



Universidad de Oviedo

PROGRAMA DE DOCTORADO EN HISTORIA DEL ARTE Y MUSICOLOGÍA

Surrealismo y moda

La creatividad de Elsa Schiaparelli

Autora:

Maria Elena Palmegiani



Universidad de Oviedo

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS DE LA UNIVERSIDAD DE OVIEDO

DEPARTAMENTO DE HISTORIA DEL ARTE Y MUSICOLOGÍA

Programa de Doctorado en Historia del Arte y Musicología

TESIS DOCTORAL

Surrealismo y moda

La creatividad de Elsa Schiaparelli

Autora:

Maria Elena Palmegiani

Directora:

Natalia Tielve García

2022



ÍNDICE

1. Introducción	9
1.1. Presentación de la tesis y justificación del tema	11
1.2. Hipótesis de partida y objetivos del estudio	14
1.3. Estado de la cuestión	15
1.4. Metodología y fuentes	20
1.5. Estructura de la tesis	22
1.6. Agradecimientos	26
2. Arte y moda	29
2.1. A propósito del estatus del diseño de moda y retos futuros	30
2.2. La artísticidad de la moda. Indumentaria femenina en Europa (1890-1960)	43
2.3. Diseño y vanguardias: la moda como manifestación de la creatividad	58
2.3.1. <i>Arts and Crafts</i> , Escuela de Glasgow y Talleres vieneses	59
2.3.2. La moda en el Fauvismo y el Cubismo	70
2.3.3. Diseño de moda en el Futurismo italiano	80
2.3.4. Moda y vestuario en el Dadaísmo	88
2.3.5. Vestuario al servicio de la revolución: vanguardias rusas y otras contribuciones de la Europa del Este ...	93
2.3.6. La Bauhaus: textiles y vestuario escénico	101
2.3.7. Aportaciones desde la Metafísica	106
2.3.8. El Surrealismo y el diseño de moda: reflexiones de los surrealistas sobre la moda	110
2.4. Arte, diseño y creadoras italianas	137
3. Vida y obra creativa de Elsa Schiaparelli	157
3.1. Un espíritu independiente y una surrealista ante litteram	159
3.2. Los primeros pasos como modista	166
3.3. Coco Chanel y Elsa Schiaparelli	177
3.4. Unas notas sobre el trampantojo y los colores de Schiaparelli (blanco, negro, fucsia y azul) .	181

3.5. De 1930 a 1934, los años del viraje	191
3.6. De 1933 a 1934: la arquitectura de las formas y los doce mandamientos para las mujeres ..	202
3.7. 1935: la llegada a la <i>Place Vendôme</i>	216
3.8. De 1936 a 1938. Las revistas de moda	229
3.9. El contacto con el ambiente surrealista: teoría del azar y poética del objeto encontrado	244
3.9.1. Objetos kitsch y buen gusto. Sobre los cambios estéticos de la sociedad industrial	252
3.9.2. Schiaparelli y las ambientaciones surrealistas en los reportajes de moda	257
3.9.3. La colaboración con Giacometti y Meret Oppenheim	263
3.9.4. La colaboración con Leonor Fini: dos italianas en París	267
3.9.5. La colaboración con Jean Cocteau y otras referencias poéticas	277
3.9.6. La colaboración con Salvador Dalí: explorando la dimensión onírica del objeto y lecturas iconográficas ..	283
3.9.6.1. Las manos	287
3.9.6.2. De teléfonos y langostas	291
3.9.6.3. Maniqués y presencias surrealistas habitan espacios inexistentes	300
3.10. Las grandes colecciones de Elsa Schiaparelli entre 1937 y 1938	312
3.10.1. Las mariposas	312
3.10.2. Circus	319
3.10.3. Una colección pagana	329
3.10.4. El zodiaco	334
3.10.5. La Comedia del Arte	340
3.11. Entorno a la Segunda Guerra Mundial (1939-1945)	346
3.11.1. Unos meses antes de la guerra	347
3.11.1.1. Creaciones reseñables publicadas en revistas de moda	347
3.11.1.2. Colecciones antes de la Segunda Guerra Mundial	352
3.11.1.3. La estética victoriana	352
3.11.1.4. La música	357
3.11.2. La Casa Schiaparelli en la guerra	360
3.11.3. El retorno a París. La reactivación de la <i>Maison</i>	377
3.12. La Casa Schiaparelli de 1947 hasta el cierre (1954)	383
3.13. Los últimos años	407
3.14. La Maison Schiaparelli en la actualidad	409
4. El legado y las aportaciones de Elsa Schiaparelli	423
5. Muestrario de obras de Elsa Schiaparelli: la actitud surrealista	443



6. Conclusiones	487
7. Anexos fotográficos	497
8. Fuentes y bibliografía	501



1

INTRODUCCIÓN



1.1. Presentación de la tesis y justificación del tema

La tesis doctoral que aquí se presenta se ha realizado en el marco del Programa de Doctorado en Historia del Arte y Musicología de la Universidad de Oviedo y ha sido llevada a cabo bajo la dirección de la Dra. Natalia Tielve García, Profesora Titular de dicha universidad.

En lo que se refiere a la elección del tema, las motivaciones que me han llevado a centrar mi interés en el sugerente mundo de la moda y, en particular, en las creaciones Elsa Schiaparelli, son variadas. Mis orígenes italianos han influido de forma notable en esta elección puesto que me han hecho sentir una cierta afinidad, se podría considerar hasta cierto punto emocional, con Elsa Schiaparelli. Asimismo, estando familiarizada con el ambiente cultural, histórico e histórico-artístico de Italia, me he podido hacer de forma bastante cómoda una composición de lugar que me ha sido útil para reconstruir su trayectoria vital y creativa. Igualmente, ambas compartimos la experiencia de estar en contacto profundo con otros países distintos al nuestro de origen. Pero, más allá de Schiaparelli, mi interés hacia el diseño de moda es una directa consecuencia de mi trabajo como profesora de Historia del Arte, labor que llevo ejerciendo desde hace quince años, y en concreto de la docencia de Historia de la Moda, asignatura que he impartido con pasión y entusiasmo desde septiembre de 2008. Las lecturas, la indagación continuada en la bibliografía y las revistas especializadas, además del diálogo y el intercambio de ideas y opiniones con los estudiantes - siempre enriquecedor e interesante - me han ido aportando una puesta al día que, de un modo u otro, he trabado de revertir en este trabajo.

Por todas estas motivaciones, opté por estudiar a Elsa Schiaparelli y dedicar esta tesis doctoral a indagar en su vida, obra y legado creativo. Partiendo de un real y vivo interés hacia su figura y todo lo que con ella se relaciona, tanto en lo referente al ambiente artístico y cultural de la época, como a la valoración plástica y estética de sus obras, he querido llegar a una lectura iconográfica de sus creaciones, insertando los temas tratados en el amplio discurso de las artes plásticas y, en particular, en relación con el universo surrealista.

La investigación arranca, como punto de partida, del trabajo de investigación que realicé hace unos años para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados en esta universidad y también contando con la dirección de la Dra. Tielve. Desde aquella incipiente labor, he ido avanzado en el estudio, desarrollando y completando algunos de los aspectos que avanzaba en su momento y a los cuales he ido añadiendo otros que me han permitido ir desgranando la trayectoria creativa de Elsa Schiaparelli y contextualizar su trabajo en el marco del devenir cultural de la moda, las vanguardias y la época histórico artística que a la diseñadora le tocó vivir. En este sentido, me ha parecido importante adentrarme en la interacción entre las propuestas de Schiaparelli y el ambiente en el que se gestó y evolucionó su trabajo. Así, en un acercamiento a la teoría sociocultural de Vygotsky, siguiendo un enfoque histórico, he tratado de insertar el trabajo de la diseñadora en la cultura de la moda. Del mismo modo, me ha parecido importante introducir un enfoque de género, siendo consciente de que la historia de la moda es también la historia de muchas mujeres – y de hombres - que han permanecido en el olvido y cuyo trabajo ha sido y sigue siendo fundamental (bordadoras, costureras, modistas locales, tejedoras etc.). Conviene en este sentido hacer notar que, si bien los diseños de Schiaparelli están destinados al público femenino - lo que nos ha llevado a hablar de la moda pensada y diseñada para las mujeres – he querido también apuntar algunas referencias a la moda masculina.

Para comprender el rol de un artista en la historia del arte - en el caso de Schiaparelli también en la de la moda - es fundamental analizar el sustrato cultural que está a la base de su formación y siguiendo este criterio hemos procedido a abordar su trabajo. La formación de Schiaparelli fue autodidacta y estuvo basada en los encuentros de su vida, además, claro está, de su gran don natural: una creatividad desmesurada. La figura de la modista, por ello, es tratada con el fin de analizar cómo el juego de influencias y condicionantes, la estética y los conflictos de la época, han contribuido a perfilar su trabajo. Sobre todo, he tratado de trazar el juego de correspondencias que hizo posible la extraordinaria libertad creativa en la que se movió, sin condicionamientos ni complejos. Partir del análisis de la sociedad que la rodeaba para llegar a comprender su vinculación con el ambiente surrealista, con el que muchas de sus creaciones dialogaban, es desde mi consideración un modo eficaz de comprender su labor y la intencionalidad de sus diseños. Su espíritu innovador y su audacia fueron capaces de revolucionar el mundo de la moda y fue este carácter visionario lo que me fascinó desde el primer momento en el que entré en contacto con sus diseños.

En las creaciones de Elsa Schiaparelli encontramos, en efecto, diversas temáticas

de interés que son abordadas en esta tesis y entre las que cabe destacar la relación entre el arte de vanguardia y el mundo del diseño, en concreto, de la moda; el vínculo con los surrealistas y el diseño de objetos, singularmente la poética del objeto como reinterpretación de lo cotidiano, así como la fuerza creativa del azar; la utilización así mismo de un lenguaje irónico y subversivo que, en el caso de Schiaparelli, dejó impactados a sus contemporáneos; y su contribución en cuanto a los roles de género en una sociedad cambiante. Además, el periodo en el que la diseñadora alcanza su mayor éxito y popularidad - la fase que corresponde al periodo de entreguerras – constituye una etapa fascinante que da lugar a aportaciones sumamente innovadoras. Con respecto a la relación entre Elsa Schiaparelli y el mundo del cine, he optado por no profundizar en este aspecto más que en lo que a algunas informaciones relacionadas con la línea principal de este estudio se refiere. Se trata, sin duda, de un tema muy sugerente que espero en un futuro poder abordar con mayor detenimiento.

Cabe mencionar, asimismo, que para la realización de esta tesis fueron de vital importancia las estancias de investigación que he realizado. En primer lugar, he podido trabajar en la *Biblioteca Nazionale di Roma* (Castro Pretorio) desde fechas tempranas. Habiendo realizado mi trabajo fin de carrera en la *Università La Sapienza di Roma*, estaba familiarizada con esta biblioteca y aproveché mis reiterados viajes a Italia a lo largo de los últimos años para recopilar materiales sobre Schiaparelli.

Especialmente relevante fue la estancia breve que desarrollé en el *Archivio del Museo de Artes Decorativas de París*. Allí tuve acceso directo al fondo de Elsa Schiaparelli que ella misma donó a la institución: un material muy abundante que, además, se ha ido incrementando constantemente desde 1973, fecha del fallecimiento de la diseñadora, hasta la actualidad. A partir de este fondo, tuve que realizar una selección cuyo hilo conductor fue, por un lado, la vinculación con las vanguardias artísticas y en concreto con el surrealismo, y por otra parte, la originalidad de las creaciones, como fiel reflejo del espíritu creativo, irónico e innovador de Schiaparelli. Los datos extraídos de este archivo han sido fundamentales para elaborar este trabajo. También lo ha sido el vaciado de las revistas que pude consultar en la institución, indispensables para reconstruir la bio-bibliografía de la diseñadora.

Igualmente, pude desarrollar una estancia breve en la *Fundación Gala-Salvador Dalí* de Figueras. La estancia resultó muy provechosa ya que me permitió acceder a materiales de diferente carácter resultado de la colaboración con Schiaparelli y también de las intervenciones de Dalí en el sector de la moda. Este tema queda reflejado en el apartado

que en la tesis se dedica al Surrealismo y el diseño de moda. Revistieron cierto interés también las visitas al *Teatro-Museo de Dalí* de Figueras así como al *Castillo de Gala y Dalí* de Pubol, cuya última planta está dedicada justamente a la colaboración del artista ampurdanés con Schiaparelli.

Otras estancias que pude aprovechar fueron aquellas que realicé gracias a la obtención de dos becas Erasmus para el profesorado puestas a disposición de mi centro de trabajo, la Escuela de Arte de Oviedo. En una de las ocasiones estuve en Milán, en la *Accademia de Belle Arti de Brera* que cuenta con un título específicamente dedicado a Diseño de Moda. Allí pude entrar en contacto con los docentes, compartir experiencias enriquecedoras sobre Schiaparelli y, en un sentido más amplio, sobre las últimas tendencias de la moda – líneas, nuevos materiales y desafíos a los que el sector tiene que enfrentarse. Otra estancia Erasmus me llevó a Albania, en concreto a la *Accademia de Belle Arti de Tirana*. En esta ciudad, a través de las revistas locales de moda y de la confrontación con docentes y artistas, pude descubrir a algunos diseñadores de moda de los Balcanes, apenas conocidos fuera de su territorio, como la modista de Sarajevo, Ljiljana Majkic, a la que hago referencia en el capítulo 4, o de Adnan Hajrulahović de la Casa de Moda *HAAD*.

Todas estas experiencias, sin lugar a dudas, me han permitido formarme como persona, profesora e investigadora. De ellas aprendí la necesidad de abrir mis horizontes y enfrentarme al conocimiento sin prejuicios. Además, teniendo en cuenta el carácter internacional de este estudio, he entendido que también la investigación, en la medida de lo posible, debía revestir el mismo carácter internacional y así traté de hacerlo con honestidad. De hecho, siempre pensé que habría sido interesante poder obtener el doctorado internacional, sin embargo, a causa de mi trabajo, no me ha resultado posible y me he limitado a desarrollar estas estancias breves en aquellas épocas que se correspondían con mis períodos de descanso.

1.2. Hipótesis de partida y objetivos del estudio

La investigación toma como hipótesis de partida la vinculación existente entre el trabajo desarrollado por la diseñadora Elsa Schiaparelli y el ambiente artístico de su época, con particular incidencia en su relación con el Surrealismo.

En consonancia con esta hipótesis y con el planteamiento de esta tesis, como objetivo general de investigación se plantea el análisis crítico y contextualizado del trabajo desarrollado por la diseñadora Elsa Schiaparelli.

En relación con este objetivo general, se han definido unos objetivos específicos de investigación que a continuación se indican:

- Enmarcar la obra de Elsa Schiaparelli en su contexto histórico artístico valorando las influencias recibidas por la modista.
- Entender el desarrollo de la moda en relación con las vanguardias, particularmente en el periodo de entreguerras y con especial incidencia en el Surrealismo.
- Reconstruir la trayectoria vital y creativa de Elsa Schiaparelli y determinar la importancia de su *Maison* en el diseño de moda.
- Identificar y analizar las colecciones diseñadas por Schiaparelli atendiendo a sus aportaciones estéticas e iconográficas.
- Analizar la creatividad de sus diseños, en el orden estético, desde el punto de vista de la innovación, la ironía y la provocación que guían sus propuestas.
- Estudiar el papel de la mujer artista, en un contexto esencialmente masculino,
- Investigar acerca de la relación entre arte y moda, moda y arte, lo que incluye a aquellos y aquellas artistas que hacen obras de arte inspiradas en la moda.
- Contribuir a dar a conocer el legado de Elsa Schiaparelli y determinar la influencia que ha tenido diseñadores posteriores que se han inspirado en sus creaciones y en su forma de sentir el arte y la moda.

1.3. Estado de la cuestión

Hasta hace unos quince años apenas contábamos con estudios en los que se analizase el trabajo de Elsa Schiaparelli. Desde 1954, año del cierre de su *Maison*, su figura fue progresivamente cayendo en el olvido, por cuanto al público en general se refiere, si bien no en el ámbito de los especialistas en la materia. De hecho, si se compara su popularidad respecto a otros contemporáneos y contemporáneas - sirva como ejemplo Coco Chanel - hay que reconocer que la italiana no ocupaba los mismos lugares privilegiados de fama y notoriedad que alcanzaban otros diseñadores de su época. ¡Y pensar que sus *boutiques* de París y Londres fueron las más frecuentadas, durante la década de 1930! Las mujeres más elegantes del mundo, incluyendo entre ellas un número elevado de estrellas de *Hollywood* como Marlene Dietrich, Katherine Hepburn o Ina Claire entre muchas otras, pasaron por su *atelier* y lucieron creaciones de Schiaparelli en algunas de sus películas. Paradójicamente, pese a ello, Elsa Schiaparelli fue poco a poco siendo relegada a un segundo plano. En buena medida, esta circunstancia podría atribuirse a que su *atelier* durante mucho tiempo

permaneció cerrado y sus creaciones solo podían encontrarse en museos y colecciones privadas, fuera de los circuitos mundanos. Ya a partir de 2007, se puede apreciar una recuperación del interés hacia su obra tanto en las revistas especializadas como en otras publicaciones.

Una lectura obligada es, obviamente, la autobiografía publicada por la misma modista¹ en 1954 y traducida en muchos idiomas, en la que Elsa Schiaparelli, hablando de sí misma en tercera persona, nos relata su vida personal así como algunos hechos relevantes relacionados con su profesión. Considero que, al margen del valor biográfico que este texto indudablemente tiene, su mayor aportación reside en estar redactado con una ironía y una frescura que ayudan a comprender y conocer a Elsa Schiaparelli. Además, este relato, sobre todo en una fase inicial del estudio, ofrece una ayuda importante a la hora de seleccionar tanto los hechos como las personas relevantes en la vida de la diseñadora para ir trazando un recorrido basado en hitos sobresaliente. Un texto que habría sido importante encontrar y que, lamentablemente no hemos podido localizar, a pesar de los esfuerzos realizados al respecto, es el poemario *Arethusia* que una joven Schiaparelli de sólo 21 años publicó en 1911 con la editorial italiana Quintieri. Una edición se encontraba en la Biblioteca de Florencia, sin embargo, se perdió con la inundación de 1966. Este libro seguramente podría aportar algunos datos sobre la personalidad de la joven Elsa al tratarse de obra de carácter intimista.

Entre septiembre de 2003 y enero de 2004, treinta años después del fallecimiento de la diseñadora, se desarrolló en el *Museo de Arte de Filadelfia* una exposición sobre Elsa Schiaparelli que se ha convertido en la mayor retrospectiva sobre su figura. La muestra, realizada con fondos de las colecciones del *Museo de Arte de Filadelfia* y del *Museo de la Moda y el Textil* de París, se llevaría también a París, entre marzo y agosto de 2004, en el museo mencionado. El catálogo, escrito por Blum Dilys², comisaria de la exposición, es uno de los pocos libros de referencia sobre la modista italiana, precedido solo por otro texto, publicado en 1986 y escrito por Palmer White³, en el cual el autor centra la atención en relatar la biografía y comentar las colecciones de Elsa Schiaparelli. Ambos textos, a los que se suma la autobiografía anteriormente citada, constituyen las primeras y principales

¹ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, Ediciones Danoël, París, 1954, (ed. italiana, *Shocking life*, Alet, Padova, 2007).

² DILYS, E.Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003. Exposición celebrada en el Philadelphia Museum of Art del 28 de septiembre de 2003 al 4 de enero de 2004 y Musée de la Mode et du Textile, Union Centrale des Arts Decoratifs, París, marzo-agosto de 2004.

³ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, Rizzoli Edition, New York, 1986.

fuentes bibliográficas dedicadas exclusivamente a la figura de Elsa Schiaparelli ya que abarcan el tema de forma exhaustiva.

Empezando por el libro de Palmer White, se trata del primer estudio sobre la diseñadora que constituye un referente fundamental en la aproximación a Elsa Schiaparelli. Palmer White, crítico literario y guionista de la *Metro-Goldwin-Mayer*, era amigo de Elsa Schiaparelli, a quien había conocido en los Estados Unidos, así que pudo acceder a la documentación personal de la familia. De hecho, tuvo ocasión de recopilar muchas informaciones de primera mano y consiguió mantener diferentes entrevistas con la hija de la diseñadora, Gogo. White también pudo entrar en contacto con amigos, colaboradores y coleccionistas de Schiaparelli, entre los que se cuentan Irene Dada, Blanche Hays, Jean Schlumberger y el empresario Guido Sassoli de' Bianchi, quien, tras el fallecimiento de Elsa, compró los derechos y los archivos de la *Maison Schiaparelli* y empezó a coleccionar obras de la modista.

Por otra parte, el trabajo de Blum Dilys, a pesar de que también parta de un discurso biográfico, se centra en el estudio de las prendas presentes en la exposición y enfoca el análisis desde la perspectiva de la *Historia del Traje*, llegando a constituir un importante complemento al libro de Palmer White.

Al margen de estos tres textos, existen dos ensayos que, por su carácter de síntesis, son más breves y limitados en cuanto al contenido; sin embargo, me han resultado interesantes en lo que concierne el estudio y la forma de aproximación a Elsa Schiaparelli. El primero es un texto de 1997 escrito por el ilustre estudioso de *Historia del Traje*, François Baudot⁴ quien publica un ensayo sobre Elsa Schiaparelli partiendo de los grandes conocimientos en materia de Diseño de Moda. Baudot hace dialogar perfectamente los conocimientos que posee, relacionando con enorme soltura y facilidad tanto temas de *Historia del Arte* como de *Historia de la Moda*. Se trata, por lo tanto, de una lectura obligada que, aunque fuese sólo por el carácter erudito del enfoque, y a pesar de la síntesis, aporta una lectura crítica necesaria. El segundo es un libro en lengua española, un estudio comparativo, obra de la investigadora chilena María José Mir Balmaceda⁵, sobre Coco Chanel y Elsa Schiaparelli, que se centra en analizar la moda femenina en el París de entreguerras. La autora, que fue directora de los estudios de *Diseño de Vestuario* de la *Fundación DUOC* de Santiago de Chile, parte de una introducción sobre el ambiente de la época en la ciudad

⁴ BAUDOT, François, *Elsa Schiaparelli*, Universe Publishing, Nueva York, 1997.

⁵ MIR BALMACEDA, María José, *La moda femenina en el París de entreguerras. Las diseñadoras Coco Chanel y Elsa Schiaparelli*, Ediciones Internacionales Universitarias, Barcelona, 1995.

de París, para llegar a comentar tres temas: la expansión de la moda como recorrido cronológico que hace hincapié en los diseñadores que desarrollan su labor en las tres primeras décadas del siglo XX, la biografía y estilo de Coco Chanel y, por último, la vida y los diseños de Elsa Schiaparelli. No obstante, el trabajo de Mir Balmaceda carece de un discurso realmente comparativo entre las dos diseñadoras, puesto que se limita a hablar de ellas por separado, en dos capítulos independientes, dejando que sea el lector quien saque sus propias conclusiones. Ahora bien, la parte introductora es una lograda síntesis de los elementos que concurren a caracterizar la época, tanto bajo el punto de vista histórico como desde aquel cultural y sociológico, lo que hace de este texto una interesante lectura, sobre todo para la fase de aproximación inicial a la figura de Elsa Schiaparelli.

Cabe mencionar igualmente un documento elaborado por el *Museo del Traje de Madrid*⁶ que, coincidiendo la pieza del mes de febrero de 2005 con un vestido de Schiaparelli, presenta lo que es la única creación de la diseñadora que se encuentra en una colección pública española. En este texto, su autora, Coco Cardona, dedica un capítulo al tema de la moda y el arte de vanguardia, citando algunas colaboraciones en este sentido. Aunque este apartado no tenga un carácter de exhaustividad, está realizado con cierto rigor, lo que aporta informaciones importantes a la hora de acercarse a la figura de Elsa Schiaparelli. Posteriormente, Cardona se centra en la pieza del mes: un vestido poco conocido y, aunque no representativo de su estilo, interesante para hilar contenidos y analizar las influencias en la fase temprana del trabajo de la modista.

Entre los textos más recientemente publicados, es fundamental el catálogo de la exposición *Schiaparelli and Prada: Impossible Conversations* que se celebró en 2012 en el Museo Metropolitano de Nueva York. En él se plantea un recorrido por las creaciones de Schiaparelli que sirvieron de inspiración para Miuccia Prada, de modo que discurso comparativo que se lleva a cabo resulta muy clarificador en varios aspectos, como por ejemplo la idea de combinar elegancia y modernidad.

Muy interesante es también el libro de memorias, fotos inéditas y recuerdos familiares, escrito por la nieta de Schiaparelli, Marisa Berenson, titulado *Elsa Schiaparelli's private album*, publicado en 2014 y que ofrece una visión diferente de la diseñadora que es retratada en su cotidianidad y en su faceta de madre y abuela. Las aportaciones principales de este trabajo son posiblemente las fotos inéditas de la familia, de hecho, el propio libro está maquetado como si de un álbum familiar o de un diario personal se

⁶ CARDONA, Coco, *Los modelos más representativos de la exposición. Modelo del mes de febrero. Vestido de Elsa Schiaparelli. Ciclo 2005*, Museo del Traje de Madrid, 2005.

tratara. Otro libro que merece la pena destacar es la obra de 2017 realizada por varios autores, titulada *Schiaparelli & the artists* y publicada por la editorial Rizzoli, en la que se trata exclusivamente el tema de la relación, directa o indirecta, de Schiaparelli con otros artistas, algo que nos ha resultado fundamental para estudiar este aspecto que constituye un pilar central de nuestro estudio. Finalmente, hay que indicar que una obra bibliográfica de notable interés es el catálogo de la exposición celebrada en 2018 en el Museo Dalí de St. Petersburg (Florida-USA), *Dalí & Schiaparelli*. En ella se analizó, a través de las obras fruto de la colaboración entre ambos artistas, la relación entre Dalí y Schiaparelli, así que para nuestra investigación se trata de un libro importante, aunque no exhaustivo.

Más allá de los trabajos indicados, debemos señalar los estudios que dedicados a la historia de la moda incluyen un acercamiento a la figura de Elsa Schiaparelli. Se trata de obras fundamentales para comprender las aportaciones realizadas por la diseñadora italiana al mundo de la moda y para entrar en el análisis comparativo respecto a sus contemporáneos. Entre ellos debemos señalar los estudios elaborados por Lourdes Cerrillo dedicados a la historia de la moda, de los que trataremos en capítulo 2 de esta tesis, en los que junto a Schiaparelli aparecen otros creadores como Sonia Delaunay, Coco Chanel o Paul Poiret, que nos han ayudado a entender mejor las creaciones de la diseñadora italiana. Considerando, además, que su trabajo se caracteriza por una marcada multidisciplinariedad, la investigación se ha movido también en esta línea acercándose a la historia de la fotografía, del diseño gráfico (esencialmente en temas de portadas de revistas y carteles), de la ilustración (sobre todo de la de moda), del diseño de interiores (en relación con la *boutique* de Schiaparelli), de los decorados teatrales y del vestuario escénico⁷. Del mismo modo, considerando que en los diseños de Schiaparelli tanto los complementos como bisutería y joyería tenían un gran protagonismo, se ha dado una gran importancia también estas creaciones necesariamente vinculadas a sus diseños de prendas.

