigidas por los indicadores de selección (actualidad, interés y uso de fuentes profesionales) del método VAP (Valor Añadido Periodístico), que evalúa la calidad de un texto periodístico.

Igualmente, el 100% de las crónicas satisfacen los requerimientos de los indicadores de estilo (género: crónica, presencia del cronista narrador, continuidad de la persona del cronista y del tema, adjetivación, lenguaje específico, fotos, ilustraciones y despieces) del método VAP. Las crónicas tienen en común tanto el tema como la autoría y atestiguan la presencia de la cronista en desfiles, conferencias de diseñadores, visitas a museos de la moda, entrevistas a modistos, etc., al tiempo que revelan la riqueza de adjetivos y términos específicos decodificados a un lenguaje divulgativo. Por lo demás, los resultados del estudio señalan que entre todas las crónicas hay 403 fotos, 168 ilustraciones y 29 despieces.

Ahora bien, el 100% de las crónicas no se limitan a describir la vestimenta femenina, sino que, además, explican los modelos, interpretan las líneas, avanzan las tendencias e instruyen a las mujeres en el uso adecuado de las prendas. Naturalmente, esto requiere por parte de la cronista *background*, profundidad, argumentación, razonar la crítica y fundamentar la opinión, lo que se conoce en la metodología VAP como indicadores de contenido, que acreditan la excelencia de un escrito.

Por otra parte, las crónicas con sus figurines componen un magnífico escaparate de la moda de finales de los años cuarenta, como el “new look” de Christian Dior en 1947, la elegancia de las actrices de Hollywood o la creatividad de los modistos españoles en la década de los cincuenta, denominada la edad dorada de la Alta Costura. A partir de entonces se produce la aceptación mundial de la moda española con la participación en

exposiciones y concurso internacionales, apertura al exterior de las casas de Alta Costura y el desarrollo de la industria textil catalana.

Asimismo, las crónicas tuvieron una función social, ya que las explicaciones y los figurines permitieron que muchas mujeres, recién salidas de la postguerra, pudieran confeccionar los modelos de la página de moda del *Diario de Barcelona*.

En suma, si algo nos enseña esta investigación es que la calidad periodística no es una quimera. El estudio diacrónico del periodismo de la moda suscita una reflexión: la necesidad perentoria de recuperar la formación humanística y cultural de los periodistas especializados en un momento como el actual de crisis en la educación y los valores, y confirma la pertinencia de la línea de investigación en Historia del periodismo.