Finalmente, han revestido una enorme importancia los estudios realizados a propósito de los vínculos entre moda y Surrealismo por Richard Martin⁸ y François Baudot⁹. En concreto, el libro de Richard Martin ofrece una amplia panorámica del tema, presentando una exhaustiva recopilación de las creaciones de artistas, fotógrafos y creadores del

⁷ En esto posiblemente hayan influido las asignaturas que imparto en la familia de *Comunicación Gráfica y Audiovisual* y en la de *Diseño de Interiores* de la Escuela de Arte de Oviedo.

⁸ MARTIN, Richard, *Fashion and Surrealism*, Rizzoli Edition, Nueva York, 1987.

⁹ BAUDOT, François, *Moda y Surrealismo*, Ediciones H. Kliczkowski, Madrid, 2003.

mundo de la moda, de carácter surrealista. Por supuesto, son numerosas las referencias a Elsa Schiaparelli y a su entorno, incluyendo Salvator Dalí y Man Ray. Este libro permite focalizar la atención en la lectura temática relativa a la relación entre Surrealismo y moda, aportando un punto de vista crítico interesante, y que va a compenetrarse muy bien con el enfoque artístico que me interesaba de cara al presente trabajo. Por su parte, el libro de Baudot, menos amplio en el discurso que propone, sin embargo, cita, aunque luego no los amplíe, los contenidos y elementos clave de la relación entre arte surrealista y la moda, permitiendo obtener unas claves de lectura que, a posteriori y con la complementariedad del libro de Richard Martin, se van desarrollando personalmente a partir de los intereses individuales.

1.4. Metodología y fuentes

La elaboración del estudio que aquí se presenta parte de una metodología transversal y pluridisciplinar que incluye aproximaciones a la historia cultural, la sociología del arte, la estética e incluso los enfoques críticos de la Nueva Historia del Arte. Se fundamenta en una intensa labor de documentación, actualizada regularmente, con la consulta de todos aquellos fondos en los que se han podido rastrear los datos necesarios para reconstruir la trayectoria vital de Schiaparelli. Se han consultado, paralelamente, y revisado fuentes hemerográficas, particularmente revistas de moda de la época, recursos bibliográficos y digitales.

Todas estas tareas se han ido prolongando a lo largo de los años en los que se ha desarrollado la labor investigadora, a medida que se ha visto la necesidad de ampliar, actualizar y contrastar la información obtenida. Para el desarrollo de estos trabajos de vaciado y selección de materiales ha sido de importancia fundamental la realización de estancias – previamente mencionadas – en bibliotecas y archivos de Roma, París, Figueras, Milán y Tirana. Además, he establecido contacto directo con archivos que conservan fotos inéditas o en las cuales Elsa Schiaparelli no había sido identificada. Se trata de dos archivos situados en Edimburgo y Londres, y gracias a ello he podido identificar a Schiaparelli en la que posiblemente sea la única fotografía que la retrate junto a algunos miembros del círculo surrealista. También he podido entrevistarme – telefónicamente - con la condesa Karin Sassoli de' Bianchi de' Medici quien relevó la Casa Schiaparelli después de 1973, fecha del fallecimiento de la modista italiana. A través de este contacto he podido acceder a informaciones inéditas e importantes que me han permitido reconstruir el recorrido de la

Maison Schiaparelli desde 1973 hasta nuestros días. Las huellas de la *Maison* se perdían en 1973 para volver a aparecer con la adquisición de los derechos por parte de Diego Della Valle en 2007, dejando un vacío informativo de 34 años. Gracias a la entrevista, he podido llegar a conocer una parte de los acontecimientos que han transcurrido en este tiempo.

En cuanto al tratamiento de los recursos bibliográficos, la lectura que me ha servido como punto de partida y aproximación a la figura de Elsa Schiaparelli, ha sido su autobiografía, a partir de la cual he ido organizando la cronología y las creaciones más importantes de la diseñadora. A partir de este texto, a través de la bibliografía y sobre todo del vaciado hemerográfico he podido reconstruir la trayectoria de la diseñadora, eje central de este trabajo. Debo señalar que la mayor parte de la bibliografía relativa a la figura de Elsa Schiaparelli está publicada en inglés, siendo resultado de estudios realizados en Estados Unidos, además de ediciones en francés, italiano y español. Como resultado, he realizado lecturas en varios idiomas y, al incluir citas en el cuerpo de la tesis he optado por incluir traducciones de estos textos realizadas personalmente.

Consideraré también relevante contrastar datos recabados con las fuentes hemerográficas a las que pude acceder. Comparando entre sí los artículos de las revistas de moda, pude ver cuáles recogían las creaciones más originales y experimentales de Schiaparelli – en particular *Vogue* y *L'Officiel de la culture* – y cuáles optaban por un enfoque más tradicional y menos arriesgado, como *Femina*, presentando las creaciones menos impactantes.

Los archivos fotográficos digitales han resultado asimismo muy útiles para la investigación. He de señalar, en este sentido, que la realización de un curso de Formación Transversal organizado por la Universidad de Oviedo sobre *Edición digital académica de fuentes documentales para los estudios históricos*, me ayudó a mejorar el sistema de organización y catalogación del material fotográfico, trazando un árbol de contenidos. Para la selección de imágenes he contado con la ayuda de un técnico que me ha facilitado confeccionar una narrativa visual coherente y maquetar el texto. La mayoría de las imágenes seleccionadas para la parte central del texto son de las propias creaciones de Schiaparelli, habiendo dejado para un archivo digital, aquellas de otros creativos, así como las fotografías de las revistas de la época tomadas por la autora en el Archivo del *Museo de Artes Decorativas* de París.

A partir de todo ello he ido organizando el discurso y he procedido a la redacción de la tesis, ahondando en la trayectoria de la creadora, sus colecciones más relevantes, el ambiente artístico de la época y seleccionando artistas y eventos que consideré podían

tener transcendencia para la mejor comprensión de su trabajo y para trazar posibles influencias. He procurado cuidar al máximo la redacción, tratando de usar la terminología específica del sector de la moda, así como de la historia del arte, utilizando un lenguaje comprensible, para ofrecer una lectura amena, y técnico ahí donde más se requirió. Una de las dificultades que he encontrado con respecto a la redacción, ha sido describir las prendas para que el lector, incluso el menos experto en moda, pudiera visualizarlas correctamente sin tener necesariamente la imagen delante. Esperamos que algunas descripciones (a veces de características muy originales y novedosas) se puedan, cuando menos, intuir.

1.5. Estructura de la tesis

La tesis aparece organizada en siete capítulos, incluyendo la *Introducción*, las *Conclusiones* y las *Fuentes*, y estando la parte central representada por la obra creativa de Elsa Schiaparelli.

Después de la *Introducción*, el capítulo 2, titulado *Arte y moda* se dedica a contextualizar a la diseñadora en su época, tanto en lo relativo a las artes plásticas, como al diseño de moda y en él también se razona sobre las influencias recibidas por la modista. Abarca el tema del diseño de moda en las vanguardias y traza un análisis de los valores formales y de los contenidos que van a caracterizar la obra de Elsa Schiaparelli, influyendo en su formación autodidacta. Se hace hincapié en el concepto de *obra de arte total* como punto de partida de un nuevo sentir estético, multidisciplinario y experimental, y se realiza una digresión sobre arte de vanguardia y diseño de moda, pasando por algunos de los nombres más representativos de la historia del arte que se dedicaron al diseño de moda, entendido en el sentido más amplio, lo que incluye el diseño de vestuario para el teatro o el ballet, además de colaboraciones estrictas con modistos.

En este capítulo se tratan como temas centrales el estatus del diseño de moda, recogiendo aspectos relacionados con asuntos psicológicos (cuestiones de género); la idea de arte total (multidisciplinariedad de las disciplinas artísticas); y los retos futuros (sostenibilidad de la moda, explotación laboral, canon de belleza e ideas de feminidad y masculinidad). Se aborda igualmente la artísticidad de la moda, con especial énfasis en la indumentaria femenina en Europa, desde 1890 hasta 1960, ya que se entiende que es la época de influencia y actividad de Schiaparelli. Se tratan los principales diseñadores y diseñadoras de esta franja de tiempo y también se hace referencia a la influencia de los ballets rusos, así como a los cambios derivados de la Revolución Industrial y la introducción de nuevos

materiales (algo muy importante para entender el arte de Schiaparelli).

El tema del diseño y vanguardias, abordado a continuación, estudia la relación entre las principales corrientes artísticas y la moda, pasando por las vanguardias artísticas. Se trata la moda en movimientos como Arts and Crafts, Escuela de Glasgow, Talleres vieneses, Fauvismo, Cubismo, Futurismo italiano, Dadaísmo, Vanguardias rusas, Bauhaus, Metafísica y Surrealismo. En el caso de este último, debido a los contactos directos con Schiaparelli, se ha tratado de desarrollarlo con mayor amplitud y se ha incidido en las joyas de Dalí que, por cuestiones iconográficas, tienen un vínculo con la obra de Elsa Schiaparelli. Cabe indicar que el tema de Dalí y la moda se retoma más adelante en la hora de hablar de la colaboración del artista ampurdanés con Schiaparelli ya que entendimos que este apartado merecía un estudio independiente. Por la misma razón, artistas surrealistas como Giacometti, Meret Oppenheim, Leonor Fini y Jean Cocteau, son tratados en profundidad en su relación con Schiaparelli en el capítulo 3.

Un siguiente apartado está dedicado al *Arte, diseño y creadoras italianas*, organizado en tres partes: arte y moda (en relación con el arte textil esencialmente); creadoras italianas, con breve reseña a siete creadoras italianas al fin de relacionar a Elsa Schiaparelli con otras creativas de su mismo país; y modistas italianas: en esta parte se citan a muchas modistas italianas, tanto anteriores a Schiaparelli como contemporáneas y posteriores.

El capítulo 3, *Vida y obra creativa de Elsa Schiaparelli*, constituye el núcleo fundamental de la tesis. En él se trata específicamente de la trayectoria biográfica y creativa de la diseñadora. El discurso es ampliado con notas biográficas y una lectura temática e iconográfica, hablando de las colecciones que la modista presenta a lo largo de su vida, así como aquellas exposiciones relacionadas con su figura. Especial atención es la dedicada a su vinculación con el ambiente surrealista y a la consecuente interpretación de la diseñadora de los temas típicos del imaginario onírico y psíquico intrínsecos en los preceptos del Surrealismo. Se reconstruye el recorrido iconográfico presente en sus creaciones y se estudian los precedentes directos, buscando las conexiones con el ambiente que la rodea, así como la cultura de la época. Se ha seguido en principio un desarrollo cronológico, comenzando con la juventud y primeros pasos como modista. Es en esta parte donde se deduce el carácter surrealista de la propia Schiaparelli, algo inherente a su persona y parte fundamental de su sensibilidad creadora. El discurso sigue con un análisis de las diferencias, tanto de personalidad como de concepto, entre Coco Chanel y Schiaparelli: partiendo del estudio de dos retratos de las modistas, realizados en 1934 por el fotógrafo Horst P. Horst, se estructura el análisis de la famosa rivalidad entre

las dos mujeres. El argumento es completado con la demostración de la extravagancia de Schiaparelli, uno de los elementos que más la distingue de Chanel, lo que hemos argumentado a través de micro-historias de las aportaciones de Schiaparelli al mundo de la moda (el trampantojo y el uso de los colores blanco, negro, fucsia y azul).

El discurso sobre la relación entre la vida y la creatividad de Schiaparelli sigue y se integra con reflexiones estéticas sobre los objetos *kitsch* y el buen gusto, lo que nos lleva a hablar de los cambios estéticos de la sociedad industrial, así como de las ambientaciones surrealistas en los reportajes de moda.

A continuación, se desarrolla el tema que podríamos considerar como el núcleo de nuestro trabajo: la relación con el ambiente surrealista y la colaboración con Giacometti, Meret Oppenheim, Leonor Fini, Jean Cocteau y Salvador Dalí, algo que nos lleva a realizar una lectura iconográfica sobre algunos temas pertenecientes al imaginario surrealista y ampliamente usados por Schiaparelli: las manos, los teléfonos, las langostas y los maniqués. De ahí pasamos a comentar las grandes colecciones de Schiaparelli, reseñando algunas creaciones representativas de cada una de ellas. El discurso se centra en el segundo conflicto bélico y se intenta razonar sobre las consecuencias que éste conlleva en el mundo de la moda, y, en concreto, en la *Casa Schiaparelli*. El capítulo 3 se cierra hablando de los últimos años de la *Maison* y de la actualidad, es decir de la reapertura de la mano del empresario Diego Della Valle.

Más adelante, el capítulo 4, *El legado y las aportaciones de Elsa Schiaparelli*, presenta, en veinticinco ítems, una síntesis de las influencias que la diseñadora italiana ejerció y sigue ejerciendo sobre los modistos y las modistas actuales. Se aportan imágenes y datos cronológicos que permiten seguir el desarrollo, tanto de las creaciones como de la iconografía, lanzados por Elsa Schiaparelli hasta llegar a nuestros días y se habla del legado y las aportaciones a las generaciones de diseñadores de moda que se han sucedido a lo largo de las décadas siguientes al cierre de su *Maison*. Finalmente, el capítulo 5, *Muestrario de obras de Elsa Schiaparelli: la actitud surrealista*, recoge veinticinco creaciones que hablan de Schiaparelli como pionera y visionaria y, en un texto introductorio al muestrario, se explican los criterios en base a los que se ha hecho la selección. Para realizar los comentarios y en aras de mantener una estructura coherente entre ellos, se ha utilizado la siguiente guía de análisis de una prenda, ideada por la autora:

Guía de análisis de una prenda

Autor y colección:.....
Época:.....
Estilo:.....
Dónde se encuentra:.....
Tipología:.....
Función y destinatario:.....
Descripción de la prenda:.....
Tejidos y materiales:.....
Gamas cromáticas:.....
Estudio de prendas interiores, lencería y posibles estructuras:.....
Accesorios, complementos:.....
Cuidado y belleza:
Valoración estética:.....

Se trata de una guía que, partiendo de la contextualización de una prenda, pasa a la descripción de la misma para terminar valorando sus aportaciones al mundo de la moda y del diseño en general. El apartado *Valoración estética* invita a la reflexión, relacionando entre sí diferentes creaciones, del mismo autor o de autores diferentes, para crear un diálogo entre las prendas. Dicha guía está pensada para fomentar el desarrollo narrativo del discurso y ayudar en el análisis, por esta razón fue usada por la autora como material didáctico durante sus años de docencia de Historia de la Moda para que los y las estudiantes tuvieran una herramienta fácil de manejar y lo más completa posible que les ayudase en sus estudios y les enseñase a analizar una prenda con coherencia narrativa.

1.6. Agradecimientos

Desde aquí deseo agradecer la ayuda de todas aquellas personas que me han animado a seguir con este trabajo. Quiero dar las gracias a mi directora, Natalia Tielve, con la cual he podido contar en todo momento y cuya disponibilidad y apoyo constante han sido fundamentales. Gracias a ella este trabajo ha visto la luz ya que me ha animado a seguir a pesar de las dificultades. A Julia Barroso que, además de ser una de las primeras personas que creyeron en mi cuando llegué a España, me enseñó la importancia de terminar aquello se empieza. Al profesor Claudio Zambianchi, de la *Università La Sapienza di Roma*, al cual debo mucho, y que me transmitió los valores de la honestidad y seriedad en la investigación. A Juan y Carmen Carrio de *ESNE Asturias* que me dieron la posibilidad, hace ya mucho tiempo, de ser profesora de Historia de la Moda durante diez años, lo que constituyó para mí una experiencia fundamental. Gracias también a los profesores y profesoras de la *Escuela de Arte de Oviedo* y sobre todo a los miembros del *Departamento de Historia e Historia del Arte* con los que he compartido mis inquietudes sobre este trabajo. Mi agradecimiento va también al fotógrafo Pedro Velasco por la reproducción digital de las obras de la colección de la autora. Quiero agradecer también a mis compañeras de la *Dante Alighieri de Oviedo*, Carmen y Melissa, por haberme ayudado mucho en este año cargado de trabajo. Un agradecimiento lleno de afecto va para todos mis estudiantes, fuente inagotable de energía, quienes me motivan a diario y de los que aprendo continuamente, en definitiva, gracias a los que soy mejor persona.

Agradezco a los grupos *AUDEM* (Asociación Universitaria de Estudios de las Mujeres) y *Escritoras y Escrituras* de la Universidad de Sevilla, a la *S.E.I.* (Sociedad Española de Italianistas) de la Universidad de Salamanca, a las redacciones de las revistas *Liño* de la Universidad de Oviedo y de la brasileña *Agulha – Revista de cultura*, así como a la *Factoria Cultural de Avilés*, a la *Università di Sassari* y a los docentes Francesca Alfano Miglietti (FAM) y Alessandro Turci de la *Accademia di Belle Arti di Brera*, por haberme dado la oportunidad de dar a conocer los avances de esta investigación.

Por supuesto, un agradecimiento enorme va a todas aquellas personas que trabajan en las bibliotecas y archivos que he consultado, y sobre todo a las del *Archivo del Museo de Artes Decorativas de París* y de la *Fundación Gala-Dalí* de Figueras, doy las gracias infinitas por haberme facilitado la investigación en todo momento y por haber sido siempre muy atentas y disponibles. A mi amiga Arancha García por haber puesto su experiencia y toda su paciencia a mi disposición y por haberme dado unos consejos que

ya son parte de mi persona. Quiero agradecer también a mi amiga y gráfica Marta Assolari por haber accedido a maquetar, con su buen hacer, este trabajo, y, por supuesto, quiero dar las gracias a la Universidad de Oviedo y a todos los profesores y profesoras que me han dado clase en el Programa de Doctorado por haber compartido sus conocimientos. Un agradecimiento especial va a la condesa Karin Sassoli de' Bianchi de' Medici por haberme concedido una entrevista y haber compartido conmigo sus informaciones, así como su pasión por Elsa Schiaparelli.

Inoltre, voglio ringraziare la mia famiglia poiché tutti loro mi hanno sempre incoraggiato a portare avanti i miei studi e sono sicura che, altrimenti, non avrei portato a termine questa tesi. Un ringraziamento speciale va a mio marito Antonio, a cui ho tolto davvero molto tempo della nostra vita familiare e che è stato fondamentale in tutto il processo per l'aiuto morale e la pazienza dimostrati. Ringrazio enormemente mamma, papà e Nicoletta perché so che credete e avete sempre creduto in me; senza la vostra fiducia e il vostro amore questo lavoro semplicemente non esistirebbe come anche tante altre cose belle della mia vita. Ai miei cari nonni: ricordo il rumore della macchina da cucire di nonna Amina al cui suono mi addormentavo da piccola a Nettuno e non dimentico mai la stima, la fiducia e l'amore del mio caro nonno Goliardo. Grazie anche a zie, cugine, nipoti, amiche e amici (tanto italiani quanto spagnoli), tutti importantissimi nella mia vita, e al professor Peppe Motta per aver saputo stimolare la mia passione per l'arte. Grazie a tutti per aver capito che per me era importante portare avanti questo studio e per avermi appoggiato, seppure alcuni di voi nella distanza, sacrificando quei momenti che, altrimenti, avrei dedicato senz'altro a voi. Grazie anche al dolce Cuco, sempre seduto vicino a me nei momenti di studio, e grazie a coloro che non ci sono più, ma che mi accompagnano nella vita, oggi come ieri, e i cui consigli sono quella guida e quel talismano che porto sempre con me e fanno parte di tutto quello che sono oggi.

A tutti voi dedico questo lavoro e l'entusiasmo che ho messo in esso.

2

ARTE Y MODA



2.1. A propósito del *estatus* del diseño de moda y retos futuros

A lo largo de la historia, la moda ha sido considerada, durante demasiado tiempo, algo asociado a la frivolidad y al bienestar de las clases elevadas, lo que parecía restarle cierto compromiso social, de hecho, su vinculación a los aspectos económicos, influyó negativamente en su estatus al considerarse un lujo destinado a muy pocos. Sin embargo, tampoco cuando ésta se hizo popular y empezó a interesar a las esferas más bajas de la población, en el siglo XIX, resultó de gran interés (exceptuando el caso de los primeros y escasos historiadores de moda) ya que se consideraba algo popular y secundario, culturalmente hablando. Así que fue adquiriendo, poco a poco, su estatus gracias más bien a que se la relacionara con el mundo del diseño y la antropología. Cabe mencionar que los trajes antiguos gozasen posiblemente de otro prestigio sobre todo por el hecho de estar presentes en muchos cuadros de artistas de gran prestigio, lo que, sin duda, ayudó a situar a la Historia de la Moda en su justo contexto. Además, como prueba de la complejidad y riqueza del tema, no hay que olvidar que el estudio de la moda no puede ir desligado de otras cuestiones de notable interés que trataremos en el presente apartado, aunque cada una de ellas merece un análisis independiente y profundo, que tienen que ver con el contexto, la historiografía, la musealización, la ecología, la sociología etc.

La Historia de la Moda es una disciplina bastante reciente, sobre todo si se la define como tal, lo que conlleva una visión amplia que engloba varios aspectos. Dicha disciplina, de hecho, nació más bien como una Historia del Traje, ya que se centraba exclusivamente en las prendas sin ahondar en otros aspectos de carácter social o cultural. La Historia del Traje se suele hacer remontar a mediados del siglo XIX, aunque ciertos aspectos se puedan encontrar también relatados por historiadores, sobre todo en lo que al atuendo de personajes históricos se refiere. La Historia del Traje, entendida como el estudio del desarrollo de la vestimenta a lo largo de la humanidad, se remonta al alemán Max von Boehn, un escritor del siglo XIX que escribió su obra más conocida *La moda: Historia del traje en Europa desde los orígenes del cristianismo hasta nuestros días* (publicada en España por Ediciones Salvat en 1928), una enciclopedia dividida en ocho tomos. A él le siguió el francés Albert Charles Auguste Racinet (1825-1893), quien, además, ilustró sus libros con litografías en color de vestimenta, y cuyas obras resultan aún hoy en día de gran utilidad. Su libro principal fue *La vestimenta histórica*, editada por la popular imprenta Firmin-Didot de París en 1886. Además, en esta época proliferan revistas de moda, sobre todo en Francia y Gran Bretaña, como *Godey's Lady's Book* (1830-1878) o *La mode*

illustrée (1860-1937), de las que eran editoras dos mujeres. En ellas varios ilustradores (también la ilustración de moda vive en esta centuria una época dorada) representaban a elegantes damas en contextos refinados, unas ilustraciones de gran belleza que levantan pasiones, todavía hoy en día, entre los coleccionistas. También se publicaban artículos sobre temas de interés para la sociedad o se daban informaciones prácticas sobre la gestión familiar (ya que se trataba de publicaciones dirigidas esencialmente a un público femenino).

Una reflexión fundamental, hecha con inteligencia y en clave de humor, es la que encontramos en el brillante texto de Balzac, *Tratado de la vida elegante* (1830), en el que relata las costumbres sociales de las varias tipologías de hombres de su época, lo que incluye al dandy, figura incipiente en aquellos años, así como algunas descripciones sobre hábitos relacionados con la moda (además de imaginar un ficticio encuentro con el famoso dandy inglés, el *Bello Brummel*). Sin ser un texto con carácter historiográfico, sin embargo, sí que en él se encuentran elementos clave para comprender el sentir y la estética de la época.

Una correcta perspectiva histórica tiene que valorar ya no solo la evolución de las formas y los volúmenes de las prendas a lo largo de la historia, sino también la forma de confeccionar las mismas, los materiales (telas y demás) y técnicas utilizadas (lo que hay que relacionar, inevitablemente, con los avances tecnológicos de las distintas épocas y sociedades). Hay que estudiar los accesorios y complementos, así como las joyas y las diferentes tendencias que se aprecian en las diferentes culturas. Y, sobre todo, es fundamental relacionar todo esto con su propio entorno ambiental y contexto histórico; de hecho, los estudios de moda tienen que insertarse dentro del marco de aquella psicología que defiende el enfoque histórico-cultural, inaugurado por Lev Vygotsky (1896-1934), para poder ofrecer un espectro amplio y completo que informe realmente sobre la transcendencia de la moda en la sociedad. En efecto, según la teoría sociocultural de Vygotsky, el contexto social es fundamental para marcar el aprendizaje, y por ende las conductas, de un individuo, así que también las manifestaciones de la creatividad dependen de unos condicionantes determinados por el ambiente en el cual se desarrolla un individuo. La moda es sin duda una consecuencia del entorno social, político y cultural, así que es importante comprender las dinámicas que se van desarrollando en una determinada época histórica y como éstas se van entrecruzando. Como fruto de un contexto determinado, el Diseño de Moda es una disciplina compleja que se ve influenciada, muchas veces de manera inconsciente, por el entorno; es por esta razón que la Historia de la Moda tiene que

enfocarse desde la multidisciplinariedad para lograr comprender los entresijos que hay detrás, aunque queden aparentemente ocultos. Por esta razón, hay que relacionarla también con el contexto artístico, lo que incluye las artes plásticas, y no hay que olvidar disciplinas como la fotografía, la ilustración, la gráfica publicitaria, el diseño de producto o, incluso la arquitectura ya que, muchas veces, los volúmenes coinciden en los tiempos. Estudiar la hemeroteca, por supuesto, resulta indispensable para poder acceder a las revistas de moda de una época y poder comparar las creaciones de los varios diseñadores entre sí, sin contar el enorme interés social que llegan a tener, con una correcta perspectiva histórica y de género, cierto anuncios publicitarios y eslóganes que aparecen en las revistas antiguas. Hacer un reconocimiento de los principales personajes históricos y del variado mundo de la cultura, con sus extravagancias y estilos, es otro aspecto importante a tener en cuenta ya que pudieron llegar a crear tendencias, lo que nos lleva a estudiar las influencias que ejercen ciertos *leaders* (lo que hoy en día llamaríamos *influencers*) en la sociedad y en el mercado, pudiéndose llegar incluso a plantear investigaciones transversales de carácter psicológico y del área de las Ciencias sociales. La sociedad se mueve, con todas sus complejas facetas, es un prisma variopinto, oscuro a momentos, en el que la moda ha de entenderse como un reflejo más. Asimismo, hay que subrayar el hecho de que el propio producto final es el resultado de un proceso que tiene en cuenta varios aspectos que van desde la investigación histórica, hasta los planteamientos teóricos y enfoques técnicos, pasando por la elección de los materiales, para luego plasmarse en imágenes gracias al dibujo de figurines, y finalmente en prendas gracias a un complejo proceso que parte del patronaje para llegar a la costura, el bordado, el encaje etc. Todo eso siempre sin olvidar el elemento creativo y espontáneo, teniendo en cuenta la originalidad individual, el espíritu de superación, el afán investigador (búsqueda de nuevas técnicas y materiales, así como de volúmenes y formas... etc.).