Referencias

- Alessandri, F., Edwards, C., Pellegrini, S. & Saavedra, G. (2001). VAP: un sistema métrico de la calidad periodística. *Cuadernos de la Información*, 14, 112-120. <https://doi.org/10.7764/cdi.14.187>
- Arroyo, M. (2021). Rompiendo moldes: María Luz Morales y la crónica femenina. *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, 16, 65-92. <https://doi.org/10.12795/RiCH.2021.i16.04>
- Balaguer, S. (16 de junio de 1971). María Luz Morales, premio a la lealtad acrisolada. *La Vanguardia*, p.35.
- De la Torre, L. & Téramo, T. (2009). La calidad periodística en un diario regional: los periodistas, el medio y sus lectores. *Palabra Clave*, 1(12), 83-104. <https://palabraclave.unisaban.a.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1453/1619>
- De la Torre, L. & Téramo, T. (2005). Medición de la calidad periodística: la información y su público. *DOXA Comunicación*, 3, 173-185. <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/1395/2178>
- De Pablos Coello, J. M. & Mateos Martín, C. (2004). Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad, en prensa y TV Patologías y tabla de medicación para recuperar la calidad en la prensa. *Ámbitos*, 12, 341-365. <http://hdl.handle.net/11441/67673>
- Esteve Ramírez, F. (2010). Fundamentos de la especialización periodística. En I. Camacho (Coord.), *La especialización en el periodismo: formarse para informar* (pp.7-22). Comunicación Social.
- Fernández, D. (2013, 12 de octubre). El "ready to wear", el prêt-à-porter y la democratización de la indumentaria. <https://vestuarioescenico.wordpress.com/2013/12/10/el-ready-to-wear-el-pret-aporter-y-la-democratizacion-de-la-indumentaria/>
- Fraiz, J. La Barcelona de antes. El Dique Flotante, sastrería, camisería y alta costura. <http://labarcelonadeantes.com/el-dique-flotante.html>
- Gómez, J.L., Gutiérrez, J.F. & Palau, D. (Eds.). (2013). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra, Universitat de València, Servei de Publicacions.
- Gómez, J.L., Gutiérrez, J.F. & Palau, D. (2015). La calidad periodística en España según la percepción de los periodistas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 13-30. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50647
- Martín Gaité, C. (1994). *Usos amorosos de la postguerra española*. Anagrama.
- Martínez Albertos, J.L. (1983). *Curso General de Redacción Periodística*. Mitre.
- Nelson Best, K. (2020). *El estilo entre líneas. Una historia del periodismo de moda*. Ampersand.
- Paricio, P. (2000). El encuadre de la moda en los diarios españoles de información general de ámbito nacional (1900-1994). *Revista Latina de Comunicación Social*, 28 (3), 1-4. <https://www.redalyc.org/pdf/819/81932807.pdf>
- Pasalodos, M. (2008). Alta Costura, costura de altura en los años 50. Indumentaria. *Revista del Museo del Traje*, 1, 22-47. https://www.researchgate.net/publication/28317325_Alta_Costura_costura_de_altura_en_los_anos_50
- Pellegrini, S. & Mujica, M. (2006). Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo. *Palabra Clave*, 1 (9), 11-28. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64900101>
- Pérez-Curiel, C. (2013). Expertos en comunicación y moda. Calidad profesional en tiempos de crisis. *Correspondencias & Análisis*, 3, 383-405. <https://doi.org/10.24265/cian.2013.n3.17>
- Pérez Curiel, C. & Luque, S. (2014). La Infoxicación de los grupos de poder en las publicaciones de moda. Análisis de calidad de contenidos en las revistas especializadas de moda: De Vogue América a Telva España. *Ámbitos*, 32, 91- 101. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/89767/Ambitos_32_10.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Pérez Curiel, C. (2018). *Periodismo e industria de la Moda*. Comunicación Social.
- Ramos Rodríguez, M. (2007). Cine y moda en Hollywood: décadas de los cuarenta y cincuenta. *Revista Latente*, 5, 183-203.
- Riera, M. (2014). *200 años de ilustración de moda en España*. Comanegra.
- Salgado, F. & Lázaro, E. (2019). La visión de la mujer y la feminidad en los artículos de María Luz Morales publicados en La Vanguardia (1921-1936). *Trípodos*, 44, 121-135. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2019.44p121-135>
- Seoane, M.C. & Sáiz, M.D. (1998). *Historia del periodismo en España. El siglo XX: 1898-1936*. Alianza.
- Servén, C. (2012, marzo 5). Mujeres y prensa: La Página Femenina de El Sol (1917-1936). I Congreso Internacional Comunicación y Género, Sevilla, España. (pp.1061-1074). <https://idus.us.es/handle/11441/34678>
- Servén, C. (2013). Literatura, periodismo y cine: María Luz Morales en La Vanguardia. En C. Servén & I. Rota (Eds.). *Escritoras españolas en los medios de prensa, 1868-1936* (pp.267-289). Renacimiento.

- Téramo, T. (2006). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. *Palabra Clave*, 9 (1), 57-84. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1228>
- Vaquero, I. (2007). El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Indumentaria: *Revista del Museo del Traje*, 123-134. <http://museodeltraje.mcu.es/popups/publicaciones-electronicas/2007indumenta0/Indumenta00-13-IVA.pdf>
- Velasco, A. (2019). La moda en los medios de comunicación de la prensa femenina tradicional a la política y los influencers. *Revista Prisma Social*, 24, 153-185. <https://revistaprismasocial.es/article/view/2845>
- Villanueva, P. (2016). La moda femenina en las publicaciones periódicas, Blanco y Negro 1891-1910 [tesis de Historia del Arte, Universidad de Valencia]. Repositorio institucional <http://hdl.handle.net/10550/50593>
- Villena, E. (2018). El tratamiento informativo de la moda en la prensa española: el caso de David Delfín. *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, 10, 122-149. <https://doi.org/10.12795/RiHC.2018.i10.08>
- Von Boehn, M. & Morales, M. (1928-1947). *La moda. Historia del traje en Europa desde los orígenes del cristianismo hasta nuestros días*. Salvat.
- Yanes Mesa, R. (2006). La crónica, un género periodístico literario equidistante de la información y la interpretación. *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*, 32, 1-8. <http://www.ucm.es/info/especulo/numero32/cronica.html>