El primer renombrado historiador de la moda que fue pionero a la hora de entender la moda como el fruto de elementos diferentes y convergentes, fue James Laver (1899-1975), autor de *A Concise History of Costume* (1968), en el que hace también un estudio sociológico y psicológico, es decir de las condiciones que están detrás de ciertas elecciones. Laver, por lo tanto, fue uno de los primeros en entender esta disciplina en el sentido más amplio y moderno del término procediendo a relacionarla con varios aspectos de la sociedad, así que no sería descabellado definirlo como el primer en hacer estudios de Historia de la Moda, en el sentido más estricto o, cuando menos, actual del término. Dentro de este enfoque moderno y actual, cabe mencionar a los más recientes

historiadores como François Boucher, François Baudot, Valerie Steele, Enrica Morini o Giorgio Marangoni que aportaron la especialización del tema fragmentando y analizando con detalles y relaciones interesantes aquellas épocas históricas en las que cada uno se fue especializando.

Por otra parte, no hay que olvidar el papel fundamental desempeñado por los museos que, en líneas generales, ofrecen siempre una aproximación didáctica a la Historia y al Patrimonio¹⁰. Así que hay que indicar como un hito importante la entrada de las prendas en los museos porque el hecho de que la moda fuese entrando paulatinamente en estos espacios significó no sólo la garantía de adecuados sistemas de conservación, sino también que se le fue reconociendo su valor en cuanto patrimonio inalienable, que contribuye a forjar la identidad de un lugar y de una determinada época. Mirando la cronología de cómo y cuándo ha ido entrando la moda en los museos, se pueden entender bien las fases de este reconocimiento oficial siendo uno de los primeros cauces la antropología. De hecho, muchos museos fueron incorporando trajes tradicionales, indumentaria eclesiástica, así como complementos de vario tipo para completar su discurso etnográfico, normalmente de carácter local, ya desde principios del siglo XX.

Un tema a parte son las exposiciones organizadas por museos de arte (no de Historia de la Moda) como aquella que, en 1944, el MOMA de Nueva York organizó, de la mano del arquitecto Bernard Rudofsky, y que se convirtió en la primera exposición de moda del MOMA: *Are clothes modern?* En ella planteó como enfoques principales el cambio de volúmenes en los cuerpos (tema muy acorde, por cierto, a la formación como arquitecto del comisario de la exposición) y la relación entre las personas y sus vestimentas, así como los volúmenes y las siluetas y los cambios que éstas experimentan estando sujetas a las modas, con todos los matices psicológicos y sociales que eso conlleva. Rudofsky, además, relacionó la moda con el mundo del diseño de producto en general, un tema que ya despertaba el interés del museo.

En 2001 el *Museo Guggenheim de Bilbao* dedicó una exposición a Giorgio Armani y otros museos de todo el mundo, en los últimos años, han hecho lo mismo y no han parado de presentar al público muestras sobre moda. A continuación, procedemos a citar algunas de las numerosas exposiciones que se celebraron sobre diseñadores de moda sólo en 2011¹¹: Coco Chanel en la *Bienal de Shanghái*, Alexander McQueen en el *Museo*

¹⁰ CALAF MASACHS, Roser, “Aprender en museos y espacios de patrimonio”, en *Patrimonio Cultural de España*, Madrid, 2011.

¹¹ DE LA TORRIENTE, Eugenia, *La moda se atrinchera en los museos*, *El País*, Madrid, 2 de septiembre, 2011

Metropolitan de Nueva York; Madame Grès en el Musée de la Mode et du costume Palais Galliera de París; Christian Dior en el Museo Pushkin de Moscú; Hussein Chalayan en el Louvre de París; François Pinault expone su colección de trajes en el Palazzo Grassi de Venecia; el 5 de octubre de 2011 la Fundación MAPFRE traerá a Madrid parte de la exposición sobre Yves Saint Laurent que se ha celebrado este año en el Petit Palais de París, y un largo etcétera. Y, por supuesto, al año siguiente, en 2012, no se puede olvidar Schiaparelli and Prada: impossible conversations en el Museo Metropolitan de Nueva York. Sin contar que el magnate de la moda, Bernard Arnault, creador de la multinacional de lujo LVMH, en 2006 encargó a Frank Gehry la construcción en París de la sede de la Fundación Louis Vuitton.

Al contemplar un traje detrás de la vitrina de un museo, es inevitable pensar a la persona que lo compró y lo llevó, a los aspectos de su vida social y personal, a la idea de belleza y elegancia de la época, a los eventos mundanos de los cuales unos pocos podían disfrutar, así como a las restricciones que acuciaban a la mayoría de la población. Es por esto que los museos que albergan colecciones de este tipo, suelen contextualizar las piezas, insertándola en un discurso histórico y sociológico amplio que va más allá de la indumentaria en sí. La conservación en museos de las prendas es sin duda el camino a seguir, tanto en lo que concierne la salvaguarda de la indumentaria tradicional o de aquella histórica, como en lo que a los actuales diseñadores y a sus propuestas se refiere. Dejar entrar cada vez con más frecuencia la moda en los museos constituye una forma de asimilar el mundo de la moda al del arte y la tendencia actual es claramente ésta, como demuestran las numerosas exposiciones que se están celebrando en los últimos años sobre diseñadores de moda, así como la creación de museos dedicados a este tema, entre los cuales cabe destacar el de Balenciaga de Guetaria (2011). Al respecto, Pablo Jiménez Burillo, director del Instituto de Cultura de la Fundación MAPFRE, declaró: «La moda acerca el arte a lo cotidiano: lo que predicaban las vanguardias. Mientras tanto, el arte contemporáneo está cada vez más ensimismado. Llevar la estética a la vida corriente. ¿Cómo no nos va a gustar eso?»¹².

Centrándonos ahora en el aspecto psicológico de la moda, es interesante observar cómo ésta contribuye a forjar la identidad de un individuo (como pasa, por ejemplo, en el mundo del cine, donde los personajes se suelen caracterizar por un estilo propio o un tipo de indumentaria que en ocasiones incluso se ha convertido en algo icónico).

¹² DE LA TORRIENTE, Eugenia, *La moda se atrinchera en los museos*, op.cit.

Asimismo, podemos observar como la indumentaria nos marca ciertos comportamientos en nuestro día a día (no solemos tener la misma actitud si estamos vestidos con ropa de calle que si llevamos un traje o un vestido de ceremonia), y al revés: la identidad de un individuo suele quedar reflejada en su manera de vestir, de hecho la identidad de género, tanto femenino como masculino, se ha ido construyendo también gracias a la moda¹³. En el presente estudio nos centraremos sobre todo en la moda femenina y en la construcción de la nueva identidad de la mujer moderna, sin embargo, resulta interesante el estudio de Carlos Javier Castro Brunetto sobre las identidades masculinas, ya que representa un importante complemento a nuestro discurso. En su ensayo, el historiador explica la moda como «un factor de reconocimiento social que constantemente se renueva en función de factores externos»¹⁴ y para su discurso se apoya en el análisis de ocho obras de arte de las que hace una lectura desde la formación de la identidad masculina haciendo hincapié en el aspecto de la indumentaria como vehículo de comunicación ya que cada retratado elige la ropa con la que quiere ser inmortalizado y, por ende, la imagen que quiere dar de sí mismo. Es el caso del autorretrato de 1902 del joven pintor Gustavo Bacarisas que se representa como un joven optimista vestido de manera discreta, al fin de reflejar su integridad moral¹⁵.

En la sociedad actual, de todas formas, hay que tener en cuenta que hay otros factores que se han ido sumando a los tradicionales y que entran en juego a la hora de hablar de la identidad de género e, incluso, podríamos decir que han vuelto de nuevo a “mezclarse las cartas”, ya que se han roto aquellos clichés que se daban por descontados hasta hace poco. Las cuestiones de género, relacionadas con el *gender*, la memoria, la metamorfosis que experimenta el cuerpo humano, han entrado de lleno ya no sólo en la sociedad, sino también en el Arte en todas sus vertientes, incluido el Diseño de Moda, renovando esta disciplina y otorgándole un carácter actual, haciendo que pueda aportar algo importante a la sociedad, más allá de modas y tendencias, planteando reflexiones sobre la nueva sexualidad y esa relación con el cuerpo que es, ahora más que nunca, un tema abierto y personalísimo. El arte, y la moda como tal, puede llegar a convertirse, por lo tanto, también en un elemento útil para la sociedad, algo que nos lleva a reflexionar, como bien indica Santiago Martínez, sobre el papel curativo y catártico del arte, que, al compartir

¹³ CASTRO BRUNETTO, Carlos Javier, “Identidades masculinas y moda en la pintura española del siglo XIX”, en *De arte. Revista de Historia del Arte*, Universidad de La Laguna, 2018.

¹⁴ *Ibidem*, p. 150.

¹⁵ *Ibidem*, p. 161.

experiencias y reflexiones, al desvelar lo escondido, pone en evidencia hechos que, sólo tras ser conocidos, pasan a ser asimilados por la sociedad que entonces se muestra dispuesta a asumir y, a continuación, encauzar, a través de conductas apropiadas, ciertas problemáticas sociales. Santiago Martínez trata este tema en dos exposiciones de las que es comisario: *La fortaleza del arte* en La Caridad (Asturias) y *Fortalezas* en Santander¹⁶ y nos enseña cómo ciertas experiencias personales traumáticas pueden, a veces y cómplice el arte, ser el germen de una renovación personal.

El canon de belleza, que la Historia del Arte nos enseña que ha cambiado a lo largo de toda la Historia de la Humanidad, es otro tema transversal interesante y, sin duda, relacionado, con el Diseño y la Historia de la Moda. Las propias modelos que se han elegido a lo largo de las décadas para presentar una colección, han cambiado fisionomía; de hecho es sabido que la elección adecuada de las modelos es un tema imprescindible para un diseñador ya que esto va a condicionar su mensaje, el tipo de cliente y, por supuesto la imagen que quiere dar en su colección¹⁷.

El Diseño de Moda se mueve analizando los arquetipos, es decir la base cultural que la humanidad tiene en común, para dirigirse hacia los estereotipos, la creación y realización de piezas que, nacidas en un contexto concreto, se pueden acabar convirtiendo en algo universal y eterno. Finalmente, el paso final es el prototipo, la idea de crear algo nuevo, un salto en el futuro que se basa en la previsión de nuevas exigencias o en la rápida detección de cambios de sensibilidades y, por ende, de necesidades. De ahí la importancia de estudiar la historia de cada prenda para situarla en su justo contexto y poder analizar cómo el paso del tiempo ha influido en ella para proponer posibles re-interpretaciones, cambios de uso, algo a lo que, en definitiva, nos tiene muy acostumbrados, por ejemplo, la Historia de la Arquitectura. Es así como se van cambiando la sociedad y los propios arquetipos que muchas veces caen bajo el peso de la historia.

Probablemente, los movimientos *Arts and Craft* primero y posteriormente el Art Nouveau y el Art Decó fueron aquellos que mejor supieron entender el camino que al mundo del diseño le deparaba la sociedad contemporánea. Empezaron a interpretar el

¹⁶ MARTÍNEZ, Santiago, catálogos de las exposiciones *La fortaleza del arte* y *Fortalezas*, celebradas respectivamente en la Sala de exposiciones *As Quintas* de La Caridad en noviembre-diciembre de 2021 y en el Centro Cultural *Los Arenales* de Santander en marzo de 2022. Sobre estas exposiciones, S. Martínez ha publicado también dos artículos en la revista cultural online *La escena*, Asturias, 6 de diciembre, 2021 y 10 de marzo, 2022 en los que trata el tema de la creación artística como elemento catártico enfocado a cuestiones de género.

¹⁷ En este sentido es interesante mencionar como, a lo largo de las décadas, ha ido cambiando el canon de belleza femenino, tema que trataremos más adelante en el presente estudio.

concepto de *arte total*, que caracteriza el sentimiento artístico de la época, incluyendo entre sus filas pintores, arquitectos, diseñadores de tejidos y de objetos¹⁸. La influencia, por ejemplo, del Art Nouveau y el Art Decó en el mundo de la moda fue indudable y grandes modistos como Paul Poiret (1879-1944) fueron intérpretes de este nuevo sentir, de esta renovada sensibilidad artística¹⁹. En 1849 el compositor alemán Richard Wagner publicó el libro *La obra de arte del futuro*, en el cual introducía un concepto estético destinado a ser fundamental para comprender el arte contemporáneo: el *Gesamtkunstwerk*, es decir la *obra de arte total*²⁰. En este ensayo, el autor defiende la necesidad de volver a un arte unitario que involucre, en una única expresión creativa, la música, la poesía y las artes visuales²¹. En su argumentación, se remite a la tragedia griega como original *arte total*; con el fin de la tragedia griega las diferentes artes se separaron e individualizaron tomando caminos, a veces muy diferentes, como en el caso de la música y las artes plásticas. Este escrito tuvo gran influencia en el filósofo Nietzsche que, en 1872, publicó *El nacimiento de la tragedia* en el cual razona sobre los orígenes y la decadencia del género por excelencia del teatro griego²². Según el filósofo, la tragedia griega, como expresión de la realidad, representa el encuentro y el conflicto entre dos elementos, lo apolíneo y lo dionisiaco. A la dimensión de lo apolíneo corresponde el equilibrio y la medida, lo que ejemplifica, por ejemplo, en la escultura griega y la aplicación del canon. Por otra parte, a lo dionisiaco pertenece lo desenfrenado e instintivo. La constante alternancia de lo racional con lo irracional está presente en la existencia humana y el arte se encarga de reproducir este eterno conflicto. La tragedia griega interpreta perfectamente esta lucha y la plasma en sus obras; de este modo, quienes asisten a la representación de una tragedia griega perciben que tanto la alegría como el dolor son necesarios porque presentes en la vida. Sin embargo, con el fin de la tragedia, y el predominio de lo apolíneo, consecuencia directa de la tendencia del hombre a ocultar los aspectos más dolorosos de la existencia, se elimina el elemento dionisiaco, desapareciendo el aspecto catártico del arte. Influenciado por el concepto estético de Wagner, Nietzsche aboga por la necesidad de volver a plantear, como en la Antigua Grecia, un *arte total* que sea producto creativo

¹⁸ VINCA, MASINI, Lara, *Art nouveau*, Giunti Editore, Firenze, 1978.

¹⁹ CERRILLO RUBIO, Lourdes, *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*. Ediciones Siruela, Madrid, 2010.

²⁰ WAGNER, Richard, *La obra de arte del futuro*, Ed. Universidad de Valencia, Valencia, 2000.

²¹ CERRILLO RUBIO, Lourdes, *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*, op.cit.

²² NIETZSCHE, Friedrich, *La nascita della tragedia*, Edizioni Adelphi, Milano, 1977.

y al mismo tiempo representación de la vida en todos sus aspectos²³. En ésto, Nietzsche se remite a Schopenhauer²⁴, que también había marcado la obra de Wagner, para renegar de la esencia doble del hombre y auspiciar una visión unitaria y conjunta del ser humano, que ha de ser valorado justamente por esta dicotomía que lo caracteriza, por la lucha entre lo apolíneo y lo dionisiaco. El individuo se vuelve el eje de la creación, lo que lleva a relativizar el punto de vista y renegar de verdades absolutas, a alejarse de la realidad objetiva y explorar el terreno de lo subjetivo²⁵.

Este debate sobre la *obra de arte total* y el principio de individualismo y libertad sienta las bases de la estética contemporánea, y va a constituir el núcleo de las reflexiones sobre el arte que, a partir del siglo XX, cambiarán el rumbo de las artes visuales dando lugar al nacimiento de la abstracción y de todas las vanguardias artísticas. A principios del siglo XX la idea de *arte* se vuelve, en efecto, más amplia²⁶ y el objeto artístico pasa de estar vinculado a los tradicionales soportes para valerse de la fotografía, del texto, del vídeo, de la música, de los tejidos, del teatro etc. y, como no podía ser de otro modo, la vida misma entrará en el arte cuando, a principios de los sesenta se advertirá la necesidad de desvelar la mentira intrínseca del arte²⁷.

Los códigos que se habían utilizado hasta el siglo han cambiado y se han desmontando poco a poco a favor de la libre elección del individuo. En este proceso de autoafirmación del arte, la mirada crítica es el eje alrededor del cual giran las teorías sobre la creación. A partir de las vanguardias, es el artista que elige sus propios códigos²⁸. El lenguaje utilizado ya no es universal, sino se vuelve ininteligible, o cuando menos introspectivo, y la fuerza del individuo y del yo freudiano plasma la creación artística; la mirada es ahora puramente individual, lo que esconde la conciencia de que el individuo es en realidad el único valor universal²⁹. El principio de representación e imitación de la naturaleza, que limitaba de alguna forma la libre expresión del yo, es rechazado por las vanguardias que pasan a concebir el arte de forma *abierto*³⁰ así como su lenguaje. Liberarse de los soportes tradicionales constituye, así, otro paso indispensable para desarraigar el arte de

²³ FISCHER-DIESKAU, Dietrich, *Wagner y Nietzsche*, Altalena Ediciones, Madrid, 1982.

²⁴ SCHOPENHAUER, Arthur, *El mundo como voluntad y representación*, Ed. Trotta, Madrid, 2009.

²⁵ CERRILLO RUBIO, Lourdes, *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*, op.cit.

²⁶ TIELVE GARCÍA, Natalia, "Desarticulación, fragmentación, espectacularidad. Una aproximación a los retos del arte actual", en *Boletín de Arte* número 23, Universidad de Málaga, 2002.

²⁷ DORFLES, Gillo, *Ultime tendenze nell'arte d'oggi*, Edizioni Feltrinelli, Milano, 2001.

²⁸ MARTÍN, Jaime Luis, *Migraciones pictóricas*, Ediciones TREA, Gijón, 2010.

²⁹ DE MICHELI, Mario, *Le avanguardie artistiche del Novecento*, Ed. Feltrinelli, Milano, 1995.

³⁰ ECO, Umberto, *Obra abierta*, Ediciones Planeta-De Agostini, Barcelona, 1992.

conceptos impuestos y predeterminados. En este contexto de análisis y autodeterminación del arte, las vanguardias, cada una con su lenguaje y su personal enfoque, aportan sus contribuciones a este debate generando un entramado plural e interdisciplinario que constituye un revulsivo para el siglo XX³¹.

Es con este espíritu experimental, animado por la investigación, que asistimos a como un elevado número de artistas se plantea combinar entre sí pintura, escultura, fotografía, poesía, música etc. A partir de este momento los artistas empiezan a integrar nuevos soportes a sus obras de arte; la fotografía, el cine, el video y cualquier otro medio de comunicación, comienzan a ser protagonistas de sus propias obras y los artistas no paran de investigar y de buscar nuevos caminos y desarrollos para la creatividad³². Consecuencias de estos tiempos de experimentación, por ejemplo, son las colaboraciones de Picasso o De Chirico con el mundo del teatro, del futurista Luigi Russolo con la música o de su compañero Marinetti con la poesía y la *performance*, de Fernand Léger con el vídeo, de Meret Oppenheim o Giacometti con el Diseño de Producto, y, por supuesto de Elsa Schiaparelli con las artes plásticas. A la hora de hablar de las indumentarias creadas por los artistas de las vanguardias, de todas formas, hay que marcar una línea clara para diferenciar el Diseño de Moda, entendido como aquella disciplina que se basa en crear ropa y complementos originales en el marco de una data época o tendencia, del Diseño de Vestuario Escénico, con sus figurines para obras de teatro o ballet. Esta distinción es de obligada aclaración para nuestro estudio ya que, tanto a la hora de hablar de los referentes como de tratar temas transversales, nos centraremos esencialmente en la esfera del Diseño de Moda. Aun así, algunas citas al Diseño de Vestuario Escénico para el variado mundo del teatro son de obligado análisis al fin de contextualizar un determinado periodo histórico-artístico. De hecho, por ejemplo, en los años veinte, el teatro y el ballet constituyeron un fértil terreno de investigación creativa de carácter multidisciplinario, además de una importante fuente de inspiración para otros sectores que, allí donde se estime oportuno, se tratará al fin de presentar un estudio el más exhaustivo posible que tenga en cuenta, si bien de manera marginal, también de aquellos trajes innovadores pensados para el mundo del espectáculo.

Como todas las disciplinas, también el sector de la moda se enfrenta ahora a importantes retos futuros que conviene recordar para no perder la perspectiva actual desde la que

³¹ DE MICHELI, Mario, *Le avanguardie artistiche del Novecento*, op.cit.

³² POLI, Francesco, cuidado por, *Arte contemporanea. Le ricerche internazionali dalla fine degli anni '50 a oggi*. Edizioni Electa, Milano, 2003.

nos movemos. El uso de materiales experimentales en el campo de la moda (y no sólo) es un tema de acuciante actualidad ya que conlleva una reflexión, seria y necesaria, sobre la sostenibilidad de la moda³³. En el periodo en el que vivió Elsa Schiaparelli era normal que no se discriminase entre materiales que fueran sostenibles de aquellos que no lo eran, porque el concepto de sostenibilidad y todo lo relacionado con la defensa del medio ambiente, son cuestiones relativamente recientes (aproximadamente desde los años 60 empezaron los primeros movimientos ecologistas en defensa de la naturaleza y de los animales en peligro de extinción). Hoy en día, sin embargo, la búsqueda de nuevos materiales sigue siendo muy importante y algo extremadamente valorado, pero por otros motivos, acordes a la época en la que vivimos. Los valores de la sociedad van cambiando y con ellos se re-interpretan las exigencias, decíamos, así que, mientras que en una sociedad post-industrial las necesidades estaban vinculadas al aprovechamiento de los nuevos materiales porque existía una confianza plena, fruto también de la imperante filosofía Positivista, en lo moderno y lo tecnológico, en la actualidad, sin embargo, estos preceptos necesitan cuando menos de una revisión profunda. Lo que interesa hoy en día, en lo que a la búsqueda de nuevos materiales se refiere, es a que estos sean sostenibles y nos permitan dejar de contaminar, de hecho, son las buenas prácticas vinculadas al medio ambiente las que hay que introducir ya que el sector de la moda es altamente contaminante, sobre todo en la fase de producción industrial. Remendar o re-aprovechar las prendas o partes de ellas en vez de tirarlas o intercambiar la ropa que no nos vale con personas de nuestro entorno son prácticas sin duda más sostenibles de aquellas consumistas que nuestra sociedad ha ido adoptando, así que habría que fomentar el hecho de volver a implantarlas. Hay que apostar por un cambio que nos lleve hacia la llamada *biocouture* que está en oposición clara con el modelo del *fast fashion* de los años 90 y de las grandes superficies que, para vender prendas a bajo coste, necesitan de mano de obra barata (con todo lo que conlleva con respecto a los derechos de estos trabajadores y trabajadoras) y tejidos económicos (la mayoría de los que son altamente contaminantes). De hecho, según la ONU³⁴, la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo tanto por los sistemas de fabricación (por ejemplo, por el uso de grandes cantidades de agua o de agentes químicos), como por el consumo disparado de prendas en el llamado “primer mundo”, lo que imposibilita la rápida eliminación de los residuos. Un caso sangrante del impacto ambiental que el *fast fashion* está generando es, a modo de ejemplo, el desierto

³³ OPAZO, Laura, *Armario sostenible*, Editorial Zenith, Colección Zenith Green, Madrid, 2020.

³⁴ Información extraída directamente de la página web de Naciones Unidas: un.org/es

de Atacama en Chile, que se ha convertido en un vertedero de ropa usada o no vendida. Se calcula que las dunas han quedado sepultadas bajo treinta y nueve mil toneladas de prendas desechas en Occidente, según un reportaje realizado por *France Press*, que se ha dado a conocer en toda Europa. El futuro serán sin duda los tejidos sostenibles que ya empiezan a fabricarse y están certificados por etiquetas que garantizan el proceso natural de fabricación y la respetuosidad de éste con el medio ambiente.

El problema medioambiental está apareado con el de la explotación laboral, tanto de mano de obra adulta como infantil, algo que es tan intolerable como frecuente, sobre todo en Extremo Oriente y América latina. Los abusos en este sentido van desde las condiciones insalubres en las que muchos trabajadores se ven obligados a trabajar, pasando por salarios muy bajos hasta llegar a la falta de transparencia más absoluta en las relaciones laborales, sólo para citar algunas de las principales lacras. Hay cada vez más asociaciones y ONG que luchan por los derechos de los empleados de la industria textil, pero las protestas tardan en dar resultados satisfactorios y visibles. Un caso aparte es representado por la explotación laboral infantil, algo tristemente mucho más difundido de lo que uno pueda imaginar. Según UNICEF³⁵, son ciento sesenta millones las niñas y niños en una edad comprendida entre cinco y diecisiete años que está trabajando actualmente en el mundo y un alto porcentaje está realizando tareas de vario tipo en el sector textil. Un trabajo, desde luego, que no se puede considerar tal y que se asemeja más bien a la esclavitud ya que les arrebatara unos derechos básicos como a la infancia y a la escolarización. Sin contar, además, el empeoramiento de las condiciones físicas que estos pequeños tienen que vivir a causa de su dura cotidianidad. Es por esta razón y para contrarrestar este fenómeno que nació en 2017 en Nueva Zelanda la etiqueta *Child labor free*, apoyada por UNICEF.

Por otra parte, otro tema interesante y necesario a tratar a la hora de hablar del sector de la moda, está relacionado con el canon de belleza femenina. Éste ha sido y sigue siendo asociado demasiadas veces a la silueta del cuerpo de una mujer; un concepto que se viene revisando y que ha estado sometido a modas pasajeras o a cuestiones de tipo erótico y que, sin embargo, ha condicionado y condiciona demasiado, sobre todo a los más vulnerables, es decir a los jóvenes que tratan de emular ciertos modelos no sin caer en problemas de enorme gravedad. Un ejemplo del cambio del canon lo encontramos en la tendencia de las décadas de los sesenta y setenta de preferir mujeres muy delgadas, algo que, en los años cincuenta, por ejemplo, no estaba mínimamente contemplado (como demuestra el hecho

³⁵ Información extraída directamente de la página web: unicef.es

de que a la actriz Audrey Hepburn se la considerase demasiado delgada, algo que a ella misma la acomplejaba bastante, según relatan sus biógrafos). Así que es en las décadas de los sesenta y setenta cuando se populariza la silueta extremadamente delgada como demuestra el éxito de modelos como Twiggy o Kate Moss. Sin embargo, en los años ochenta se empieza paulatinamente a volver a las formas amplias e incluso, en campañas más recientes, de los años noventa, se denuncia la extrema delgadez de ciertos modelos en las pasarelas (memorable fue, en este sentido, fue la dura publicidad de 2007 de Oliviero Toscani). Desde 2016 en algunos países se prohíbe desfilarse sin un peso saludable, aunque queda mucho camino por recorrer para poder hablar de una relación correcta entre salud y moda. Finalmente, hay que hablar del uso comercial, que el mundo de la publicidad, por definición relacionado con conceptos de marketing, demasiadas veces no tan éticos como cabría esperar, hace del cuerpo femenino y la moda entendida como cómplice (a menudo involuntario) de esta cosificación. Muy clarificador en este sentido es el ensayo de Natalia Tielve, *El falso espejo de la mujer*³⁶, en el que aborda este tema desde una perspectiva de género y se analiza cómo estas imágenes ideales y manipuladas contribuyan a crear estereotipos de género muy dañinos para el individuo y la sociedad en general. La moda masculina no está exenta de este discurso sobre el canon de belleza, de hecho muchas de las problemáticas (sociales y psicológicas) de las que hemos hablado con respecto a las mujeres son perfectamente válidas para los hombres quienes se enfrentan continuamente a estereotipos de género (lo que incluye la idea de bella relacionada con la de masculinidad) muy duros a caer y absolutamente persistentes sobretodo en contextos provinciales y en ciertos ámbitos sociales.

El Diseño de Moda actual, por lo tanto, aprovechando la gran visibilidad que hoy en día le proporcionan redes sociales, alfombras rojas etc. no puede prescindir de todas estas consideraciones y tiene que reflejar las transformaciones y necesidades sociales para ponerse al día y tratar de influir positivamente en su entorno, definiendo el marco adecuado en el que moverse, ya que el poder mediático que posee es enorme e indiscutible.

³⁶ TIELVE GARCÍA, Natalia, “El falso espejo de la mujer”, en *Boletín de arte* de la Universidad de Oviedo, número 20, Oviedo, 1999.

2.2. La artísticidad de la moda. Indumentaria femenina en Europa (1890-1960)

La artísticidad de la moda se entiende por sí sola si se mira con perspectiva histórica al desarrollo que ésa ha tenido en una realidad a nosotros cercana como es la europea; y los nombres que han contribuido a crear el mito del diseño de prendas y complementos son icónicos y representativos de un momento. En relación con la época de influencia y actividad de Schiaparelli, podemos centrarnos en un arco de tiempo que va desde 1890 hasta 1960. Setenta años de gran interés que nos permiten discurrir por los diseñadores anteriores a Schiaparelli, que ejercieron una notable influencia en ella, como Mariano Fortuny o Paul Poiret, pasando por sus contemporáneos, como Chanel o Dior, hasta llegar a la primera década sin su presencia y seguir la estela que la italiana deja detrás de sí. Los cambios tan radicales que se dan en el periodo de tiempo indicado, década tras década, son el fruto de una sociedad post-industrial, así como de los acontecimientos bélicos que se suceden en tan poco tiempo. Esta rápida sucesión de eventos se plasma en los flujos y vaivenes de la moda y resulta sorprendente ver hasta qué punto, si se mira la moda de la *Belle Époque* y se la compara con aquella de los años 60 de la *swinging London*, nos encontramos delante de dos escenarios radicalmente diferentes que reflejan los cambios sociales (la idea de mujer, así como de juventud y libertad) de una manera muy explícita.

La carrera profesional de Schiaparelli va exactamente desde 1927 hasta 1954 (por lo menos en lo que a la confección de prendas se refiere), así que hemos de considerarla una de los artífices de estos cambios sociales y estéticos, porque ella contribuye a definir conceptos que justo en aquel momento se estaban forjando, como la necesidad de reivindicación de los derechos de la mujer. De hecho, ella misma, empresaria y mujer divorciada, encarna esta lucha e impulsa la modernización de la sociedad. Así que el camino que sigue la moda en estos años es también un camino hacia la libertad, la posibilidad de elección, todo ello marcado por la resiliencia y las ganas de superación que se van heredando de generación en generación. Un camino, sin duda, no falto de errores y contradicciones, claro está, que resulta, sin embargo, interesante y rico de diálogos y mezclas transversales entre diferentes disciplinas artísticas, afines e independientes.

A principios de 1900, en aquella franja de tiempo denominada *Belle Époque* que abarca (en líneas generales, ya que hay diferencias según el país objeto de estudio) desde finales de XIX hasta 1914, asistimos a dos grandes estilos. Desde 1890 hasta 1908, la indumentaria femenina sigue aquella que se suele definir como la línea “S” (pechos desplazados hacia adelante, cintura estrecha y caderas voluminosas) que refleja la idea de una mujer fuerte y

determinada, cuyos bustos prominentes tienden a transmitir esa idea de autoridad³⁷. Desde 1909 hasta 1914 la silueta del cuerpo de las mujeres cambia notablemente, se suaviza y el aire orientalizante hace que suba la cintura. Lo más reseñable es sobre todo que ahora es liberada del corsé, lo que se puede leer también como una metáfora de aquella libertad que la mujer occidental está poco a poco conquistando en su lucha incansable. Son años cargados de optimismo, reivindicaciones y esperanza, aquellos de la *Belle Époque*, a lo que sólo pone fin el estallido de la Primera Guerra Mundial. La indumentaria de aquellos años la tenemos fijadas en nuestra retina ya que fue magistralmente plasmada por artistas como Giovanni Boldini, cuyos retratos son quizás lo más representativo de la *Belle Époque*, James Whistler, John Sargent, Sorolla o Zuloaga, aquellos “retratistas mundanos” que supieron aportar frescura, espontaneidad y elegancia al retrato³⁸.

El primer modisto de la historia es por unanimidad considerado el inglés Charles Frederick Worth (1825-1895), diseñador activo en París entre 1858, año en que abre su *Maison*, y 1895. Es el primero que se atribuye el rol de diseñador con toda la importancia mediática y social que eso conlleva, de hecho, es quien, por primera vez, firma sus creaciones como si de auténticas obras de arte se tratara. Vestidos suyos son expuestos en la Exposición de Londres de 1851 así como en la de París de 1855 y su estilo es absolutamente coherente con la época romántica en la que desarrolla su trabajo: vestidos de fiesta de gran lujo, sostenidos por rígidas estructuras (miriñaque o polisón), de mangas anchas en los hombros y estrechas en los brazos (tipo pernil), confeccionados en seda, muselina o satén en suaves tonos pastel. Era el estilo de las llamadas *Chicas Gibson*³⁹ que deben su nombre al ilustrador Charles Dana Gibson quien dibujó mujeres de pelo recogido encima de la cabeza y silueta esbelta. Otro modisto de renombre de estos momentos es el francés Jacques Doucet (1853-1929) quien, a pesar de ser considerado como el heredero ideológico de Worth, prefería, contrariamente a éste, el uso de tejido ligeros y vaporosos llenos de adornos, lo que entroncaba con el gusto de la época que celebraba la elegancia y el lujo y amaba participar de la vida mundana. A Doucet, además, se le recuerda por haber sido un gran coleccionista de obras de arte, de hecho, entre las obras que compró destacan algunas de Braque, Picasso (*Las señoritas de Avignon* fue adquirida por él al artista malagueño), el Aduanero Rousseau, Brancusi y muchos

³⁷ LAVER, James, *Breve historia del traje y la moda*, Ediciones Cátedra, Madrid, 1988.

³⁸ Catálogo de la exposición *Boldini y la pintura española a finales del siglo XIX: El espíritu de una época*, Fundación MAPFRE, del 19 de septiembre de 2019 al 12 de enero de 2020, Madrid, 2019.

³⁹ VV.AA., *Moda – Historia y estilo*, DK, Londres, 2012.

otros. El siglo XX se estrena, así, con vestidos sinuosos cuya silueta tiene reminiscencias románticas, eso sí, pero reinterpretadas y endulzadas de aquellos extremos volúmenes del estilo victoriano⁴⁰. Corsé muy ceñido, pechos prominentes, cintura de avispa, caderas marcadas hacia atrás, faldas entalladas en la cintura y abiertas, en forma de campana, a la altura de los pies, éstos eran los imprescindibles de principios del siglo XX y los vemos desfilar por los parques urbanos, escaparates de la sociedad burguesa que exhibe sus trajes de paseo. Con respecto a los tejidos se utilizan aquellos lujosos: chiffon, seda, terciopelo para el invierno y asistimos a un predominio de los encajes que van a decorar mangas de volantes, cuellos y faldas. En esta época, el pelo se lleva recogido encima de la cabeza y es muy frecuente el uso de sombreros con lazos o plumas que van a equilibrar la silueta equiparando el volumen de la parte superior con la inferior del cuerpo. Detrás de esta estética está el vivo deseo de la burguesía de reivindicar sus privilegios y así enseñarse como élite⁴¹, ya que se propone como la viva imagen de la modernidad, de la sociedad contemporánea, protagonista de cambios en el tejido empresarial y social (como la paulatina incorporación de la mujer al mundo del trabajo profesional). Son también los años del movimiento sufragista, protagonizado por mujeres fuertes y determinadas que empiezan a hacer oír su voz de manera pública.

Los bustos constreñidos por claustrofóbicos corsés, que caracterizan esta primera fase de la estética *Belle Époque*, sin embargo, tienen los días contados ya que diseñadores como Jeanne Paquin (1869-1936), Mariano Fortuny (1871-1949) o Paul Poiret (1879-1944) serán los artífices del cambio de silueta al que se asiste en estos momentos. Paquin es la primera gran diseñadora de la Historia de la Moda y sabe hacerse intérprete de los tiempos en los que vive ya que diseña vestidos de talle alto sin corsé. Además, se le reconoce el mérito de haber sido el primer diseñador en incorporar el espectáculo a la hora de presentar sus colecciones. Es en 1909 cuando se asiste a la auténtica revolución en lo que al cambio de silueta se refiere: la eliminación de toda estructura que enclaustre el cuerpo, y ese vuelco viene de la mano del francés Paul Poiret, «decidido enemigo de toda clase de corsés»⁴². Dicho cambio de rumbo es en realidad anunciado un año antes, cuando el propio Poiret publica lo que se revelaría como una genial intuición: *Les robes de Paul Poiret racontées par Paul Iribe*, un álbum de diez imágenes en color

⁴⁰ MORALES, María Luz, *La moda. El traje y las costumbres en la primera mitad del siglo XX*, Salvat, Barcelona, 1947.

⁴¹ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2008.

⁴² *Ibidem*.

realizadas por el ilustrador Paul Iribe (1883-1935) en las que se presentan, por primera vez, los innovadores diseños de Poiret. Se trata de unos vestidos inspirados en el corte de Estilo Imperio de la época neoclásica, en lo que a la ligereza de los volúmenes se refiere, y a los Ballets Rusos, en el aspecto creativo y original de los tejidos. Es en 1909 cuando el francés presenta sus creaciones al público entre las que destacan los pantalones bombachos de inspiración oriental. Poiret es, en este sentido, claro exponente de su época ya que en el siglo XX las artes miraban a otras culturas con intenciones sinceras, buscando ciertos orígenes estructurales, recorriendo a lo más ancestral, imitando la fuerza y frescura creativa de carácter tribal u oriental, aunque, bajo la mirada actual, ciertamente no se puede olvidar la naturaleza colonial de este fenómeno.

Las relaciones entre el ballet ruso, que llega a Europa de la mano del productor y director artístico Serguei Diaghilev, y el mundo tanto de las artes plásticas, como del Diseño de Moda van más allá de sus vínculos más evidentes, hasta llegar a influir en algunos artistas o de las grandes casas de alta costura de la época⁴³. En concreto, la influencia en la moda es un tema interesante ya que es en estos momentos cuando se introduce el elemento exótico en el Diseño de Moda, no sólo en lo que a líneas y volúmenes se refiere, sino también en los materiales y tejidos empleados. Un curioso ejemplo de esta influencia es la aparición en las revistas de moda de la época del velillo para la cara llamado *Harem* (1914)⁴⁴. Se trataba de un velo que, atado al sombrero como ya venía siendo habitual, en vez de cubrir los ojos, tapaba sólo nariz y boca, al más puro estilo árabe, haciendo un guiño a los velos de Oriente Medio. La propia Schiaparelli diseñará en 1934 un complemento parecido y, en líneas generales, hará varios guiños al mundo oriental (como en el caso del turbante o del sari hindú); podemos afirmar incluso que este orientalismo entra en la moda occidental para quedarse, ya que hasta hoy en día son frecuentes las citas que algunos diseñadores hacen al mundo oriental, en el sentido cada vez más amplio y experimental del término. «En Europa ya desde mucho tiempo el Oriente había entusiasmado a estudiosos y artistas, sin, a pesar de esto, penetrar de manera notable en la vida cotidiana y en las costumbres [...] Es con los Ballets Rusos, cuando ya serpenteaba un gusto orientalizante, que explotó la moda y la tendencia. En concreto el gran escenógrafo y diseñador de vestuario Léon Bakst dictó con su estilo

⁴³ CERRILLO RUBIO, Lourdes, *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*, op.cit.

⁴⁴ MORALES, María Luz, *La moda. El traje y las costumbres en la primera mitad del siglo XX*, op.cit.

inconfundible⁴⁵, las reglas de una nueva visión de la indumentaria, de los complementos, del amueblamiento»⁴⁶. Sorprendieron a Europa occidental, los Ballets Rusos, con su exotismo y éste fue a impregnar ya no sólo el diseño de prendas, sino también de joyas, de complementos (los perfumes se enriquecieron de notas orientales), de objetos de decoración (destacando por encima de todos, las estatuillas criselefantinas de Chiparus) o de la ilustración (es el caso del gran maestro Erté). A raíz del gran éxito que tuvo el ballet *Cleopatra* de Djagilev (2 de junio de 1909) con vestuario de Bakst, asistimos a un cambio en la silueta de las mujeres y en el uso de los colores en la moda.

La labor de mecenazgo que la producción de los Ballets Rusos realizaba concedió a muchos creadores una infinita libertad de expresión y les permitió experimentar con el mundo del teatro y con lo que éste conllevaba: indumentaria y puesta en escena, música y danza. De hecho, artistas como Max Ernst, De Chirico, Miró, Massón, Picasso, Henry Matisse, Sonia Delaunay o Georges Braque colaboraron con Diaghilev, tanto en el diseño de decorados como de vestuario. En el caso de la indumentaria, podemos apreciar como la absoluta libertad que el ballet conlleva, permite a los artistas diseñar sin tabúes unas prendas originales, de corte novedoso y tejidos de llamativos estampados que, inevitablemente, van a definir el sentir y el gusto de la época hacia la extravagancia y la audacia. La colaboración entre los artistas surrealistas y los Ballets Rusos generó un debate interno al grupo sobre la moralidad artística de las colaboraciones comerciales de este tipo. Breton fue quien, primero entre todos, criticó esta actitud, acusando duramente a los artistas que vendían sus creaciones, de tener fines económicos que desvirtuaban los planteamientos nobles e desinteresados del arte y, en su caso, del Surrealismo, cuyos principios estéticos y morales exhortaban a la independencia por encima de todo y a la libertad de la creación que se desvinculaba de cualquier atadura comercial⁴⁷.

Volviendo a Paul Poiret, es entonces en 1910, cuando se encamina definitivamente hacia un claro exotismo la moda de la época⁴⁸, hecho de influencias tanto de Oriente Medio como Japón (quimonos) y China (sedas y estampados orientales). Este año el

⁴⁵ La influencia de Bakst ha llegado hasta la actualidad, como demuestra el hecho de que la película *Pinnocchio* (2019) del director italiano Matteo Garrone presenta un vestuario que hace un guiño expreso a los Ballets Rusos, además de recordar la Comedia del Arte. Autor del vestuario de esta película es el diseñador Massimo Cantini Parrini que cuida las prendas en todos sus detalles.

⁴⁶ MESSINA, Roberto, “Il fecondo “orientalismo” dei Balletti Russi di Djagilev”, en *Actas del congreso Un impero verso Oriente*, Università degli Studi di Napoli *L'Orientale*, 12-13 de diciembre, Nápoles, 2013.

⁴⁷ VV. AA, *Cosas del Surrealismo. Surrealismo y diseño*, catálogo de la exposición celebrada en el *Museo Guggenheim de Bilbao* del 29 de febrero al 7 de septiembre de 2008, Ediciones del *Museo Guggenheim de Bilbao*, Bilbao 2008.

⁴⁸ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2008.

artista ruso Leon Bakst realiza para Diaghilev el vestuario del ballet *Sheherezade* que lanza la ropa ancha y holgada. Esta estética se materializa en la utilización de prendas de formas novedosas para el mundo occidental de la época: pantalones bombachos, anchas túnicas y capas, llamativos turbantes, en ocasiones rematados por amplias plumas, refinados pañuelos de seda y presencia de adornos con flecos y terciopelos⁴⁹. Es entonces desde 1909 cuando la línea del cuerpo femenino abandona radicalmente la silueta en “S” para ir conformándose, poco a poco, la llamada línea “barril”, de hombros estrechos y caídos, cintura holgada y falda estrecha en los tobillos, que se impondrá durante la guerra. Con respecto a los tejidos utilizados por Poiret, suelen ser telas lujosas, pieles de todo tipo y plumas que podía combinar tanto para crear vestidos excéntricos como para diseñar otros de corte más sencillo. El diseñador fue pionero también en lanzar su propio perfume; se trata de *Rosine* (1911), una fragancia de tonos especiados (que sigue la tendencia orientalista de Poiret) y que se ha convertido en todo un hito dentro de la Historia del Perfume por el hecho de ser el primero comercializado por una casa de moda, lo que a partir de este momento harán muchos diseñadores, entre los que destacan Chanel (con su famoso *Número 5*, de 1921) y Schiaparelli (con su amplia línea de perfumes, de los que hay que recordar *Shocking*, de 1937).

Poiret introduce así un estilo sofisticado en la moda como en el caso de los llamados “vestidos de lámpara” que se levantaban en la parte delantera gracias a un alambre, dejando ver la túnica inferior o los pantalones bombachos, como en el caso de la famosa marquesa italiana Luisa Casati quien, en una foto de la época, luce un vestido de Poiret de estas características. El modisto francés servirá de inspiración, entre otros, a Schiaparelli quien, de hecho, hará del modisto francés su principal referente, por otra parte, Coco Chanel (1883-1971) se opondrá radicalmente al preciosismo de los trajes de Poiret y encabezará una tendencia opuesta, dirigida hacia la simplificación y depuración de las formas, lo que la caracterizará durante toda su trayectoria y será la seña de identidad de su marca⁵⁰. Es a partir de este momento cuando se van definiendo dos estilos diferentes en el mundo de la moda. La tendencia más atrevida encabezada por Elsa Schiaparelli y que tiene sus representantes actuales en Jean Paul Gaultier, John Galliano, Dolce&Gabbana o Moschino solo para citar a algunos, y, por otra parte, la tendencia más depurada y

⁴⁹ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, Ediciones Skira, Milano, 2006.

⁵⁰ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, Rizzoli Edition, New York, 1986.

minimalista, encabezada por Coco Chanel y que tiene unos fieles seguidores en Karl Lagerfeld, Giorgio Armani (1934) o el cántabro Angel Schlesser, entre otros⁵¹.

Otro hito dentro de la Historia de la Moda es el vestido *Delphos* del español Mariano Fortuny y Madrazo (1838-1874), diseñador y artista polifacético, hijo del pintor Mariano Fortuny y Marsal. Confeccionado en seda plisada, se trata de una túnica femenina inspirada en el *Auriga de Delphos* (obra griega de 476 a.C. aproximadamente). Mariano Fortuny patenta el *Delphos* el 10 de junio de 1909 y con él su tejido plisado y arrugado. «Una exposición celebrada en 2016 en el *Museo Fortuny* de Venecia daba a conocer por primera vez públicamente que la creadora del famoso *plisséé onduléé* fue en realidad su compañera y colaboradora Henriette Nigrin, tercamente relegada por la historiografía al papel de modelo y musa»⁵². Esta creación contribuye notablemente a redefinir la silueta del cuerpo femenino que se muestra tal y como es, sin necesitar de las modificaciones forzosas del corsé. «Desde la bailarina Isadora Duncan a la mecenas y coleccionista Peggy Guggenheim, la actriz Julie Christie, la pintora y escritora Gloria Vanderbilt, la compositora Alma Mahler o la brillante y combativa intelectual Susan Sontag, que fue fotografiada por su pareja Annie Leibovitz con este modelo como mortaja, el vestido *Delphos* ha formado parte del ropero de las más diversas mujeres»⁵³. El *Delphos* fue el primer vestido en entrar en la colección del MOMA de Nueva York siendo adquirido por el Museo en el 1983. Fortuny fue un diseñador importante para Schiaparelli, quien utilizará mucho el *crepón de rayón arrugado*, una versión “actualizada” del *plisséé onduléé*.

Los años dorados de la *Belle Époque* terminan drásticamente en 1914 con el estallido de la Primera Guerra Mundial, lo que lleva consigo una simplificación de todo lo que concierne la moda, tanto por razones económicas como morales. Las telas escaseaban, así como los talleres de costura, cuyas trabajadoras habían sido reclutadas para trabajar de obreras en la industria pesada; los ánimos, por otra parte, estaban bajo mínimo así que la gente tenía pocas ganas de frivolidades. Sin embargo, la industria de la moda no se para del todo, así que podemos individualizar ciertos rasgos identificativos de los años del primer conflicto mundial. En lo que a la indumentaria femenina se refiere, se eliminan aquellos elementos sobrantes e innecesarios como colas, volantes, chorreras, frunces y adornos. Los eventos mundanos, obviamente, escasean, así que el momento no requiere complejidad en la indumentaria: las faldas se acortan un poco y suben, por primera vez,

⁵¹ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

⁵² SESÉ, Teresa, *El gran secreto de Fortuny y la túnica Delphos*, *La vanguardia Cultura*, Barcelona, 2019.

⁵³ *Ibidem*.

por encima de los tobillos; los colores se oscurecen (por razones de escasa higiene y por la necesidad de llevar el luto). Se impone el llamado traje-camisa, un vestido sencillo al estilo camisón, atado en la cintura, del que hay que destacar la enorme practicad y versatilidad (permitía estar arreglada con poco esfuerzo y a la vez tener una indumentaria cómoda para el trabajo ya que uno de los cambios sociales más importantes que trajo consigo la Gran Guerra es la incorporación masiva de las mujeres al mundo del trabajo ya que los hombres estaban en el frente y a ellas les correspondía arreglárselas para todo)⁵⁴. Esta nueva línea perdurará hasta la primera mitad de los años 20 y es denominada por James Laver la *línea barril* por la forma de aquellos vestidos de hombros caídos que no marcan la cintura y cuya falda cae recta hasta los tobillos.

La finalización de la guerra significa, entonces, la vuelta a un entusiasmo social y un optimismo que bien le ha valido a la década de 1920 la definición de *Locos años veinte* que, además, ven como las sensuales líneas onduladas del Modernismo ceden el paso a la geometría del Art Decó. Es en esta década cuando Schiaparelli inicia su andadura en el mundo de la moda (1927), como veremos. El diseño de prendas vuelve con fuerza y se impone, a partir de 1925, el llamado *Estilo garçonne* cuya prenda identificativa es sin duda la falda corta, hasta las rodillas, una auténtica revolución que sacude la sociedad de aquel entonces, en muchos aspectos. Protagonistas de este cambio importante son sobre todo las mujeres más jóvenes, quienes, fortalecidas por el renovado papel social conquistado durante la guerra, defienden su lugar y lo hacen también a base de desparpajo y alegría. Las chicas de la primera postguerra, las *flappers*, llevan la falda por las rodillas y no marcan la cintura, su pelo es corto y les encantan los adornos como flecos, perlas y pieles; lucen bonitos tocados de pluma y gorros acampanados llamados *cloche*, usan zapatos de tacón, fuman cigarrillos y bailan el charlestón. Ahora el ideal de mujer responde a la estética andrógina y varonil (de ahí la denominación “moda *garçonne*”) ya que las curvas se ocultan por completo⁵⁵ lo que responde a la idea de autodeterminación de la mujer que empieza a asumir aquellos roles que antes eran exclusivamente masculinos.

Jeanne Lanvin (1867-1946) es una de las diseñadoras más importantes de esta época; aunque rehúya de elementos vistosos, su preciosismo es proverbial a la hora de elegir pasamanerías y bordados y sus diseños eran muy elegantes a pesar de su sencillez. Sus creaciones no seguían necesariamente las tendencias de la época ya que ella proponía faldas bastante largas y con vuelo, aun así, era muy querida por sus clientas y su éxito fue

⁵⁴ MORALES, María Luz, *La moda. El traje y las costumbres en la primera mitad del siglo XX*, op.cit.

⁵⁵ LAVER, James, *Breve historia del traje y la moda*, Ediciones Cátedra, op.cit.

indiscutible, hasta el punto que la *Maison Lanvin* sigue abierta aún hoy en día, siendo la casa de costura más antigua de Francia. Otro diseñador reseñable de los años veinte es sin duda Jean Patou (1880-1936) quien fue otro importante referente para Elsa Schiaparelli. Su estilo se caracterizaba por motivos geométricos y por la difusión del concepto de *sportwear*, entendido como ropa cómoda y funcional de uso diario, un lema que retomará la modista italiana nada más empezar su trayectoria creativa⁵⁶. Gabrielle Chanel (1883-1971) había empezado en 1909 a trabajar en el sector de la moda como fabricante de sombreros, sin embargo, es en los años veinte cuando consolida su estilo y su nombre. Su estilo es definido *chic pobre* ya que se caracteriza por el uso de materiales tradicionales, como el tejido de punto, así como de colores básicos (negro y beige, sobre todo), sin perder de vista la elegancia. Un espíritu sin duda antitético al de Schiaparelli, lo que está a la base de su famosa rivalidad de la que hablaremos con detenimiento. Los vestidos de Chanel siempre tienen presente la comodidad lo que otorgaba a sus prendas una cierta masculinidad. Aunque a lo largo de sus muchos años de actividad, su estilo iba cambiando en función de los tiempos, la idea de la diseñadora permaneció inalterada y es también en esta extraordinaria coherencia que reside uno de los secretos de la *Maison*, activa aún hoy en día. Enrica Morini ha comparado la revolución realizada por Chanel en el mundo de la Moda a aquella de Adolf Loos o Gropius en Arquitectura ya que encarna así a la mujer moderna. Chanel elimina todo lo superfluo, centrándose en lo necesario, entendido como aquello que determina la personalidad⁵⁷. La mujer de Chanel es sobria y destaca por determinación y carácter, sin duda la ironía no está contemplada, mientras sí lo está en la mayoría de las creaciones de Schiaparelli.

La caída de la bolsa de Nueva York de 1929 decretó el fin del sueño de *Los locos años veinte* y obligó a una toma de conciencia sobre la renovada situación, un cambio de actitud que se refleja en la indumentaria de la época. En los años 30 el estilo se vuelve más recatado que en la década anterior: las faldas se alargan de nuevo llegando ahora por debajo de la rodilla; las prendas dejan de ser holgadas y se vuelven entalladas, aunque dentro de una idea de silueta recta y proporcionada. Los sombreros adquieren gran protagonismo, quizás para salir de la monotonía del *cloche* y buscar resaltar la personalidad a través de este complemento⁵⁸. Por otra parte, en lo que a los vestidos de fiesta se refiere, está el glamuroso Hollywood, con su nostalgia romántica, que pone los dientes largos a muchas

⁵⁶ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, op.cit.

⁵⁷ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

⁵⁸ LAVER, James, *Breve historia del traje y la moda*, Ediciones Cátedra, op.cit.

mujeres que ven en lamé, lentejuelas y volantes el ideal de elegancia. Los diseñadores del vestuario de cine se convierten ellos mismos en estrellas, es el caso de Travis Banton o Vera West que con sus diseños contribuyen a marcar la tendencia de la época; la influencia de Hollywood en la moda es un hecho que se materializa en las muchas copias que se realizan de los vestidos llevados por las grandes estrellas. Es así como el traje de noche vuelve a ser largo, con vuelo y adornado e incluso vuelven a aparecer las colas que aportan suntuosidad a las prendas. A esta estética hollywoodiense se opone una vuelta al clasicismo, protagonizada por diseñadoras como Madeleine Vionnet (1876-1975) o *Madame Grès* (1903-1993) que optan por presentar vestidos inspirados en las estatuas antiguas: drapeados, fruncidos y rectos como los *quitones*⁵⁹ de la Grecia clásica son los vestidos diseñados por ellas⁶⁰. Los diseñadores más representativos de esta época, además de las ya mencionadas Vionnet y *Madame Grès*, son Lucien Lelong, Chanel, que sigue activa hasta los años 70, Balenciaga y Elsa Schiaparelli. Lucien Lelong, empresario polifacético que contribuye a la creación del *prêt-à-porter* gracias a una línea de vestidos que llama Lucien Lelong Édition y que eran prendas de tiradas limitadas que necesitaban solo de pequeños ajustes para ser llevados⁶¹. Su estilo se caracteriza por ser una síntesis de la tendencia glamurosa con aquella neoclásica ya que utiliza tejidos románticos y líneas sencillas. En 1937 Cristóbal Balenciaga (1895-1972) abre su *Maison* en París empezando así su andadura uno de los mayores genios del mundo de la moda. El diseñador español estuvo activo desde 1937 hasta su fallecimiento, lo que le permitió pasar por estilos diferentes adelantándose a la moda y, en ocasiones, siguiéndola con esmero y creatividad. De todas formas, será sobre todo en los años 50, después de abrir su *atelier* parisino, cuando cosechará sus mayores éxitos. Con respecto a Elsa Schiaparelli, su actividad va desde 1927 hasta 1954, siendo la década en la que obtiene más reconocimiento aquella de los 30. Veremos que se trata de una diseñadora *sui generis* que se caracteriza por un estilo propio basado en el atrevimiento y la ironía como elementos indispensables, ya no solo de la moda sino también de la vida en general, cosa que ella misma, mujer empresaria e independiente, aplicó a lo largo de toda su existencia. Además, su vinculación estrecha al movimiento Surrealista le abre el abanico de posibilidades expresivas, transformando muchas de sus creaciones en auténticas obras de valor artístico.

⁵⁹ COSGRAVE, Bronwyn, *Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2005.

⁶⁰ VVAA, *Moda – Historia y estilo*, DK, op.cit.

⁶¹ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, op.cit.

Una vez más un conflicto bélico vuelve a ensombrecer la vida de las personas y a obstaculizar el trabajo de las empresas del sector de la moda, así que, a partir del estallido de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), asistimos a un cambio radical de las costumbres y habrá que esperar a 1947 cuando un rayo de luz y esperanza llamado Dior volverá a iluminar la industria de la moda. Durante los años de la guerra se acentúa la silueta de los años 30, se van marcando cada vez más las hombreras y la cintura se hace cada vez más estrecha, lo que responde a un contexto militar y a una estética alejada de toda frivolidad. El traje de chaqueta es ahora el tipo de indumentaria más usado por las mujeres, y, por obvias razones, los trajes de noche son momentáneamente apartados. Este estilo, llamado posteriormente de *silueta de soldado de madera* es encumbrado por Elsa Schiaparelli a lo largo de los años 30, ya que ella cree fehacientemente que es muy favorecedor, y perdura a lo largo de los años 40, incluso durante la guerra, aunque en este periodo cambian las telas que se vuelven más toscas, fuertes y resistentes. La caída de París en manos alemanas de 1940, marcó el real hundimiento del espíritu de la gente y, por consiguiente de la moda⁶². El racionamiento de ropa y la escasez de telas hicieron el resto, así que había que hacer malabares entre la poca mano de obra y la falta de materiales. Una diseñadora que destaca en estos años es la estadounidense Claire McCardell (1905-1958) a quien le corresponde el haber popularizado las zapatillas “bailarina” para salir a la calle, en vez de los zapatos de tacón muy presentes en el atuendo femenino desde 1920. Según algunos historiadores, McCardell se adelanta al *New Look*⁶³, con sus vestidos de falda *evasée*, aunque éste es un tema de debate aún abierto hoy en día ya que lo mismo se podría decir de Schiaparelli y Balenciaga. Ciertamente ella dará un fuerte empujón al *prêt-à-porter* lanzando al mercado económicos vestidos de estilo casual para el día a día que se venderán muy bien, sobre todo en los Estados Unidos.

Terminado el conflicto bélico, Christian Dior (1905-1957) en 1947 revoluciona el mundo de la moda con su *Colección de la Victoria* en la que presenta su estilo renovador que llamará *New Look*. Se trata de una auténtica revolución que va a cambiar completamente el rumbo de la moda, modificando las tendencias a partir de 1947 y dejando viva su influencia a lo largo de toda la década de 1950. Dior, con su línea femenina y fresca, propone justo lo contrario de lo que, durante los años del conflicto bélico, las mujeres se habían visto obligadas a llevar: faldas cortas hasta las rodillas (consecuencia del racionamiento de telas) y hombros rectos, de marcadas hombreras que ahora recordaban

⁶² LAVER, James, *Breve historia del traje y la moda*, Ediciones Cátedra, op.cit.

⁶³ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, op.cit.

un corte militar poco apetecible tras la guerra. Dior opta, entonces, por retomar la estética que había empezado a verse en 1939, antes del estallido de la Segunda Guerra Mundial y que, a causa del inicio del conflicto bélico, se había tenido que dejar de lado. La idea recae, en efecto, sobre los vestidos de crinolina llevados por Vivien Leigh en *Lo que el viento se llevó* (1939). La inspiración de Dior para el *New Look*, de hecho, no es otra que la moda de la primera mitad del siglo XIX, hecha de miriñaque y corsé. Sin embargo, él consigue depurar esta estética, restándole ampulosidad y barroquismo, a favor de una mayor sencillez. Aunque haya que reconocer que el *New Look* era bastante más incómodo de llevar que las prendas anteriores, lo cierto es que esta incomodidad hizo de él el símbolo de la recuperada libertad y frivolidad⁶⁴. Dior en el *New Look* presenta esencialmente de dos líneas: la “H” y la “Y”, también llamada *corolle*, que podemos encontrar tanto en vestidos como en trajes. La primera se caracterizaba por tener los hombros y las caderas del mismo volumen, lo que se traducía en cortes ajustados, entallados y, en ocasiones, embellecidos por cinturones. Por otra parte, la línea “Y” (en realidad una “Y” invertida), preveía hombros caídos y faldas *evasées*, lo que finalmente se traducía en vestidos o conjuntos de faldas platos y cuerpos ajustados. La línea “H” tenía un toque más formal, muy adecuado, además, a la mujer de estos años que, en varias partes del mundo, estaba empezando a incorporarse al mundo del trabajo de oficina. Por otro lado, está la “Y”, caracterizada por un mayor toque de frivolidad, se adaptaba a todos los momentos del día, pudiéndose encontrar tanto en vestidos frescos de primavera, como en elegantes conjuntos de noche, como, por ejemplo, aquellos llevados por Grace Kelly en la película *La ventana indiscreta* de Alfred Hitchcock (cuyo vestuario fue diseñado por la renombrada y pluripremiada diseñadora de Hollywood, Edith Head). Posiblemente fue la línea “Y” aquella que más popularidad tuvo y que hizo que Dior cosechara los grandes éxitos que protagonizó en la década de los 50, encarnado una revolución en el campo de la moda cuya transcendencia ha llegado hasta nuestros días. También llamada línea *corolle* porque tomaba el nombre de la falda que se abría como la *corola* de una flor, se caracteriza por hombros pocos marcados, falda corta (por el poco presupuesto del cual se disponía en Francia) y *evasé*, zapatos de tacón, guantes y sombrero de ala ancha como complementos. Pensados para las mujeres de todas las edades, para las trabajadoras y las jovencitas, estas prendas tienen el mérito de haber democratizado el buen gusto y el estilo que, a partir de este momento

⁶⁴ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

pasará a ser algo al alcance de muchas personas y ya no sólo de una reducida élite que podía permitirse comprar Alta Costura.

La década de 1950 es, entonces, patrimonio exclusivo del *New Look*, en todas sus vertientes e interpretaciones y es etapa muy prolifera, en lo que al Diseño de Moda se refiere, también debido al hecho de que se va enriqueciendo de nuevos materiales y estampados variopintos que alegran la vista y son requeridos por las clientas. Es el caso del empresario Daniel Fuller, presidente de la *Fuller Fabrics*. Se trataba de una de las más grandes empresas textiles de los Estados Unidos, junto a aquella de otro estadounidense (Wesley Simpson) y la de los británicos Ascher⁶⁵. Todos ellos revolucionaron el mundo de los estampados textiles entre los años 40 y 50, lanzando colaboraciones interesantes con numerosos artistas plásticos de renombre y sentando las bases de la revolución textil de los años venideros. Estos empresarios proporcionaron tejidos a Dior o Schiaparelli contribuyendo a enriquecer sus creaciones. En 1956 esta empresa lanza la colección de tejidos llamada *Modern Masters Fuller Fabrics* cuyos estampados están diseñados, o se inspiran, en el arte de grandes maestros como Miró, Picasso, Dufy, Chagall y Léger, obteniendo un gran éxito de ventas⁶⁶. Elsa Schiaparelli utilizó en varias ocasiones tejidos de la *Fuller Fabrics* como cuando, en 1947, se sirvió, para un vestido, de un tejido con estampado de inspiración azteca diseñado por el londinense Jim Tillett, afincado en México en aquel momento, pionero en el diseño artístico de seda impresa⁶⁷.

Otros nombres importantes del mundo de la moda de los 50 son Balenciaga, Balmain y Givenchy (además de Chanel, que regresa a su actividad tras el cierre de la Segunda Guerra Mundial). Pierre Balmain (1914-1982) es el diseñador que más acepta los preceptos de Dior y sus prendas se identifican perfectamente con el *New Look* que es ampliado aún más, si cabe, en lo que a la silueta se refiere: cinturas muy estrechas y amplias faldas en forma de campana, trabajando sobre todo la línea “Y”. Los tejidos que usa suelen ser muy bordados y transmiten énfasis al andar. Balenciaga, al contrario que Balmain, crea su propia silueta, llamada “saco” o “globo” basada en volúmenes y ropa holgada a la altura de las caderas que anulan la cintura. Un artista de la moda, sin duda, que maneja los encajes, así como las telas más sutiles, los volúmenes como los colores, pero siempre con un extraordinario sentido del equilibrio (a nuestro entender es uno de

⁶⁵ Sobre este tema se ha celebrado del 12 de marzo al 19 de junio de 2022 en la *Fundación Barrié* de La Coruña la exposición *Textiles de artistas*, una colaboración entre la *Fundación Barrié* y el *Fashion and textile Museum* de Londres.

⁶⁶ VV.AA., “How fine art affects your life”, en *Cosmopolitan*, New York, 28 de febrero, 1959

⁶⁷ *American Fabrics*, New York, primavera de 1947.

los diseñadores más interesantes de la Historia de la Moda). Hubert de Givenchy (1927-2018), quien da sus primeros pasos en el mundo de la moda trabajando para grandes diseñadores como Lelong o Schiaparelli, abre su propia casa de moda en 1952 y a partir de este momento empieza a diseñar vestidos de Alta Costura, de *prêt-à-porter* e incluso para Hollywood (Audrey Hepburn fue su musa inspiradora). Su estilo destaca por una silueta fluida, libre de volúmenes innecesarios, así como de adornos barrocos que alejan del objetivo principal. Famoso sobre todo por sus voluptuosos trajes de noche ajustados a la silueta, representa una alternativa al New Look en la línea de Balenciaga al que admiraba de manera incondicional.

Los años 60 irrumpen con fuerza, energía y optimismo y, lo que es fundamental, una fe ciega en el futuro, imaginado de forma visionaria e idealizada. Es la llamada *space age*, expresión a veces sustituida por “futurista”⁶⁸, que identifica la moda de los años sesenta surgida en Inglaterra y Francia; un estilo de aire espacial, es decir con referencia al espacio y al universo que crea las prendas como si de indumentaria de astronauta se tratara. Pierre Cardin, André Courrège, Mary Quant, Paco Rabanne e Yves Saint Laurent son los principales diseñadores de este momento, quienes diseñan ropa *prêt-à-porter* y triunfan en todo el mundo. A Mary Quant (1934) le corresponde el mérito de haber inventado la minifalda, con todos los cambios a nivel social que eso conlleva. Pierre Cardin (1922-2020) y André Courrèges (1923-2016) representan el paradigma de la *space age* y lo hacen a través de creaciones como vestidos cortos y rectos, tipo pichi, colores vivos o, por el contrario, bicromía blanco/negro; como complementos usan pantallas de tocado y botines, por lo general de color blanco, que combinan incluso con faldas. El diseñador español Paco Rabanne (1934) también había quedado fascinado con la llegada del hombre a la luna, y comienza así a diseñar un vestuario de carácter espacial muy original, del cual hay que destacar los vestidos confeccionados en rhodoid⁶⁹ que consistían en juntar piezas de plástico (con acabado metálico) o de otros materiales, creando un efecto muy atractivo de cota de malla contemporánea (hay fotos de Audrey Hepburn bailando con

⁶⁸ En este contexto, la definición *futurista* no está, obviamente, relacionada con el movimiento italiano de los futuristas, sino con la tendencia, típica de los años sesenta, de mirar al futuro con un optimismo exacerbado. Significa “ropa del futuro” y, a nuestro entender, la utilización de este adjetivo no es apropiada, en efecto, preferiría definir la moda de los años sesenta como “espacial”. A veces, se puede encontrar también bajo la definición de “moda cósmica”, lo que tampoco consideramos apropiado por la excesiva generalización del término.

⁶⁹ Este material fue utilizado también por Elsa Schiaparelli quien, por ejemplo, lo empleó para su famoso collar transparente de insectos que presentó en su colección *Pagana* de 1938. El rhodoid es acetato de celulosa que, inventado en 1865, no fue comercializado hasta 1910 y se empleó para varios fines, incluidos aquellos relacionados con la industria aeronáutica.

uno de estos vestidos). Por otra parte, Yves Saint Laurent (1936-2008) realiza, en los 60, diseños de pura estética *space age* y a partir de los 70 logra crear un estilo propio. De él hay que destacar la adaptación del esmoquin para mujeres quienes, a partir de estos momentos, empezarán a utilizar el traje de chaqueta y pantalón, de corte evidentemente muy varonil, pero seductor al mismo tiempo. Este carácter sensual de la creación de Yves Saint Laurent fue muy bien transmitida por el fotógrafo Helmut Newton (1920-2004) quien hizo el famoso reportaje de 1975 en el que captó perfectamente el aspecto erótico de este conjunto⁷⁰.

La década de los 60 sella definitivamente la llegada al mundo de la moda del concepto de *listo para llevar*. El *prêt-à-porter*, es decir todo lo que concierne las prendas producidas en serie, se opone a la sastrería de alta moda que basa su calidad en todo lo contrario: manufactura artesanal y realización de prendas a medida del cliente. El *prêt-à-porter* se considera como un logro social, puesto que representa la democratización de la moda, un hito importante para la sociedad de la primera mitad del siglo XX que hace de la serialidad post-industrial un símbolo de modernidad y avance. El proceso que lleva al *prêt-à-porter*, tal y como lo entendemos hoy en día, es largo y complicado. Los orígenes del cambio que llegará hasta el *prêt-à-porter*, se remontan sin duda a finales del siglo XVIII en la revolución industrial. La introducción de la producción en serie y la energía de vapor, la utilización de maquinaria especializada (en 1846 Isaac Singer inventa la máquina de coser) y la creación de los patrones de tallas, permiten mejorar y acelerar la producción de las prendas de confección. De todas formas, habrá que esperar a principios del siglo XX y al nacimiento masivo de las primeras galerías comerciales para empezar a ver la comercialización de estos productos. Durante la primera mitad del siglo XX, se asiste a una progresiva difusión de indumentaria *prêt-à-porter*. Fundamental es el apoyo de grandes casas de la alta moda como Patou, Chanel y Schiaparelli, primero, y Dior e Yves Saint Laurent posteriormente que, además de su línea de alta moda, empezaron a diseñar también prendas *listas para llevar*. El ya citado Lucien Lelong, con su proyecto Lucien Lelong Edition, también aporta su contribución a este nuevo mundo de la ropa *lista para llevar*. De todas formas, se suele situar el nacimiento del *prêt-à-porter* en la década de los sesenta, ya que es sólo en este momento cuando asistimos a la incorporación a este mundo de las casas de moda que comienzan a dedicarse exclusivamente al *prêt-à-porter*: Pierre Cardin o André Courreges, mencionados con anterioridad, son dos claros ejemplos

⁷⁰ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, op.cit.

de este fenómeno. A partir de la década de los sesenta y durante los setenta, el mundo de la moda protagonizará un vuelco importante, puesto que la alta moda entrará, por primera vez, en crisis. Para volver a hablar de alta moda, en efecto, hay que esperar a los años ochenta; en esta época, de la mano de diseñadores italianos como Giorgio Armani o Gianni Versace, el glamur volverá a las pasarelas.

2.3. Diseño y vanguardias: la moda como manifestación de la creatividad

El Diseño, en todas sus vertientes, ha sido, desde los albores de la Historia, un complemento indispensable a las Bellas Artes. Ya desde el Antiguo Egipto, pasando por las civilizaciones de Oriente Medio, hasta llegar a Grecia y Roma, los detalles relacionados con indumentaria, joyas e incluso mobiliario, han estado presente en sus manifestaciones artísticas. El Diseño de Joyas, por ejemplo, que vemos reflejado en muchas pinturas (baste con pensar en los retratos de Fayum) alcanzó cotas altísimas en estas civilizaciones, como demuestra la actualidad de ciertas piezas antiguas que sólo nos hacen deducir que muchos diseñadores de hoy en día han debido pasar varias horas observando las maravillas antiguas conservadas en nuestros museos. Incluso los detalles relacionados con el cuidado y la belleza (peinados y maquillaje) han sido representados en las obras de arte que se han visto enriquecidas de detalles asombrosos y refinados. En la Edad Media también hay ejemplos elevadísimos como en el caso de los mosaicos de Justiniano y Teodora de San Vital de Rávena que nos enseñan las maravillosas telas bizantinas, así como su elevada orfebrería. El Renacimiento y el Barroco fueron probablemente las épocas en las que más patente quedó la relación entre la moda y el arte ya que los retratos que nos han legado los grandes artistas de estas épocas nos hablan de sus costumbres relacionadas con la indumentaria tanto exterior, como interior (lencería y camisones), sin contar las increíbles estructuras que estuvieron en boga durante varios siglos y que nos han regalado siluetas memorables como aquellas inconfundibles de las *Meninas* de Velázquez. Asimismo, la moda ha estado presente en el Neoclasicismo (las pinturas de Jacques-Louis David e Ingres son un ejemplo) así como en el siglo XIX como los Impresionistas demuestran. Con respecto a otros movimientos contemporáneos, así como a las Vanguardias históricas, encontramos la moda bien en forma de bordado, de diseño y estampados textiles, bien en el amplio sector del espectáculo (Diseño de Vestuario escénico⁷¹ tanto para obras teatrales

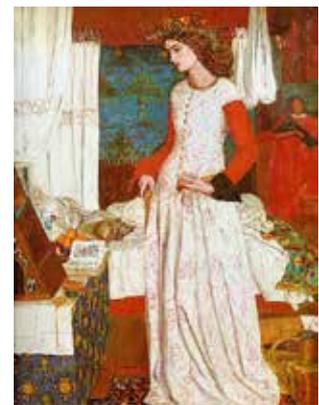
⁷¹ En este sector destacó la ovetense Pepa Ojanguren (1951-2020) quien colaboró activamente con Tino Casal y Emilio Sagi.

como para ballet), lo que indica que la moda está presente muchas veces y de manera inapelable. Además, no hay que olvidar que también en el arte contemporáneo, a pesar del alejamiento de la imagen realista, muchos artistas siguen incluyendo en sus pinturas y esculturas detalles relacionados con el mundo de la moda, cuidando prendas, joyas y otros detalles como telas para cortinas, manteles o colchas (como en el caso de Matisse, por ejemplo).

Así que, al fin de contextualizar la labor de Elsa Schiaparelli, entender su relación con el Surrealismo y realizar un correcto enfoque histórico y artístico, se han seleccionado los siguientes movimientos contemporáneos para un análisis de su relación con el sector de la moda⁷²: Arts and Crafts, Escuela de Glasgow, Talleres vieneses, Fauvismo, Cubismo, Futurismo, Dadaísmo, Vanguardias rusas, Bauhaus, Metafísica y Surrealismo (en este apartado se ha prestado especial atención a los trabajos realizados por Salvador Dalí y vinculados a la moda en el sentido más amplio del término, lo que incluye sus diseños de joyas y frascos de perfumes).

2.3.1. Arts and Crafts, Escuela de Glasgow y Talleres vieneses

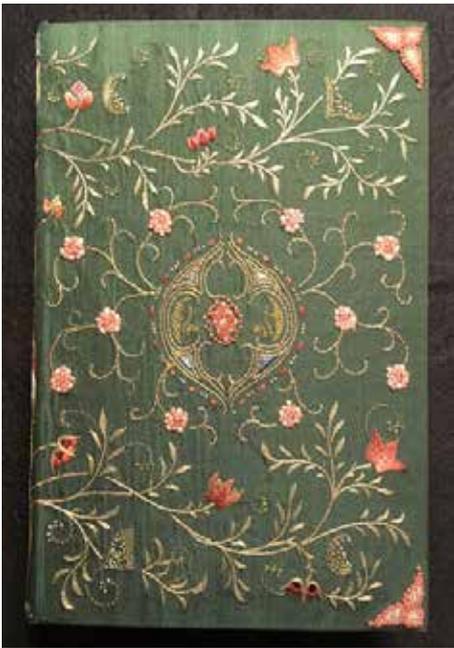
El movimiento *Arts and Crafts* liderado por William Morris (1834-1896) y vinculado a los pintores de la *Hermandad Prerrafaelitas*, con su afán de recuperar el buen hacer de la sociedad gremial de la Edad Media, fomenta la artesanía que va desde la ebanistería, pasando por la editoría artística, hasta llegar a la arquitectura y al Diseño de Producto, al fin de luchar contra el incesante aumento de la producción industrial. En este contexto, un lugar importante lo ocupan las disciplinas textiles, como demuestra el interés por este sector que tenía el propio Morris. Artista polifacético y de múltiples inquietudes, William llegó a abrir una editorial de corte artístico, la *Kelmscott Press* y también creó una empresa con unos socios, la *Morris, Marshall Faulkner & Co.* (hoy en día comercializada con el nombre de *Morris & Co.*) que, a través sobre todo del almacén de Arthur Liberty, en Londres, difundió su estética y los refinados productos *Arts and Crafts* que, a pesar del entusiasmo industrial que vivía la época victoriana,



William Morris, La bella Isolda, 1858, Tate Gallery de Londres.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁷² El Modernismo, así como el Pop Art u otros movimientos (Expresionismo alemán etc.) no han sido incluidos al fin de no extender demasiado este apartado y así evitar alejarnos demasiado del tema central de nuestra investigación.



May Morris, encuadernación en tela bordada, 1888.

Fuente: <http://morrissociety.blogspot.com>

encontraron rápida aceptación entre el público. Morris, en concreto, se especializa en la realización de papeles pintados y estampación de tejidos, de lo que fue pionero, además que en la realización de bordado⁷³; partiendo de patrones de carácter vegetal y geométrico, crea entramados visuales de gran belleza. El principio según el que trabajaba era que el proceso de producción de un objeto tenía que recaer sobre una única persona (algo contrario al proceso industrial) y el procedimiento tenía que ser totalmente artesanal, lo que incluía la recuperación de técnicas como la xilografía. De hecho, los estampados que él diseñaba eran llevados a los tejidos mediante una matriz de madera del patrón principal cuya estampación se repetía con una precisión absoluta para que coincidiesen a la perfección todas las partes. Un procedimiento totalmente artesanal, incluso en la creación de

los tintes, un himno a los manufacturados antiguos y un resultado muy bello y elegante, aunque, ciertamente, bastante caro y destinado, a la hora de la verdad, a un selecto público⁷⁴. Con sus teorías y manufacturados, a William Morris le corresponde el mérito de haber defendido los procesos manuales frente a los industriales, algo que, también en el sector textil, marcará un hito importante y una recuperación de ciertos procedimientos de trabajo que, de no haber sido por el impulso de las *Arts and Crafts*, podrían haber desaparecido. La esposa de William Morris, Jane Burden (1839-1914) y su hija, May Morris (1862-1938), también trabajaron activamente en la recuperación de las técnicas artesanales. Jane bordaba ya de pequeña ya que era un oficio muy difundido en su familia y practicado de manera profesional por su tía, Bessie Burden, también miembro de *Arts and Crafts*.

⁷³ El hecho de que un hombre supiera bordar no es desde luego algo frecuente en esta época, sin embargo, William Morris había aprendido a bordar ya de niño y mantuvo esta actividad incluso de adulto, aunque más de manera privada e íntima que comercial. Con respecto a la relación entre el mundo textil y los hombres es interesante recordar al campeón olímpico, el saltador de trampolín, Tom Daley, que fue fotografiado con unas agujas de tejer en un momento de descanso, algo que generó mucho revuelo mediático. No deja de resultar sorprendente esta reacción de sorpresa manifestada en 2021, aunque creemos que es un hecho muy positivo que cada vez más hombres manifiesten públicamente su afición por el sector textil y que éste deje de ser visto como un conjunto de habilidades domésticas típicas de las mujeres. Finalmente, de hecho, no hay que olvidar que una de las casas de bordado más famosa del mundo y a la que acudían tanto Chanel como Elsa Schiaparelli, gran valedora del bordado, era la del francés François Lesage (1929-2011).

⁷⁴ VV.AA., Catálogo de la exposición *William Morris y compañía. El movimiento Arts & Crafts en Gran Bretaña*, celebrada del 6 de octubre de 2017 al 21 de enero de 2018 en la *Fundación Juan March*, Ed. Fundación Juan March, Madrid, 2017.

Mientras que Bessie alternaba temas angelicales, figuras elegantes de ángeles y personajes femeninos, con bordados florales, Jane trabaja sobre todo la estética naturalista (frutas y flores). Algunas de las piezas más conocidas de Jane Burden son unos pequeños bolsos de telas finamente bordados y muy en boga en la época victoriana. Es, sin embargo, su hija May, la que destaca sobre manera en este sector, hasta el punto que algunos diseños de textiles que habían estado tradicionalmente atribuidos al padre, han sido atribuidos a ella en tiempos recientes⁷⁵. May Morris, tras estudiar en la que entonces se llamaba la *National Art Training School*⁷⁶, además de dedicarse al diseño de joyas, empezó a trabajar en la empresa de su padre a la edad de veintitrés años y se hizo cargo del Taller de Bordado, lo que incluía, además del trabajo de bordadora de tapices, mantas, colchas etc., también toda la labor de Diseño del Producto y de relaciones con los clientes, demostrando grandes dotes empresariales. Sus bordados son de carácter naturalista, muy en la onda de lo que realizaba William Morris, así que, por lo general, encontramos representaciones frecuentes de flores, pájaros o jarrones con vegetación, al estilo bizantino, así como composiciones inspiradas en los manuscritos medievales. Asimismo, siguiendo, también en este caso la tradición paterna, fue una socialista y feminista comprometida con los derechos de las trabajadoras y las mujeres en general, además de una convencida valedora de la artesanía⁷⁷. Este tema, nos permite recordar que la Historia de la Moda es también la historia de muchas mujeres que han permanecido en el olvido; es el caso de aquellas costureras, tejedoras o bordadoras que nunca alcanzaron la fama o quizás no se habló de ellas por los condicionantes de género. Así que estos



May Morris, encuadernación (lomo) en tela bordada, 1888.

Fuente: <http://morrissociety.blogspot.com>

⁷⁵ Un referente fundamental en el estudio de *Arts and Crafts*, es el Departamento de Investigación de la *William Morris Gallery* de Walthamstow, Londres.

⁷⁶ Se trata de lo que hoy se llama el *Royal College of Art* (RCA) de Londres, una Universidad de Arte de las más prestigiosas de Europa.

⁷⁷ VVAA., Catálogo de la exposición, *May Morris: Art & Life*, celebrada del 28 de noviembre de 2019 al 14 de marzo de 2020, en la *William Morris Gallery* de Walthamstow, Ed. *William Morris Gallery*, Londres, 2018.

talleres, como aquellos de la Escuela de Glasgow o de Viena permitieron dar visibilidad a las mujeres y reconocer su trabajo contribuyendo al reconocimiento histórico del rol social y artístico de la mujer, además de mejorar su autoestima⁷⁸.

Este interés por la artesanía es compartido por William Morris y su familia con los pintores Prerrafaelistas quienes suelen vestir a los personajes de sus cuadros con lujosos atuendos medievales ya que su filosofía se basaba justamente en la recuperación de historias y estéticas anteriores a Rafael Sanzio, es decir al Renacimiento florentino. Siguiendo los preceptos de John Ruskin, pintores como Dante Gabriele Rossetti (1828-1882), Edward Burne Jones (1833-1898) o William Hunt (1827-1910), entre otros, empezaron a dirigir su mirada hacia la naturaleza, mientras que, en aquellos años todo el mundo en Inglaterra miraba a la industria y a sus posibilidades económicas. Fue así como se reencontraron con la esencia más mística y bucólica de la naturaleza en cuyos parajes se desplazaban doncellas y caballeros de otros tiempos, inspirados en mitos tan antiguos como Paolo y Francesca de Rimini o Sir Lancelot y la Reina Ginebra. Para reafirmar la estética medieval de estas creaciones, estos pintores vistieron a sus personajes con vestidos medievales de los que se aprecia la finura y el refinamiento de las telas, además de la hechura, así que dedicaban mucha atención y esmero a la hora de pintar los detalles. Tejidos muy cuidados los encontramos también en alfombras, cojines, colchas, cortinas y mantas que van a decorar y enriquecer los cuadros prerrafaelistas aportando exquisitez de detalles. Según un estudio publicado por Fulvia D'Ambrosi⁷⁹, estos artistas fueron a los museos para ver y estudiar los trajes antiguos e incluso llegaron a adquirir alguno para tenerlo como referencia. Incluso consiguieron hacer que, en los círculos artísticos de la época, se empezasen a llevar prendas de este tipo logrando crear una tendencia dentro de la moda de la época, hasta el punto de que algunas prendas de este tipo, diseñadas por el arquitecto Edward William Godwin, se llegaron a vender en el almacén de Arthur Liberty, ya gran valedor de William Morris. Para la realización de estos vestidos ambiciosos, Liberty usaba telas de importación oriental, como sedas, terciopelos y damascos, mientras que los volúmenes estaban totalmente inspirados en diseños de la Edad Media. Se trató seguramente de una tendencia pasajera y de moda sólo dentro de un grupo muy restringido de artistas, sin embargo, cabe reseñar la importancia que ésta tuvo en la recuperación de técnicas y materiales tradicionales en el ámbito del sector textil. Además, nos quedan los

⁷⁸ Sobre este tema, Maria Elena Palmegiani dio una charla titulada *Las mujeres en los talleres textiles de principios del siglo XX*, en la *Factoría cultural* de Avilés, febrero, 2022.

⁷⁹ Fulvia d'Ambrosi tiene un interesante blog de arte: bonapartedotblog.wordpress.com

hermosos cuadros de los prerrafaelistas que es siempre un placer observar y disfrutar, cómplice, sin duda el amor a los tejidos que desprenden. Finalmente, no hay que dejar de recordar que han sido varios los diseñadores que se han inspirado en el preciosismo prerrafaelistas y en el estilo *Arts and Crafts*, como en el caso de los empresarios de la moda *Marshall and Snelgrove*, contemporáneos de Morris, quienes, por ejemplo, realizaron un abrigo de corte medieval (*V&A Museum*) con un extraordinario bordado floral en hilo de oro o los actuales Anna Sui, Gucci o Dolce&Gabbana.

Con respecto a la *Escuela de Glasgow*, la relación con el mundo textil es muy parecida a la de *Arts and Crafts*, sin embargo, una diferencia importante reside en la labor desarrollada por el *Taller de Bordado* de la Escuela. Además, un papel imprescindible en este contexto ha sido el desarrollado por aquellas artistas llamadas las *Glasgow girls*, que tienen el mérito de haber aportado el lado femenino al grupo, además de haber sabido elevar hasta cotas muy elevadas ciertas disciplinas, como el bordado, la cerámica o la ilustración, creando un precedente importante que es fuente de inspiración aún hoy en día para muchos diseñadores. Además, es importante recordar que fueron también estas mujeres, demasiadas veces olvidadas con respecto a los protagonistas de género masculino, las que contribuyeron a hacer del Glasgow de estos años un referente cultural europeo de primer nivel. Algunas de las artistas en cuestión eran: Bessie MacNicol, Jessie Marion King, Margaret and Frances Macdonald, Helen Paxton Brown, Ann Macbeth, Stansmore Dean, Jessie Wylie Newbery y Annie French, entre otras⁸⁰. En la Escuela de Glasgow el bordado encontraba muchos valedores, también entre los diseñadores varones, ya que se consideraba que los tejidos fuesen un complemento perfecto para resaltar la belleza del mobiliario, ya que aportaban un cierto toque elegante



Ann Macbeth, bordado con rosas de Glasgow.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁸⁰ BURKHAUSER, Jude, *Glasgow Girls: women in art and design, 1880-1920*, Ed. Canongate, Edimburgo, 2001.

y femenino⁸¹. Así que era bastante frecuente que en la Escuela se realizasen caminos de mesa o tapicería para sillones, además de forros de todo tipo para muebles. La estética de carácter geométrico típica del grupo se podría entender como una herencia de figuraciones celtas, que se caracterizaban por nudos y elementos entrelazados, ahora re interpretadas para volverse menos sinuosas e incorporar elementos vegetales y florales.

Con respecto a la labor realizada por las hermanas Macdonald, Margaret (1864-1933), esposa de Mackintosh, y Frances (1873-1921), casada con el artista Herbert MacNair, también vinculado a la Escuela de Glasgow, es sobre todo de tipo estético e ideológico. Ellas trabajaron en estricto contacto con Charles Rennie Mackintosh (1868-1928), dedicándose a la decoración de interiores cuando no diseñando papeles pintados o tejidos. Una labor muy importante que desarrollaron fue la de ilustradoras y creemos que es justo en esta faceta dónde reside, en nuestra opinión, su aportación personal al grupo, al mundo de la moda y al diseño textil. De hecho, a pesar de que sus ilustraciones no estaban directamente relacionadas con el Diseño de Moda, sin embargo en sus creaciones, ellas saben crear unos modelos de gran belleza, frescura, elegancia y refinamiento que aportan al mundo del Diseño de Vestuario cuando menos pura ingenuidad y auténtica pasión. Sus mujeres, aéreas y delicadas, visten a menudo vestidos amplios decorados con flores, rosas, pájaros, lazos o sencillos motivos geométricos, creando una visión etérea y suspendida en el tiempo de la belleza, intemporal y triunfadora. Otras ilustradoras que aportaron su estética, en ocasiones con toques de japonismo, fueron Annie French y Jessie Marion King.

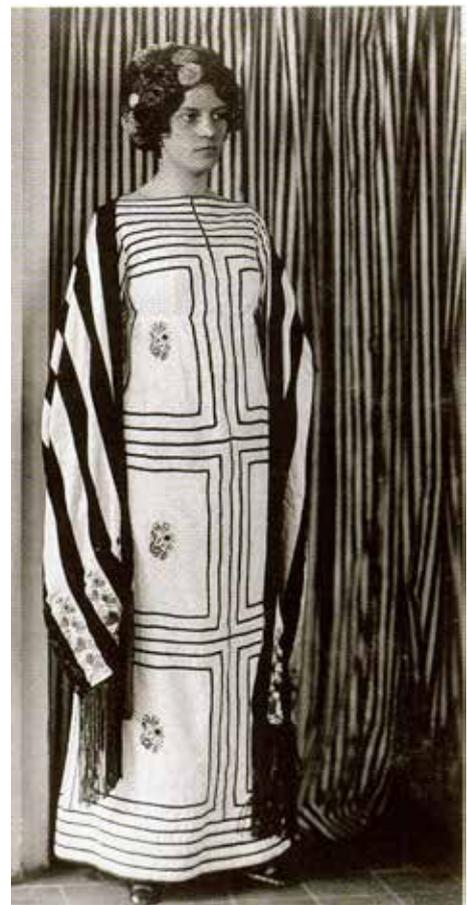
Otra mujer muy interesante dentro de la Escuela de Glasgow fue Jessie Wylie Newbery (1864-1948), conocida por sus bordados de flores geométricas en línea con la estética del grupo. Tras ser estudiante en la *Escuela de Glasgow*, se convirtió en profesora de la misma y fue ella quien impulsó la apertura del *Taller de Bordado* en 1888. En sus clases fomentaba el concepto del bordado artístico basado en formas geométricas e intrincadas de una gran modernidad para la época, así que invitaba a bordar todo tipo de objetos, convencida de la importancia de rodearse de belleza y de las posibilidades que ofrecía el bordado en este sentido ya que estaba al alcance de todas las personas, lo que contribuyó a la democratización de la belleza en los objetos de uso cotidiano. Ann Macbeth (1875-1948), de origen inglés, era una alumna privilegiada de la Newbery, y asumió la Dirección del taller en 1908, dando su importante contribución al bordado moderno también gracias

⁸¹ *Ibidem.*

a sus seis publicaciones. Se la recuerda también por su gran entrega a la causa feminista, lo que la llevó a la cárcel, con graves consecuencias para su salud y por haber realizado algunos de los estandartes que llevaban las sufragistas en sus manifestaciones como aquella que se celebró en Edimburgo en 1908⁸². Otra alumna de Jessie Newbery fue Helen Paxton Brown, quien también acabó siendo profesora del taller de Bordado. De todas las bordadoras de la Escuela, la Paxton Brown era posiblemente la más geométrica y abstracta de todas.

En conclusión, podemos afirmar que tanto *Arts and Craft* como la *Escuela de Glasgow* aportaron al mundo de la moda tanto un sentido estético, un refinamiento, como una clara recuperación de las disciplinas artesanales, lo que incluye, por supuesto, el sector textil y todas sus derivaciones que van desde el estampado, pasando por el bordado hasta llegar al diseño de prendas. Tampoco hay que olvidar, por otra parte, su aportación de una nueva iconografía, basada en una relación nostálgica con el pasado y con los elementos de la naturaleza y en el uso de colores como el naranja, el violeta o el rosa usados con sentido de la elegancia; todos estos elementos cobrarán una enorme importancia durante el Modernismo⁸³ y no tendrán rivales, en lo que concierne la iconografía, hasta la llegada de las vanguardias.

Los Talleres vieneses (*Wiener Werkstätte*) son una agrupación de artistas y artesanos establecida en Viena que surgieron en 1903 de la mano de Josef Hoffmann (1870-1956), Koloman Moser (1868-1918) y el empresario y coleccionista Fritz Wärndorfer, teniendo como referencia el espíritu multidisciplinario de *Arts and Crafts*. La finalidad era formar a jóvenes artistas en disciplinas como la carpintería, el arte del cuero, la encuadernación,



Vestido diseñado por Josef Hoffmann en 1910.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁸² *Ibidem*.

⁸³ Con respecto al Arte y al Diseño de Moda correspondiente tanto a la época del Modernismo como a la del Art Decó, nos remitimos al apartado *Breve historia de la indumentaria femenina en Europa, desde 1890 hasta 1960* del presente trabajo ya que los protagonistas absolutos del Diseño de Moda de aquellos años fueron los grandes diseñadores de la época (Jacques Doucet, Paul Poiret, Madeleine Vionnet etc.). Por otra parte, en lo que al Diseño de Joyas concierne, sí que algún artista, como Alphonse Mucha, por ejemplo, se dedicaron a ello obteniendo unos resultados extraordinarios, sin embargo, el tema de la joyería en el Modernismo, así como en el Art Decó, dada su amplitud y al fin de evitar desviaciones de nuestro tema principal, no será abarcado en el presente estudio, aunque no se descartan trabajos posteriores.

la metalurgia y la pintura, al fin de satisfacer las necesidades de la clase burguesa del imperio austro-húngaro, de gusto exquisito y valedora de los oficios artesanales⁸⁴. Entre 1909 y 1910 se incorporaron los talleres del sector textil que se convirtieron rápidamente en un referente europeo, además que en el motor principal de la agrupación de artistas y su influencia en el sector de la moda llegó hasta bien entrada la década de 1920⁸⁵, cuando se impondrá la estética Art Decó. Desde El Departamento de Moda de los *Wiener Werkstätte* se fomentó la moda moderna, una idea de indumentaria femenina renovada que superaba los corsés y la estética de las *chicas Gibson* de silueta de reloj de arena y de cuerpo femenino enclaustrado.

El primer director de los Talleres vieneses fue Fritz Wärndorfer, seguido por el moldavo Otto Primavesi, y el éxito del diseño fue tal que se abrieron sedes en ciudades como Berlín o Nueva York, sin embargo, bajo el punto de vista económico, los talleres nunca llegaron a ser suficientemente sólidos, como demuestran los desembolsos que tuvieron que hacer sus fundadores en repetidas ocasiones.

A pesar de que Josef Hoffmann destaca sobre todo como arquitecto y Koloman Moser como diseñador gráfico (fue él quien diseñó el mítico logo de los Talleres), sin embargo, ambos trabajaron algunos aspectos del sector textil. En el caso de Hoffmann, fue un creador polifacético que tocó varias disciplinas entre las que se incluyen el Diseño Gráfico, de Muebles, de Producto o de Joyas, representando el ideal de artista total. En lo que concierne a la indumentaria, diseñó en 1910 un vestido para Johanna Wittgenstein en ocasión de un baile de máscaras cuyo tejido, de gran belleza, presenta motivos geométricos y elementos vegetales estilizados. Además, de él se conoce también otro vestido de uso diario y de corte holgado, confeccionado con una tela también diseñada por él a base de líneas rectas que forman cuadrados concéntricos. Hoffmann, en la década de 1920, diseñó también unos bolsos de mano de cuero estampado en oro con figuraciones geométricas o entramados florales. Esta estética es muy típica de los *Wiener Werkstätte* que trabajaban las geometrías a base de líneas rectas, diagonales y combinación de cuadrículas, además de recurrir a la síntesis de elementos vegetales, algo que servirá de inspiración al Art Decó.

Con respecto a Koloman Moser, además de apreciar ciertas influencias estéticas del mundo de la moda en sus productos gráficos, cabe destacar que diseñó varias joyas (como

⁸⁴ CENDÁN, Susana, Sonia *Delaunay & Alfar: pasajes de una relación singular*, op.cit.

⁸⁵ PALMEGIANI, Maria Elena, “Los talleres textiles de finales del XIX y principios del XX: el renovado papel de las costureras”, actas del congreso *Molestias Textuales: escritoras contra la violencia* celebrado en la Universidad de Sevilla los días 19, 20 y 21 de mayo de 2022, Sevilla, 2022.

un precioso colgante que lleva la compañera de Klimt, Emilie Flöge, en una fotografía), así como telas tanto para prendas como para tapicería, en las que se aprecia cierto japonismo, en ocasiones combinado con las tradicionales composiciones ajedrezadas. Una de sus telas, llamada *Bergfalter*, fue usada, en dos combinaciones de colores, por Eduard Josef Wimmer-Wisgrill, quien realizó con ella un vestido holgado, de mangas cortas y talle alto, muy representativo de la *Belle Époque*. Estos tejidos eran producidos por *Joh. Backhausen & Sons*, empresa colaboradora de los Talleres vieneses para los que realizaba estampados diseñados por grandes artistas como Josef Hoffmann, Koloman Moser, Joseph Maria Olbrich, Alfred Roller y Otto Wagner entre otros.

Además de estos grandes nombres que colaboraron con el Departamento de Moda, sin embargo, es fundamental reseñar la intensa labor llevada a cabo por los y las modistas que trabajaron en los talleres, diseñando estampados para telas, bordando o confeccionando vestidos, así como realizando joyas y complementos de vario tipo, desde pañuelos hasta bolsos⁸⁶. Eduard Josef Wimmer-Wisgrill (1882-1961), quien se había formado con Hoffmann, Alfred Roller y Moser en la Escuela de Artes Aplicadas de Viena, era el Director e impulsor del Departamento de Moda y se le considera una figura importante ya no sólo del panorama austríaco, sino también internacional. Afamado diseñador de moda, sus creaciones se caracterizan por el uso de telas de estampados muy originales a base de flores y geometrías y por las líneas holgadas, algo que hizo que le llamasen *El Poiret de Viena* ya que sus vestidos no requerían el uso del corsé, como en el caso del diseñador francés. Además, Wimmer-Wisgrill solía usar colores muy originales como el salmón, el malva o el verde pistacho.

Otra figura muy importante en el panorama de los Talleres vieneses fue la diseñadora Maria Likarz (1893-1971) quien realizó figurines, ilustraciones de moda, así como estampados para tejidos y unos bolsos de mano de tela. Sus diseños se caracterizan por las referencias orientalistas y la ornamentación a base de elementos de la naturaleza muy estilizados. Otras figuras importantes que, entre otras disciplinas, trabajaban también en el diseño de telas, fueron: Ugo Zovetti, Mathilde Flögl o Anny Schröder⁸⁷.



Emilie Flöge, retratada en 1909 con un vestido de su creación.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁸⁶ KALLIR, Jane, *Viennese design*, George Braziller Inc, New York, 1986.

⁸⁷ *Ibidem*.



Maria Likarz, ilustración de moda.

Fuente: banco de imágenes de internet.

Algunos pintores de la Secesión vienesa colaboraron activamente con los *Wiener Werkstätte*, entre ellos Gustav Klimt (1862-1918), uno de los primeros pintores en creer en que las artes plásticas y la moda se podían complementar⁸⁸. Por su parte, la Secesión Vienesa fue, por supuesto, uno de los movimientos que con más entusiasmo y convencimiento intentó poner en práctica los ideales wagnerianos de una *obra de arte total* que representaban la esencia filosófica de los Talleres vieneses. Klimt diseñó varios estampados para los tejidos de los Talleres vieneses, además de decorar el *Palacio Stoclet* de Hoffmann que se considera la obra cumbre de *Wiener Werkstätte* por la integración de varias disciplinas en su realización que presenta una coherencia y unidad estética que es todo un referente del diseño. La moda en concreto no era precisamente un sector que les interesase particularmente a Klimt, por lo menos en lo que al aspecto decorativo de

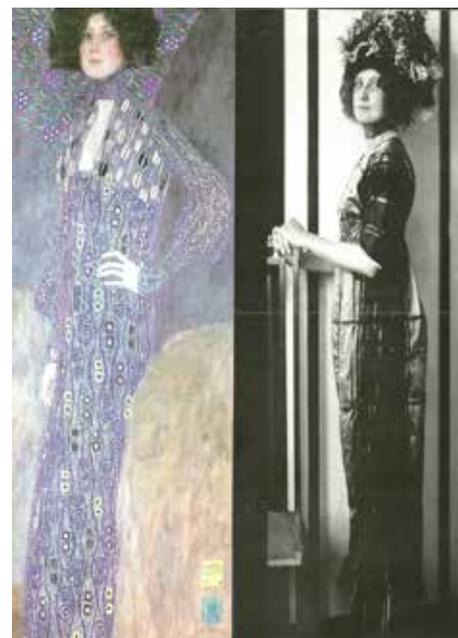
los trajes femeninos se refiriese, ni en lo que a su persona se refiere. Constituyendo una excepción en su entorno, sin embargo, el pintor apostó por la moda, así como por la orfebrería, entendida como elemento que aportaba elegancia y el preciosismo a la pintura. Probablemente, en esta determinación, influiría su compañera Emilie Flöge (1874-1952), quien transmitió, a un receptivo Gustav, el gusto por los trajes y los tejidos. Hay muchas instantáneas que testimonian la colaboración entre ambos, este compartir la vida que iba más allá de lo cotidiano para volverse profundo entendimiento. En estas imágenes vemos a la joven Emilie con unos holgados vestidos de inspiración oriental en cuyos tejidos no pueden no recordarnos las decoraciones y los motivos geométricos y vegetales recurrentes en las pinturas de Klimt. El pintor también diseñó algunos de los vestidos que luce Emilie en unas fotografías y también creó estampados para el *atelier* de las hermanas Flöge. Por su parte, Emilie vistió a algunas de las modelos del pintor como en el caso de Adele Bloch-Bauer retratada en *La dama de oro*. Estas colaboraciones son la prueba fehaciente del entendimiento entre ambos y de cómo las influencias fueron mutuas. Finalmente, en lo que concierne a Klimt y su personal gusto por la indumentaria, es curioso mencionar este aspecto: él solía estar en casa con un caftán azul, tal y como se aprecia en varias fotos,

⁸⁸ BRANDSÄTTER, Christian, *Klimt y la moda*, Ediciones H. Kliczkowski, Madrid, 1997.

se trataba de una prenda de aire tosco y esencial como el aspecto del mismo pintor⁸⁹. Una indumentaria que delata las más íntimas inquietudes de cercanía con la naturaleza del artista e, incluso diríamos que, en una primera mirada, esta estética personal, algo descuidada y desaliñada, contrasta de manera sorprendente con el preciosismo y refinamiento de sus pinturas. Sin embargo, la exquisitez que acompaña sus pinturas esconde una atención casi obsesiva por los detalles y una minuciosa paciencia a la hora de representar la naturaleza y los tejidos⁹⁰. En lo que concierne el uso del pan de oro, muy presente en su *etapa dorada*, hay que resaltar el carácter bizantino que otorga a sus cuadros, otra prueba más de la sensibilidad que llevaba el pintor hacia el mundo de los oficios, lo que incluye el mosaico y la orfebrería⁹¹ a los que miraba con interés y asiduidad.

Por otra parte, con respecto a Emilie Flöge, ella tuvo entre 1904 y 1938, junto a sus hermanas Helene y Pauline, su propia Casa de Moda en Viena, la *Schwestern Flöge* (Hermanas Flöge). La *boutique*, situada en el histórico edificio vienés *Casa piccola*, fue diseñada y amueblada por Josef Hoffmann y Koloman Moser, quienes supieron crear ambientes muy actuales hasta el punto de que se considera esta tienda como uno de los primeros ejemplos de interiorismo comercial⁹². Por otro lado, el logo corrió de la mano de Klimt quien siguió la estética y la tipografía de la Secesión vienesa. En la tienda también se vendían piezas de joyería de los Talleres vieneses, algunas de ellas diseñadas por Moser.

A pesar de que la moda ya estaba recorriendo los nuevos rumbos marcados por Poiret y Wimmer-Wisgrill, entre otros, el *atelier* de las hermanas Flöge, que seguía estas tendencias, tenía dificultades importantes para sobrevivir, así que se dedicó también a la confección de prendas más tradicionales ya que parte de sus clientas así lo pedían. Al margen de estas creaciones más comerciales, los vestidos que las hermanas diseñaban con libertad entroncaban con el estilo más moderno de la época y la tendencia que marcaban



Gustav Klimt, *Retrato de Emilie Flöge*, 1902, óleo sobre liezo, Historisches Museum, Viena. Fotografía de Emilie Flöge en el salón de moda de las hermanas Flöge, 1910.

Fuente: BRADDSÄTTER, *Christian Klimt y la moda*, Ediciones H. Kliezkowski, Madrid, 1997.

⁸⁹ *Ibidem*.

⁹⁰ *Ibidem*.

⁹¹ Uno de los hermanos de Klimt, Georg, era orfebre y realizó el repujado de la *Judit I* (1901).

⁹² LUIS, Nuria, *Emilie Flöge, la musa de Klimt que la moda olvidó*, publicado en la websmoda.elpais.com el 26 de septiembre de 2017.

los Talleres vieneses, así que se distinguen claramente dos líneas en sus producciones: una más conservadora y otra más contemporánea⁹³. Es justo en los diseños más actuales donde destaca la creatividad de *Schwestern Flöge*; Emilie, de hecho, estaba al tanto de las últimas tendencias europeas y viajaba a menudo a París y Londres, lo que le permitía estar en contacto con grandes diseñadores de la época, como Coco Chanel. La naturaleza y la armonía, a la par que la sofisticación, impregnan el universo de Emilie y sus hermanas quienes realizan prendas originales y cómodas, inspiradas en la sencillez y frescura de la indumentaria oriental. Se trata de vestidos de talle alto, anchos y de telas estampadas que van desde el ajedrezado más sencillo, pasando por diseños florales hasta llegar a complejos entramados geométricos de rombos o círculos⁹⁴. Sin duda una estética que renovó el mundo de la moda aportando aire fresco y modernidad y que, de hecho, sirvió de inspiración a diseñadores posteriores como, por ejemplo, a la casa de moda española *Delpozo* o a la italiana *Valentino*.

2.3.2. La moda en el Fauvismo y el Cubismo

Un grupo muy vinculado al mundo de la moda fue el de los Fauves quienes compartían su afición por una paleta de vibrantes e intensos contrastes cromáticos, por la expresividad de las obras de Van Gogh y Gauguin y por el poderío de las máscaras africanas⁹⁵. Dentro de este movimiento destacan en el mundo de la moda, sobre todo, Henri Matisse, Raoul Dufy y Kees Van Dongen, aunque cada uno por razones diferentes. El primero, entre 1936 y 1949, realiza los diseños para cuatro tapices y dos pañuelos de seda⁹⁶. Matisse había nacido en 1869 en Le Cateau-Cambrésis, una ciudad en el norte de Francia, a pocos kilómetros de Bélgica, con una antigua y viva tradición de tapicería (sus abuelos eran tejedores en una importante empresa que confeccionaba telas para tapizar los muebles de lujo de la época), así que desde pequeño vivió sumergido en este mundo. A pesar de no haber realizado estudios vinculados al sector textil, sin embargo, es cierto que el colorismo, así como los elementos figurativos de este mundo le resultaban fascinantes, además de familiares, como de hecho, se nota en muchísimas pinturas suyas en las que se aprecian tapices, mantas, manteles, telas de estampados variopintos que, en ocasiones, se funden con los

⁹³ *Ibidem*.

⁹⁴ *Ibidem*.

⁹⁵ GOMPERTZ, Will, *¿Qué estás mirando?*, Ediciones Taurus, Madrid, 2013.

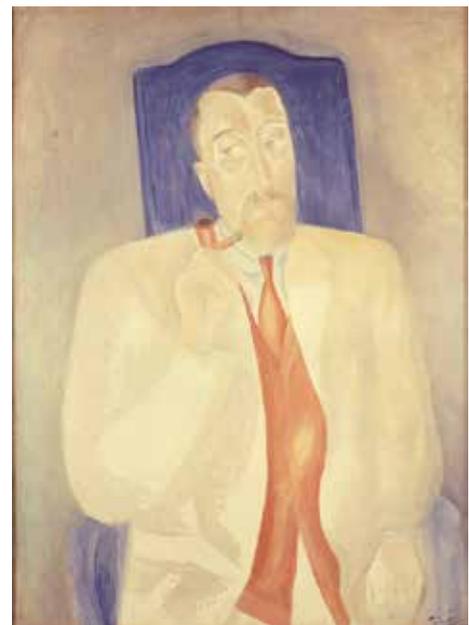
⁹⁶ Catálogo de la exposición *Tisser Matisse*, celebrada en el *Museo Matisse* de Le Cateau-Cambrésis, del 15 de noviembre de 2014 al 08 de marzo de 2015, Snoeck édition, Gante, junio, 2014.

papeles pintados de las paredes. Así que, cuando el pintor recibe, en 1935, el encargo de Marie Cuttoli⁹⁷ para un tapiz, decide aceptarlo y se pone manos a la obra. El resultado es *Fenetre a Tahiti*, un tapiz inspirado en su viaje a Papete del que existen dos versiones, una en óleo sobre lienzo y la otra en *gouache* sobre lienzo, ya que la primera no satisfizo plenamente al artista. El otro artista fauvista relacionado con el mundo de la moda, en este caso en sentido más estricto, es Dufy, quien se dedica a ello de manera profesional, de hecho, hasta llega a trabajar para la industria textil colaborando como diseñador de telas para Paul Poiret. La colaboración entre Poiret y Dufy se remonta a 1909 cuando el pintor recibe del diseñador de moda el encargo de crear ropa para el hogar. A raíz de esta primera colaboración, deciden trabajar juntos y en 1910 abren un taller de impresión textil bajo el nombre *La pequeña fábrica*. Su fama va *in crescendo* gracias a los exquisitos patrones que diseña y en 1912 comienza a confeccionar telas para la prestigiosa Casa Bianchini-Férier que, con sede en Lyon, comerciaba con sedas y tejidos de lujo. Tras la interrupción a consecuencia de la Primera Guerra Mundial, retoma su trabajo de diseñador textil alcanzando cierto éxito en este sector. Los estampados de Dufy, para realizar los cuales trabaja varias técnicas de impresión gráfica como, por ejemplo, la xilografía, se caracterizan por la inspiración damasco o brocado, re interpretados a la luz de las nuevas tendencias orientalizantes. Estampados florales o de paisajes con inclusión de personajes exóticos son los más realizados y, gracias a las extraordinarias creaciones de Poiret han regalado al mundo de la moda unas piezas de increíble belleza como el famoso abrigo *Persia* que Poiret



Abrigo de Paul Poiret con tela diseñada por Raoul Dufy, 1911.

Fuente: banco de imágenes de internet.



André Derain, *Retrato de Paul Poiret*, 1914, óleo sobre lienzo.

Fuente: CERRILLO RUBIO, Lourdes, *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*, Ediciones Siruela, madrid, 2010.

⁹⁷ Marie Cuttoli (1879-1973) fue una empresaria francesa considerada también mecenas del tapiz moderno ya que encargó la confección de tapices a artistas como Georges Braque, Fernand Léger, Joan Miró, Pablo Picasso, Raoul Dufy, Le Corbusier, Lurçat, Henri Matisse y Rouault, además de vestidos a Natalia Goncharova. Existe una fotografía de 1937 tomada en Mougins (Francia), que retrata al matrimonio Cuttoli con Picasso, Dora Maar, Man Ray y la bailarina mejicana Ady Fidelin.

diseña en 1911 con una tela de Dufy que presenta grandes flores beige y negras. La influencia de Dufy en el sector de la moda es importante, sobre todo en lo que concierne a sus patrones, en efecto sus gamas cromáticas de inspiración fauvista y sus dibujos orientalistas contribuyen a lanzar la utilización de tejidos refinados y algo atrevidos para la indumentaria femenina. Con respecto a Van Dongen, su relación con el mundo de la moda es sobre todo de agudo observador ya que en la mayoría de sus obras se aprecia como sabe captar los complementos y las prendas de la época a la hora de realizar sus cuadros de mujeres. Incluso, podemos apreciar algunas creaciones de Poiret en numerosos retratos que realiza Van Dongen quien, amigo del modisto francés, pinta a muchas mujeres de la época luciendo las creaciones del diseñador francés. Van Dongen era un artista de moda entre la sociedad de Montparnasse lo que contribuyó a alimentar el mito sobre la modernidad de las creaciones de Poiret. Finalmente, como prueba de la intensa relación entre Poiret y los Fauves, cabe mencionar un retrato que André Derain realizó del modisto en 1914 y del que hay que destacar el intenso azul del sillón que destaca por encima de los otros tonos cromáticos utilizados, más apagados y equilibrados. Otro retrato de Poiret tiene la autoría del insigne español Eduardo García Benito (1881-1981), ilustrador de moda del que hablaremos en otras ocasiones más adelante, y es una obra de gran formato de los pocos óleos sobre lienzo de Benito. En el caso de este otro retrato (1921, Colección de la *Fundación Eugenio Fontaneda*), Poiret está sentado al lado de su esposa quien aparece ataviada con un elegante vestido de lamé dorado de original escote asimétrico. La atmósfera es de gran refinamiento y elegancia y las posturas de los retratados son espontáneas, mientras que el fondo del cuadro está en la sombra lo que hace resaltar los colores blanco, negro, rojo y oro en un buen equilibrio cromático. En 1935 Van Dongen ilustra para *Harper's Bazaar*⁹⁸, con la que trabajaba en algunas ocasiones, un conjunto de Schiaparelli: vestido rosa, de corte ajustado, y voluminosa capa verde esmeralda. Dicha imagen, *La mujer de las estrellas*, presentaba a una misteriosa joven paseando con su capa debajo de un cielo estrellado, como si fuera una especie de Reina de las Nieves, lo que daba un fuerte carácter narrativo a la ilustración. Por otra parte, también se conoce otro dibujo que Van Dongen realizó en blanco y negro para *Femina*, tras asistir a un desfile de la modista en el que se presentaban los quitasoles de largo bastón de los que hablaremos más adelante⁹⁹. La fama del pintor como retratista del alta sociedad contribuyó, también en este caso como ya había pasado con Poiret, a difundir el nombre de Schiaparelli por

⁹⁸ *Harper's Bazaar*, New York, julio, 1935.

⁹⁹ *Femina*, París, mayo, 1935.



Arriba, diseños de vestidos y bañadores de Sonia Delaunay, 1920.

Fuente: MORANO, Elizabeth, *Sonia Delaunay. Art into fashion*, George Braziller, inc. independent publishing. Nueva York, 1986.

el mundo, de hecho incluso Daisy Fellowes quiso llevar un conjunto parecido al que Van Dongen había ilustrado para *Harper's Bazaar*¹⁰⁰.



Siguiendo con este recorrido, cabe destacar la figura de la primera artista que se dedicó al mundo de la moda de manera profesional: Sonia Delaunay (1885-1979). Posiblemente, ella haya sido la creadora que, con más entrega y determinación, se dedicó a confeccionar prendas desde 1913 llegando a impregnar con su estilo toda la década de 1920. Pintora influenciada por el Cubismo, se casó con Robert Delaunay junto al cual elaboró la teoría del Orfismo: una forma de pintar a base de cromatismos que, más que los objetos en sí, busca reflejar la luz y las vibraciones que envuelven el espacio¹⁰¹.

Sonia Delaunay trabaja con éxito como diseñadora de moda y crea un estilo que ella misma definirá «simultáneo», basado en yuxtaponer los colores puros que, recortados en formas de geometría plana, van a crear vivaces efectos cromáticos. Sonia Delaunay lleva aquellos conceptos intuidos por los futuristas a un nivel más pragmático y concreto, lo que hace de sus creaciones unas prendas muy apreciadas en pleno Art Decó. Símbolo también de esta emancipación que estaban protagonizando las mujeres de las primeras

¹⁰⁰ VV.AA., *Schiaparelli & the artists*, Rizzoli, New York, 2017.

¹⁰¹ MORANO, Elizabeth, *Sonia Delaunay. Art into fashion*, George Braziller, inc. Independent publishing, New York, 1986.



Fotografía de tres modelos con abrigos diseñados por Sonia Delaunay, 1920.

Fuente: banco de imágenes de internet.

décadas del siglo XX, Sonia, que, luchó toda su vida para salir de la sombra de su marido, logró encontrar un hueco en el mundo del arte. Lo logra gracias sobre todo a sus creaciones de moda, a la indumentaria que crea bien para obras de teatro bien para la vida cotidiana de la nueva generación de mujeres. Sus diseños son el reflejo de las vibraciones cromáticas que se aprecian en sus cuadros, los patrones re-elaboran tanto la descomposición cubista como la idea de

dinamismo de los futuristas para llegar a alcanzar la abstracción geométrica. Como si de un lienzo se tratara, ella traslada a los tejidos los valores estéticos del Orfismo. Una de las primeras prendas que diseña y confecciona ella misma es un vestido de 1913 hecho con la técnica del *patchwork* cosiendo entre sí telas de diferente grosor y textura. Se suele encontrar en los textos sobre Sonia Delaunay que la idea de utilizar retales como material textil le vino tras ver el resultado de una colcha que hizo en 1911 para su niño, así que este vestido parece claramente inspirado en esta pieza que a su vez se inspiró en los motivos ornamentales rusos¹⁰². Si ya Klimt había contribuido a la difusión de los motivos geométricos en la indumentaria insertando algún elemento abstracto, Sonia Delaunay es la encargada de hacer que la abstracción entre definitivamente en el mundo de la moda y que se procedan a abandonar los tradicionales estampados figurativos, utilizados hasta entonces, a favor de la abstracción. Lo que inicialmente son formas geométricas muy sencillas se van complicando con el paso del tiempo hasta alcanzar una increíble variedad de formas bidimensionales¹⁰³. Incluso en la utilización de los tejidos, Sonia Delaunay sabe ser innovadora: ensamblando entre sí telas de diferentes texturas e incluso añadiendo en sus composiciones simultáneas materiales alternativos como el aluminio (siguiendo, también en este caso, los pasos de los futuristas y representando una fuente de inspiración para Elsa Schiaparelli que mirará también a la artista cubista a la hora de utilizar tejidos alternativos¹⁰⁴). Por otra parte, Sonia Delaunay tuvo el mérito también de haber abarcado muchos sectores diferentes del mundo de la moda, ya que su campo de

¹⁰² CENDÁN, Susana, “Sonia Delaunay & Alfar: pasajes de una relación singular”, en *Abrente*, Vigo, 2011.

¹⁰³ *Ibidem*.

¹⁰⁴ Cfr. PALMEGANI, Maria Elena, “Design della moda ed avanguardie nell’opera di Elsa Schiaparelli”, en *Liño*, Oviedo, 2012.

acción fue muy amplio al haberse dedicado tanto a vestidos de noche como a bañadores, tanto a complementos como a abrigos. A modo de ejemplo, podemos ver lo que parece claramente, a nuestro entender, un sombrero de Delaunay en la famosa fotografía que le hizo Man Ray a Marcel Duchamp vestido como su *alter ego*, la supuesta artista femenina Rose Sélavy (1921). En la *Exposición de las Artes Decorativas de París* (1925) Sonia Delaunay instaló la *Boutique simultanée* en la cual expuso sus creaciones causando furor entre los visitantes. Sus diseños, en línea con la tendencia Art Decó de la época que se remitía a la rigidez de las formas geométricas, sorprendieron sobre todo por la intensidad cromática. Su estudio del color fue muy profundo y analítico, puesto que se dedicó a experimentar y conjuntar colores sobre la base de complejos cálculos matemáticos basados en las sollicitaciones visuales que un color genera en la retina.

Como explica Susana Cendán¹⁰⁵, Sonia Delaunay supo superar los confines impuestos por el cuadro para dar libertad a los colores que salen del soporte tradicional para mezclarse entre la gente, así que su aportación a las artes decorativas es así sobretodo aquella de fusionar el elemento artístico con el Diseño de Moda. El alcance de las aportaciones de Sonia Delaunay llegó a la España de los años veinte de la mano de la revista *Alfar* y de críticos como Guillermo de Torre, quien supo captar y transmitir el valor de esta mujer originaria de Ucrania, antes que nadie en la península ibérica. Guillermo de Torre (Madrid 1900-Buenos Aires 1971), perteneciente a la Generación del 27 e impulsor del movimiento literario denominado Ultraísmo, fue un ensayista español y crítico de Arte considerado de los más importantes de España. En sus publicaciones para la revista *Alfar* dio un importante impulso hacia las vanguardias y defendió el valor de las Artes Aplicadas, considerándolas una parte más del mundo del Arte. En aquel entonces, disciplinas como el Diseño de Moda, no tenían la consideración social de la que, sin embargo, disfrutaban pintura y escultura, así que eran consideradas, tanto en España como en muchos otros países, meras aplicaciones técnicas sin reconocimiento de categoría artística. Guillermo de Torre supo apartarse del criterio de la mayoría para aportar una visión crítica y personal que fomentó la modernización cultural de España. Fue también así, gracias a los artículos de Torre que se impulsó en España «la necesidad de fomentar un espíritu de vanguardia auténtico, basado en la experimentación permanente y en la búsqueda de formas creativas fuera de lo convencional»¹⁰⁶. Además, Guillermo de Torre, convencido de la importancia de defender la libertad creativa sin frustrar la a través de limitados campos de aplicación,

¹⁰⁵ CENDÁN, Susana, *Sonia Delaunay & Alfar: pasajes de una relación singular*, op.cit.

¹⁰⁶ *Ibidem*.

reconoció, de los primeros en España, el valor de las artes decorativas contribuyendo a desmontar las teorías de aquellos sectores tradicionalistas que las veían como algo sin gran relevancia. No menos importante es la estancia del matrimonio Delaunay en Madrid, estancia que duró de 1918 a 1921¹⁰⁷. Durante este tiempo Sonia maduró su idea de la moda simultánea, ya que es aquí en Madrid donde comienza a dar sus primeros pasos como diseñadora de moda y decoradora, movida por el espíritu de supervivencia y la necesidad de sacar adelante su familia (compuesta por su marido Robert y su hijo Charles), a causa de la Primera Guerra Mundial y la Revolución Rusa¹⁰⁸. Es así como nace su primera tienda, Casa Sonia, en el número 2 de la Calle Columela de Madrid, una *boutique* donde vendía sus creaciones que abarcaban tanto el sector textil como aquello del diseño de complementos. En estos años, la diseñadora crea vínculos y contactos importantes, como aquello con su compatriota Sergei Diaghilev¹⁰⁹, quien desde hace tiempo traía sus espectáculos a la capital madrileña y que coincide un tiempo con la pareja, o los marqueses de Urquijo; incluso, Sonia llegó a decorar el *Petit Casino* de Madrid (antiguo Teatro Benavente y posteriormente derribado), y a diseñar el vestuario de las bailarinas del espectáculo inaugural. Por otra parte, en el sector estrictamente vinculado al Diseño de Moda hay que remarcar no sólo la belleza de los diseños de Delaunay, en perfecta sintonía con la estética Art Decó, sino también la comodidad a la hora de ser llevadas. De hecho, desde que Poiret libera a la mujer de las ataduras del corsé, la comodidad de la vestimenta es un valor en alza para la mujer moderna activa y rebelde ya que es en estos momentos cuando asistimos a la creación de «un nuevo modelo de mujer que desafía a la sociedad de su tiempo haciendo público su criterio y adoptando actitudes al margen de cualquier estereotipo femenino»¹¹⁰. Este sentido práctico será, por ejemplo, un auténtico lema para Schiaparelli quien utilizará en varias ocasiones la definición *Pour le sport*, refiriéndose a una indumentaria práctica, de uso diario.

Tras su paréntesis ibérico, la familia Delaunay vuelve a París donde, tanto Sonia como Robert, pueden dar rienda suelta a su creatividad y construir así el mito de los Delaunay. La estética de Sonia fue tan innovadora para la época como sugerente para los diseñadores actuales; en este sentido Sonia Delaunay y Elsa Schiaparelli comparten

¹⁰⁷ Sobre la presencia de Sonia Delaunay en España, el *Museo Thyssen-Bornemisza* en Madrid alojó la exposición *Sonia Delaunay arte, diseño moda*, del 4 de julio al 15 de octubre de 2017.

¹⁰⁸ COSTA, José Manuel, “La desconocida etapa de Sonia Delaunay en Madrid y cómo convirtió en arte el diseño”, en *elDiario.es*, periódico digital, 7 de julio de 2017.

¹⁰⁹ Sonia Delaunay diseñará para Diaghilev el decorado y el vestuario del ballet *Cleopatra*, estrenado en Londres en 1918.

¹¹⁰ CENDÁN, Susana, *Sonia Delaunay & Alfar: pasajes de una relación singular*, op.cit.

el mismo destino. Desde Martin Margiela, hasta Rey Kawakubo, pasando por Hussein Chalayan, el espíritu moderno y el carácter de investigación de Sonia Delaunay sigue vivo, tanto en las prendas de estos diseñadores, como en muchos *showrooms* que, como aquella primera *Boutique simultanée*, están a medio camino entre tienda de ropa y galería de arte¹¹¹.

Un artista cubista que podemos relacionar con el mundo del Diseño de Vestuario es sin duda Pablo Picasso, quien demuestra con estas creaciones como el terreno fértil de los Ballets Rusos fuera ideal para sembrar la semilla de la experimentación, lo que permitía que la creatividad fluyera libremente. Hablamos, de hecho, exclusivamente de diseños para el teatro ya que realizó los figurines para el vestuario de dos ballets: *Parade* (1917), sin embargo, es interesante ver el juego de referencias que esos ponen en marcha. La primera colaboración entre Picasso y los Ballets Rusos es en ocasión del espectáculo *Parade* para el que realizó también la escenografía y el famoso telón para el *Preludio*, después vino *El sombrero de tres picos* (1920). *Parade* es un ballet con música de Erik Satie y escenografía de Jean Cocteau, la coreografía corrió a cargo de Sergei Diaghilev y Léonide Massine, mientras que Picasso y Giacomo Balla diseñaron el vestuario. El telón de Picasso es una obra de enorme dimensiones que casi no se ha llegado a exponer en museos¹¹² debido también a la dificultad de manipulación que entraña este lienzo de más de 10 metros de ancho, 16 de ancho, por un total de 45 kilos de peso. La pintura representa un escenario teatral completo de bambalinas donde, alrededor de una mesa, vemos a algunos de los personajes típicos del universo picassiano, como arlequines o un picador de toros, mientras que en la parte izquierda de la composición destacan una yegua alada con su potro y una bailarina. La



Boceto de Pablo Picasso para *El sombrero de tres picos*, 1920.

Fuente: banco de imágenes de internet.

¹¹¹ *Ibidem*.

¹¹² Una de las últimas veces que *Parade* de Picasso se expuso fue en el Palazzo Barberini, en Roma, en la sala pintada al fresco por Pietro da Cortona, en ocasión de la exposición *Picasso. Tra Cubismo e Classicismo: 1915-1925*, del 22 de septiembre de 2017 al 21 de enero de 2018.

estética cubista está, en realidad poco presente en esta obra ya que se puede notar sobre todo en los rostros o en la rigidez de postura de algunos personajes, sin embargo lo que más destaca es el aire onírico de carácter surrealista que impregna la pintura. Sin embargo, la puesta en escena sí que tiene clara referencias cubistas en lo que, al paisaje estructurado por bloques geométricos, se refiere. Por otra parte, llegando a lo que respecta al vestuario de *Parade*, Picasso opta por alejarse del tradicional modelo de indumentaria que hasta ahora se había asociado a los Ballets Rusos, para crear diseños en línea con el Cubismo sintético. Algunas piezas del vestuario como la del “mago chino” o del “acróbata”, son prendas o monos que acompañan y favorecen el baile, mientras que otras, como las de los administradores”, están realizadas en cartulina, un material rígido que limitaba los movimientos. Estas últimas recuerdan a los Arlequines que Picasso había empezado a pintar a partir de 1914 aunque los colores usados, básicamente los primarios, recuerdan más bien, a nuestro entender, aquellos más bien de 1915 en adelante. Así que este vestuario acaba siendo una especie de encarnación tridimensional de los personajes de los cuadros que en estos años estaba pintando. Con respecto a los diseños para *El sombrero de tres picos*, un ballet inspirado en la obra literaria *El Corregidor y la Molinera* escrita por Pedro Antonio de Alarcón, publicada en 1874 y ambientada a partir de principios del siglo XIX, Picasso se distancia de sus pinturas para realizar un vestuario más independiente y más afín a la idea de Diseño de Vestuario teatral, como se entiende en la actualidad. Manuel de Falla musicó y publicó el ballet en 1919, mientras que la coreografía corrió a cargo, una vez más, de Léonide Massine. Al igual que en *Parade*, Picasso se encarga del telón, los decorados y el vestuario, y también del maquillaje de los personajes. Así que Falla, Massine y Picasso se convirtieron en las «tres mentes brillantes, con el soporte del fundador de los míticos Ballets Rusos, Serguei Diaghilev, y alumbraron el que se considera el primer ballet español de la historia, *El sombrero de tres picos*, justo hace ahora un siglo. Se estrenó el 22 de julio de 1919 en el *Teatro Alhambra* de Londres y desde entonces no ha dejado de bailarse en todo el mundo [...]»¹¹³. El vestuario diseñado por Picasso se inspira en los vestidos españoles de principios del siglo XIX, a los que añade claros toques goyescos, referencias a su tierra y a otro español ilustre¹¹⁴. El malagueño, dato el origen español de la obra literaria, opta por diseñar prendas claramente inspiradas en su

¹¹³ VIDALES, Raquel, “Falla, Massine y Picasso: los tres picos del sombrero”, en *El País*, Madrid, 4 de julio, 2019.

¹¹⁴ VVAA, *El sombrero de tres picos*, Catálogo de la exposición *El sombrero de tres picos* organizada en la *Fundación Juan March* de Madrid (del 7 de mayo al 4 de julio de 1993), Madrid, mayo 1993. Dicha exposición estuvo también en el *Museo Picasso* de Barcelona (del 24 de febrero al 25 de abril de 1993).

tierra, de hecho, el propio telón, realizado en un tono casi monocromático de tintes ocres, representa a seis personas, con los típicos atuendos sevillanos, asistiendo a una corrida; la toma está pensada desde el interior de la grada de la plaza de toros, mientras que al fondo se ven los protagonistas del espectáculo taurino. Por otra parte, la paleta que el artista elige para el vestuario es, una vez más, de colores primarios, aunque en esta ocasión está enriquecida por tonos también pastel, como rosa, celeste y verde claro. La estética cubista no está presente en estos diseños, mientras sí lo está la Historia de la Moda y el conocimiento tanto de las pinturas de Goya como de la indumentaria tradicional española a lo que añade su toque personal que se aprecia sobre todo en las sinuosas líneas de los vivos bordados y estampados de la vestimenta.

En ambos casos cabe destacar la importancia que tuvieron las aportaciones de Picasso en el tema del vestuario teatral ya que se encargan de plantear una alternativa a la estética oriental de los Ballets Rusos y, además aportan una modernidad de concepto hecha a base de influencias y personalidad que sorprende al espectador con algo novedoso y muy diferente al anterior, haciendo que cada obra se convierta en un evento único. Asimismo, la colaboración de un pintor ya afirmado (como era Picasso en aquel entonces) con el mundo del teatro, no hace que reforzar la idea de la dignidad de las artes aplicadas y, a la vez, de que la intersección entre disciplinas diferentes no sólo es posible, sino que da resultados interesantes y válidos bajo el punto de vista plástico.

Otra obra teatral importante dentro del Cubismo, por lo menos en lo que concierne al decorado y la indumentaria (menos en la temática, que ya apunta maneras surrealistas) es la *opéra bouffe*, *Los pechos de Tiresias*. Escrita en 1903 por Guillaume Apollinaire (publicada en 1918) se trata de una pieza pionera, junto con la obra *Ubú Rey* de Alfred Jarry¹¹⁵, de una manera surrealista de hacer teatro. *Los pechos de Tiresias* es un drama surrealista cuya protagonista es Teresa, una mujer feminista casada, de ideas feministas, que se niega a tener hijos y acaba convirtiéndose en hombre tras deshacerse de sus pechos y cambiando su nombre con el de Atresias. Será su esposo quien se encargará de parir a miles de hijos al fin de repoblar la ciudad de Zanzíbar. El vestuario, así como la escenografía, corrió a cargo de Serge Férat, pseudónimo del ruso Sergueï Nikolaïevitch Yastrebzov, afincado en París. La obra pictórica de Férat está influenciada por Picasso y Braque, ya que realiza

¹¹⁵ En 1896 se estrenó la obra de teatro *Ubú Rey*, todo un revulsivo para el mundo teatral en lo que a puesta en escena, iluminación, vestuario y gestualidad actoral se refiere. El personaje de Ubú Rey, símbolo de tiranía y ambición desmesurada, fue representado por Max Ernst en su obra *Ubu imperator* (1923) y posteriormente por Dora Maar en la icónica fotografía *Retrato de Ubu* (1936), imagen de un armadillo, que simboliza la distorsión de la realidad, dentro de una estética onírica y absurda.

cuadros según los dictámenes del Cubismo sintético, que se caracterizan por la intensidad cromática y, en ocasiones, por el uso de la técnica puntillista. A pesar de que la mayoría de sus obras son bodegones, tienen también algún arlequín u otros personajes del mundo del espectáculo, como saltimbanqui o titiriteros. Férat utilizó su lenguaje cubista para *Los pechos de Tiresias*: presenta un paisaje urbano desestructurado por planos y un vestuario colorista a base de máscaras de cartón (inspiradas en las africanas) y figuras geométricas superpuestas y recortadas, como triángulos o rectángulos, que dan tridimensionalidad a la vestimenta¹¹⁶.

Un capítulo aparte merecería el traje de luces que Picasso¹¹⁷ diseñó a principios de los 70 para su amigo, el torero Luis Miguel Dominguín, y que resulta interesante de cara al presente estudio por el uso del color que hace el artista a la hora de repensar un traje tan tradicional como es el tercio de la faena¹¹⁸. El diseño de Picasso, confeccionado por la Sastrería Fermín, prevé que la taleguilla, la chaqueta y el chaleco sean de un color verde ácido y los bordados realizados en el mismo tono. De este modo, el pintor crea una estética monocroma (quizás hija de aquellos postulados cubistas sobre el color) que resulta novedosa por el hecho de no presentar el uso del típico oro para los adornos y los alamares. Además, el propio tono del color verde resultó muy original y llamativo para la época ya que el verde no se solía utilizar y menos en este tono tan vivo, de hecho, los colores más utilizados para la tela de los trajes de luces solían ser: rojo, morado, azul claro, rosa palo, blanco o marrón. La elección del verde, por otra parte, está perfectamente en línea con el arte del pintor malagueño que utilizó este color en varios tonos y matices a lo largo de toda su carrera artística y en géneros diferentes que van desde el retrato hasta el bodegón.

2.3.3. Diseño de moda en el Futurismo italiano

Otra etapa importante en este discurso, nos sitúa exactamente en 1914, en Italia; este año el futurista Giacomo Balla (1871-1958) publica un manifiesto acerca de la indumentaria

¹¹⁶ BIROT P., Albert, “Les Mamelles de Tirésias”, *Rimes et Raisons*, dedicado a Guillaume Apollinaire, Éditions de la Tête Noire, Albi, 1946, p. 43-47.

¹¹⁷ En Málaga, desde 2009, se celebra todos los años una corrida de toros denominada *Corrida de Toros Picassiana* en honor del pintor, cuya afición al mundo del toreo se plasmó en numerosas obras.

¹¹⁸ Otro artista que tuvo cierta relación con la moda taurina fue Fernando Botero quien diseñó el capote de paseo de Cesar Rincón para su despedida en Bogotá. Por otra parte, diseñadores de moda tan conocidos como Armani, Victorio&Lucchino, Lorenzo Caprile, Christian Lacroix o Francis Montesinos aceptaron encargos del mundo de los toros diseñando para Cayetano Rivera o Javier Conde, entre otros.

masculina, *La indumentaria anti-neutral*, abriendo a las prendas para los hombres una ventana hacia un campo impensado y desconocido hasta entonces, basado en el color y la geometría cubista¹¹⁹.

Para los futuristas la moda era una expresión artística más y se dedicaron a buscar una manera de vestir acorde a los nuevos tiempos, coherente con aquella ruptura, aquella revolución cultural que estaban protagonizando. En su óptica, para romper con el pasado y poder innovar de verdad, hacía falta una negación radical y contundente de lo antiguo que pasaba a considerarse como obsoleto¹²⁰. El concepto de *arte total* es interpretado por este movimiento como una especie de imperativo categórico, un sentimiento de responsabilidad que obliga moralmente a los artistas a modificar la sociedad que les rodea despertando de un sentir estático, soñoliento y caduco¹²¹.

Al Grito de «¡Museos, cementerios!»¹²², los futuristas emprendieron una auténtica campaña contra el “arte oficial” con el fin de consagrarse a aquellas tecnologías que caracterizaban al mundo en el cual vivían y con el objetivo de transformar la mentalidad de una sociedad que se había quedado atrás respecto a la actualidad. Estaban determinados a llegar a un mayor número de personas posible, para que su mensaje cobrase fuerza y fuese difundido. Querían transformar la mentalidad de una sociedad anacrónica. La velocidad de los medios de transporte cada vez más sofisticados, el “ruido” de la sociedad industrializada, las ciudades modernas e incluso las del futuro, la ebullición de personas, luces, objetos en movimiento, en fin, todo lo que estaba relacionado con la tecnología y el avance científico, representaba el núcleo de sus expresiones artísticas y de sus teorías. Ellos, de hecho, consideraban que el arte vivía un notable retraso respecto a la sociedad contemporánea¹²³.

Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944) fue quien coordinó y animó a sus compañeros, convirtiéndose en el ideólogo del movimiento futurista¹²⁴; en efecto, él se daba perfectamente cuenta de que la sociedad estaba cambiando de manera radical y que se estaban viviendo unas transformaciones que influirían en la psicología y en la sensibilidad del hombre: «En verdad que la frecuentación cotidiana de los museos, de las bibliotecas y de las academias (¡Esos cementerios de esfuerzos perdidos, esos calvarios

¹¹⁹ BALLA, Giacomo, *La indumentaria anti-neutral*, Milano, 1914.

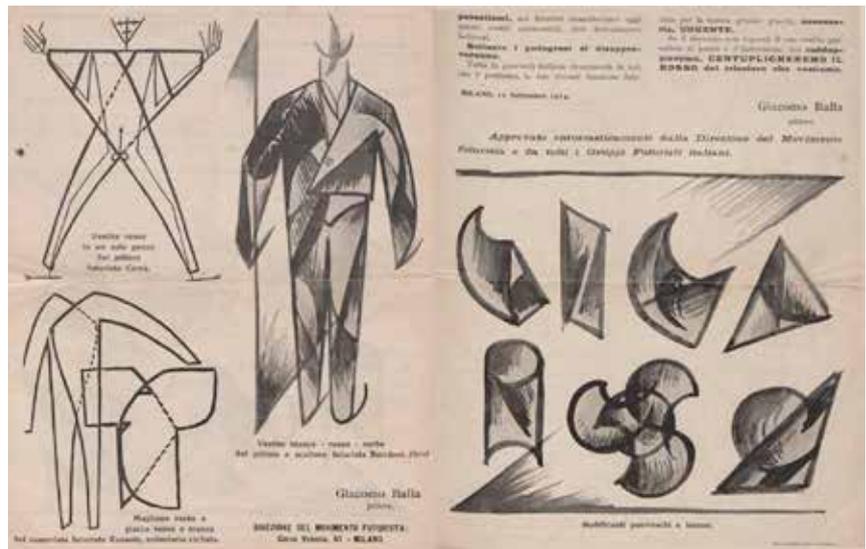
¹²⁰ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

¹²¹ TISDALL, Caroline, BOZZOLA, Angelo, *Futurismo*, Rusconi Editore, Milano, 1988.

¹²² MARINETTI, Filippo Tommaso, “Le Futurisme”, en *Le Figaro*, París, 20 de febrero, 1909, p. 2.

¹²³ *Ibidem*.

¹²⁴ TISDALL, Caroline, BOZZOLA, Angelo, *Futurismo*, op.cit.



Izquierda: Portada del manifiesto futurista *Il vestito antineutrale*, 1914.
 Derecha: Selección de dibujos del manifiesto futurista *Il vestito antineutrale*, 1914

Fuente: banco de imágenes de internet.

de sueños crucificados, esos registros de impetuosidades rotas...!) es para los artistas lo que la tutela prolongada de los parientes para los jóvenes de inteligencia, *enfervorecidos* de talento y de voluntad»¹²⁵.

Los futuristas reivindicaban un tipo de arte que utilizase nuevos medios, olvidando el pasado y criticando duramente aquellos lugares como museos o bibliotecas en los cuales se seguía dando voz a expresiones artísticas obsoletas y “carcomidas”. ¡Les emocionaba la velocidad de los coches más que la Victoria de Samotracia!¹²⁶ Los medios de comunicación, y, en concreto, la prensa, se convirtieron en el objeto de la exaltación de los futuristas, puesto que consideraban el desarrollo y las comunicaciones como los nuevos valores humanistas de la sociedad. Esta modalidad de expresión, renovadora en su aspecto teórico, y también en la incursión de contenidos sociales y políticos en el mundo del arte, marcó un cambio en el desarrollo de las artes plásticas, modificando la mentalidad de los artistas. La interacción de medios y la utilización de soportes diferentes, como la fusión entre pintura, tecnologías, teatro, Diseño de Moda, poesía, música, ruidos, cocina, fotografía etc. (como no mencionar las famosas veladas futuristas), sentaron las bases de un nuevo lenguaje artístico, abriendo a las infinitas posibilidades que, desde las *performances*, pasando por los *happenings*, han llegado hasta el arte electrónico y han ido configurando el arte contemporáneo¹²⁷.

¹²⁵ MARINETTI, Filippo Tommaso, *Le Futurisme*, op.cit., p. 3.

¹²⁶ *Ibidem*, p. 2.

¹²⁷ VINCA, MASINI, Lara, *L'arte del Novecento*, Giunti Editore, Firenze, 1989.

El movimiento futurista fue importante para la formación de la sensibilidad de Elsa Schiaparelli que, siendo de origen italiano, se verá inevitablemente influenciada por esta nueva forma de pensar. No solo su estética o su manera de concebir el arte, sino también la idea de espectáculo, de *performance* que tanto gustaba a los futuristas, deja huella en Elsa Schiaparelli que, cuando será una famosa modista, representante de la alta moda parisina, hará de sus desfiles unas auténticas *performances* organizándolos como espectáculos en los cuales, en ocasiones, el público participaba en primera persona¹²⁸. A través de las veladas futuristas, en efecto, se va introduciendo poco a poco el concepto de *performance*, así que el teatro, la música y la poesía conviven con la gastronomía para ofrecer al público un espectáculo multi-sensorial y tremendamente moderno¹²⁹. Aunque en 1914, el mismo año en el cual Giacomo Balla publica *El vestido anti-neutral*, Elsa dejará Italia para ir un tiempo a Londres, la influencia de los futuristas tendrá repercusiones en su obra, así como en la de artistas y creadores de toda Europa, ayudando a cuajar esta nueva forma de ver el arte. Con el concepto de *indumentaria anti-neutral*, Balla, en línea con la forma de sentir de su grupo y con la idea de reconstruir el entorno en base a la sensibilidad futurista, quiere plantear un traje anti-burgués, accesible para todo el mundo y que entroncase de forma coherente con el nuevo arte propuesto. En efecto, los futuristas llevan el concepto de arte total al terreno de lo social, apostando por un arte no elitista. Este concepto de democratización del arte comprende también el de la ropa que, por lo tanto, va a integrarse, aunque solo a nivel puramente teórico y especulativo, con el camino hacia el *prêt-à-porter*, cuya llegada al mundo de la moda sabemos



Arriba. *Traje futurista antineutral*, 1920.
Abajo: Chaleco *futurista* de Fortunato Depero, 1920.

Fuente: banco de imágenes de internet.

¹²⁸ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

¹²⁹ TISDALL, Caroline, BOZZOLA, Angelo, *Futurismo*, op.cit.



Fotografía de Fortunato Depero y Marinetti con chalecos de Fortunato Depero, Bolonia, 1920.

Fuente: banco de imágenes de internet.

hoy en día¹³⁰ que ha sido el resultado de la conjunción de factores diferentes y pertenecientes a épocas distintas, desencadenados a partir de la Revolución industrial.

Partiendo de la base que el Diseño de Moda es arte, Balla defiende la utilización de los colores para los trajes, como si de un cuadro se tratara. También los cortes son parte integrante del proceso artístico, por esto Balla propone cortes transversales, empezando por el famoso cuello en “V”, hoy en día muy en boga. A través del traje futurista, el arte entra en la calle, sale de los lugares institucionales donde se conserva y se vuelve popular, llega a estar al alcance de cualquiera. Al individuo corresponde el papel de personalizar su propia indumentaria a través de los modificantes, es decir de los complementos que, elegidos en base al gusto de cada uno, reflejan la personalidad de quienes los llevan

puestos¹³¹. Estos conceptos, a nivel plástico, se traducen en prendas de colores vivaces, confeccionadas con tejidos estampados a base de figuras geométricas, acordes al espíritu y la estética futurista a la vez que a la síntesis cubista.

En 1915 Giacomo Balla y Fortunato Depero (1892-1960) redactan juntos uno de los muchos manifiestos del Futurismo, *Reconstrucción futurista del universo*, en cuyos enunciados elogian el color, la luz y la abstracción como elementos plásticos fundamentales a aplicar en todos los sectores, incluyendo la moda¹³². De aquí que también Fortunato Depero, siguiendo las directrices futuristas, presentará creaciones extravagantes y coloristas en el campo del diseño de la indumentaria masculina como si de obras de arte se tratara, centrándose sobre todo en los chalecos. Conocida es de hecho una foto en la cual él y Marinetti llevan puestas estas curiosas prendas bajo la mirada atónita de los transeúntes, sin dejar de despertar, podemos suponer, cierta hilaridad¹³³.

¹³⁰ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

¹³¹ BALLA, Giacomo, *La indumentaria anti-neutral*, op.cit.

¹³² BALLA, Giacomo, DEPERO, Fortunato, *Reconstrucción futurista del universo*, Milán, 1915.

¹³³ Pensando en las prendas futuristas, no puede no venirme a la mente lo que décadas más tardes propondrá el modisto italiano Ottavio Missoni (1921-2013) quien, sobre todo con sus jerséis de punto, así como chalecos coloristas, revolucionará la moda masculina añadiendo el elemento cromático a la indumentaria para el hombre.

Por otra parte, en 1920 Volt (Vincenzo Fani, 1888-1927) publica el *Manifesto futurista de la moda femenina*¹³⁴. Este sector de la indumentaria es dejado en un segundo plano, por el movimiento, con respecto al sector masculino y esto es así por varias razones. Por un lado, la visión de cierta misoginia que caracterizó el movimiento futurista, influye en la determinación de no centrarse en la revolución del traje femenino, por otra parte, puesto que uno de los métodos que utilizaban los futuristas para desestabilizar a la sociedad era sorprenderla, está claro que el clamor y la sorpresa que podía levantar el hablar de trajes de hombres de colores era superior a cualquier otra propuesta en el campo de la moda femenina. En efecto, mientras que la indumentaria para las mujeres había seguido evolucionando y modificándose a lo largo de la historia, la masculina, desde hace más de un siglo, había permanecido sin variaciones, tanto en las formas como en las gamas cromáticas. La verdadera revolución estética era, según ellos, llevar a la calle hombres con vestidos de colores chillones y alegres, rompiendo con la tradición y el abuso de los colores oscuros y tristes que, por otra parte, delataban un cierto esnobismo burgués. Entregado a la velocidad, tanto física como en sentido abstracto, como todo artista vinculado al Futurismo, Volt hace de la asimetría un elemento fundamental de la renovación de la ropa femenina: las líneas fragmentadas, los dibujos de zigzag o las espirales se vuelven elementos esenciales que contribuyen a dar mayor sensación de movimiento a las prendas. También muy experimentales son sus propuestas de utilizar, en el sector textil, materiales alternativos como papel, aluminio o vidrio e impensados como corteza, caucho o hierro; hasta plantas y animales vivos llegaron a plantear como posibles materiales. En nuestra opinión, de todos sus estudios sobre la moda, es en este aspecto en concreto donde más demuestran ser unos auténticos visionarios, adelantándose a los tiempos y lanzando la idea de la experimentación con nuevos tejidos.

A este propósito, es importante recordar que Elsa Schiaparelli se considera una de los primeros diseñadores de moda en hacer propuestas alternativas con tejidos sintéticos así como materiales experimentales¹³⁵. En este aspecto, por ejemplo, esta forma de sentir de la modista italiana entronca perfectamente no solo con el sentir futurista sino también con el concepto surrealista y la poética del objeto encontrado, convirtiéndola, a nuestro entender, en un curioso *trait d'union* entre estos dos movimientos tan diferentes entre sí, tanto en cuanto a los contenidos como en lo que concierne a la forma de la creación artística.

¹³⁴ FANI, Vincenzo, “Manifesto della moda femminile futurista”, en *Roma Futurista*, Roma, febrero, 1920.

¹³⁵ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.



Adriana Bisi, ilustración de moda para *La Domenica Illustrata*, 1911.

Fuente: banco de imágenes de internet.

En el ámbito futurista cabe destacar a la pintora Adri, es decir Adriana Bisi Fabbri (1881-1918), quien, además de ser una magnífica bordadora, retratista y caricaturista, realizó ilustraciones de moda para la revista *La Domenica illustrata* y diseñó figurines para la Casa de Moda de Domenico Ventura. Activista y de actitud reivindicativa, Adri es también recordada por su contribución a la causa feminista gracias a su compromiso con la nueva idea del género femenino, algo que manifestaba utilizando a menudo indumentaria masculina y sobretodo, participando activamente a la vida cultural de la época (a través de exposiciones y publicaciones), algo no muy frecuente en aquel entonces y menos en la Italia de principios del siglo XX. Morirá de gripe española a la edad de treinta y siete años, dejando detrás de sí una estela imborrable de compromiso con la cultura y con la causa feminista que son objeto de estudio y admiración también hoy en día. Otra mujer futurista que tuvo cierta relación con el mundo de la moda fueron Alma Fidora (1894-1980) quien diseñó abanicos, estampados para tejidos y algún vestido además de bordar unos paneles que los futuristas llevaron a París a la *Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes* de 1925. A pesar de que la mayoría de sus creaciones se han perdido a causa de los bombardeos que sufrió Milán en la Segunda Guerra Mundial, lo que nos queda

de ella nos da la medida de su sensibilidad artística que la llevó hacia la abstracción¹³⁶.

Un tratamiento aparte merece el florentino Thayaht (1893-1959) cuya incursión en el mundo de la moda se debe a que fue diseñador de joyas y, sobre todo al encuentro que tuvo en París en 1918 con Madeleine Vionnet para la que trabajó desde 1919 hasta 1925 diseñando conjuntos de gran actualidad y atrevimiento de intensos cromatismos y formas geométricas, además del logotipo en puro estilo Art Decó. Gracias a su trabajo con Vionnet, Thayaht se convierte así en el único futurista en trabajar en el sector de la moda especializándose en vestidos para las mujeres de los locos años veinte. Sus

¹³⁶ CAPASSO, Livia, *Il volto femminile del Futurismo*, in vitaminevaganti.com, 2020.

diseños aportan a la *Maison* de Rue de Rivoli una figuración geométrica de herencia cubista y con efectos caleidoscópicos que se repetía en los intrínsecos volúmenes de las prendas que, a base de flecos y volantes daban una sensación de movimiento, muy en línea con la vida de la época, además que con su sensibilidad futurista. Los elementos decorativos, a veces, se inspiraban también en las vasijas griegas de la fase geométrica y Grecia le inspiraba también en las formas de sus prendas que podían dejar un hombro al descubierto, como ciertas esculturas clásicas, jugando con la asimetría, o presentar cuatro tirantes en vez de dos, re interpretando el peplo dórico. En sus creaciones se aprecian también guiños a la estética japonesa, como atestigua el uso que en ocasiones hacía de las mangas de quimono, así como a la indumentaria medio oriental (prueba de ello son las faldas con cola o los vestidos holgados).

Thayaht es reconocido también por haber diseñado, junto a su hermano, conocido con el nombre artístico de RAM, en 1919 la popular *tuta d'un pezzo*, un mono unisex de trabajo en forma de T que servía para desarrollar tareas manuales de la manera más cómoda posible, razón por la que se le considera pionero en el diseño del vestuario profesional. La misma palabra *tuta*, fue una creación totalmente futurista, ya que ellos, en su afán de crear un mundo nuevo, también inventaron algunas palabras que antes no existían en el diccionario italiano. La *tuta d'un pezzo* preveía también la versión femenina, con falda (prácticamente una especie de bata), sin embargo, la versión de pantalón estaba pensada como prenda unisex (en una época en la que este concepto aún no existía) ya que satisfacía las exigencias de los trabajadores de ambos géneros, razón por la que el mismo Thayaht la definió «universal». La prenda, además de cómoda y holgada, era muy barata y venía con cuatro amplios bolsillos, con un cinturón para que se ajustara en base al gusto de cada uno y en color azul marino para que resultase alegre, sufrido sin duda, pero también divertido. Esta prenda fue tan novedosa (y necesaria) en su época, que fue anunciada por el periódico *La Nazione* que, en 1920, le dedicó un reportaje sellando así los cambios económicos y sociales que la *tuta* representaba. Esta prenda, de hecho, tenía detrás un importante mensaje social, de reivindicación, ya que alimentaba la idea de pertenecer a un colectivo, el proletariado, que, unido, se identificaba como un corpus único fomentando la identidad de grupo. Unos años después, esta prenda se empezó a llevar con zapatillas



Thayaht, *Tuta d'un pezzo*, 1919.

Fuente: banco de imágenes de internet.

de la marca italiana *Superga* que, activa desde principios del siglo XX ya confeccionaba su famoso modelo clásico, aún en venta hoy en día, realizado en tela y suela de goma vulcanizada (que aislaba del frío).

2.3.4. Moda y vestuario en el Dadaísmo

Durante la Primera Guerra Mundial, el movimiento Dadá, en su afán provocativo y crítico respecto a las artes, reaccionaba al clima bélico con la protesta: mezclaban el uso de la prensa con la fotografía, exaltaban objetos de uso cotidiano y abogaban por la idea de obra de arte impersonal. Su batalla en contra de la institucionalización del arte, los llevó a buscar nuevos medios, como es el caso del poeta Hugo Ball que leyó algunas de sus poesías en el teatro, burlándose de la seriedad y compostura del sitio y que, con la creación del *Cabaret Voltaire*, en 1916, contribuyó a sentar las bases de los futuros *happenings* y *performances* dando un importante empujón para que el público, provocado por las obras de los artistas que habían adherido al movimiento, reconsiderase los cánones estéticos hasta entonces valorados¹³⁷. Marcel Duchamp (1887-1968), además de sus *ready-made* (el primero lo realizó en 1913), fue pionero también en el campo del arte cinético, indiscutible precursor del video-arte. Los *Rotoreliefs*, anticipados por el *ready-made*, *Rueda de bicicleta* (auténtica obra de culto entre los aficionados al arte cinético), y piezas como *Anemic cinema*, son experimentos dinámicos que ratifican la inquietud por el artista de reproducir el dinamismo o, dicho de otro modo, de introducir el tiempo en el arte. Ya en la pintura *Desnudo descendiendo una escalera* (1912) se observa como el artista estuviera a la búsqueda de una representación del movimiento y como se remite a la descomposición cubista para alcanzarla; sin embargo será solo con la combinación del uso de los “discos rotatorios” con la cámara que podrá satisfacer su inquietud¹³⁸.

El Dadaísmo recurre al diseño de ropa, entendido como creación de disfraces en el caso del famosísimo traje que Hugo Ball (1886-1927) luce en una foto tomada en el *Cabaret Voltaire* mientras que él declamaba su loco poema sonoro *Karawane*. Se trataba de unos cilindros de cartón azul que iban conjuntados con un sombrero azul y blanco, una capa dorada y unas pinzas que ocultaban las manos. Las facciones humanas, a excepción del rostro, quedaban así totalmente ocultas y el resultado era, además, que Hugo Ball quedaba prácticamente inmovilizado, lo que contribuía a aumentar el estupor

¹³⁷ VINCA, MASINI, Lara, *L'arte del Novecento*, op.cit.

¹³⁸ *Ibidem*.

del público. De hecho, uno de los principales factores de apalancamiento del Dadaísmo era el contraste inesperado de los sentidos, jugando con la estética del absurdo. El carácter nihilista del movimiento, en efecto imponía todo rechazo de las tradicionales formas artísticas y poéticas, desde las artes plásticas hasta el teatro, pasando por la música, la literatura etc. Así que esta indumentaria era parte fundamental del discurso llevado a cabo por el grupo, y por Hugo Ball en lo específico, ya que alejaba del concepto burgués de arte y desplazaba hacia una dimensión “otra” e irreconocible al público que era así invitado a vivir una experiencia al margen de la realidad y más cercana a la alucinación. Una fuga/rechazo, impuesta por la situación política y el primer conflicto bélico, que pivota alrededor de un sentimiento anticonformista e irreverente que tiene la finalidad de agitar conciencias dormidas

en un momento en el que no se puede permanecer ni callado ni ausente. El traje fue diseñado a cuatro manos por el mismo Hugo Ball y por el artista rumano de origen israelí, Marcel Janco (1895-1984), quien se encontraba en Zúrich en aquellos años. Ambos artistas publicaban asiduamente en la revista suiza *Symbol*, luego crearon el grupo *Artistas radicales*, considerado el principal antecedente del Dadaísmo, y finalmente fundaron el Dadaísmo en 1919 junto a otro rumano ilustre, el genial Tristan Tzara (1896-1963). El diseño de este traje es de inspiración cubista, ya que se basa en el concepto de *collage*, y por la rigidez de las formas, y es acorde a la estética geometrizarante del pintor que pasó por las principales vanguardias históricas como Cubismo, Expresionismo o Dadaísmo. Janco, por otra parte, realizó entre 1918 y 1919 varias máscaras de papel, inspiradas en las africanas (otro elemento que lo une a los cubistas) que sorprenden por la variedad de las hechuras. No se trataba de piezas que naciesen con la vocación de ser llevadas puestas, sino tenían una especie de valor chamánico y propiciatorio, de carácter puramente simbólico, que aporta cierto misticismo al Dadaísmo. Estas creaciones extravagantes son una feliz unión entre el Janco artista plásticos de mirada cubista con el Janco teatral,



Hugo Ball en el *Cabaret Voltaire*, presentando el poema *Karawane*, 1916.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Hannah Höch con una de sus *Dada dolls* (1925)

Fuente: banco de imágenes de internet.

dadaísta, vinculado al trabajo como escenógrafo y diseñador de vestuario que realizaba para el grupo del Cabaret Voltaire.

En la misma línea se encuentran las creaciones de Hannah Höch (1889-1978) que, aunando el *collage* con el ejercicio creativo del diseño de vestuario, nos regala también unas piezas de gran interés por la libertad intrínseca en la idea. Se trata de las *Dada dolls* (1916), unos figurines y algunas muñecas fruto de una aparente unión azarosa de elementos; algo que aporta un concepto anticonformista y rebelde al diseño de vestuario, además de contribuir a eliminar ciertos cánones y estereotipos que se van transmitiendo de generación en generación. Hanna Höch invita así a una reflexión sobre los tópicos de la feminidad y anima a re-escribir ciertos conceptos bajo la luz innovadora de las vanguardias y de la visión feminista, algo muy interiorizado,

en su caso. La atención se desplaza, de este modo, del ámbito público al privado, algo fundamental para empezar a hablar de libertades individuales.

Este discurso reivindicativo está también detrás de las creaciones de Sophie Taeuber (1889-1943), quien destaca en el campo del diseño de vestuario en el ámbito dadaísta. Sophie era la esposa de Jean Arp, a quien conoce en Zúrich en 1915, pero, sobre todo, era una persona de una sensibilidad creativa extraordinaria. Profesora de la Escuela de Artes y oficios de la ciudad suiza, bailarina de danza expresiva, artista vinculada al Dadaísmo, es conocida también, además, por haber creado una colonia de artistas en el sur de Francia junto a Sonia Delaunay. Como profesora en los talleres textiles de la Escuela, realiza varios tapices y objetos de hilo, con una figuración geometrizable, abstracta y colorista en la que, en ocasiones, se insertan elementos visuales africanos, en línea con la sensibilidad de la época que invocaba la recuperación de la artesanía elevada a la categoría de arte. Incluso después de dejar Zúrich seguirá dedicándose a sus tapices que enmarcaba, y que presentan unas cuadrículas geométricas intensamente vibrantes que transmiten serenidad y equilibrio. Como bailarina, por otra parte, cabe mencionar una fotografía que la retrata bailando con una máscara de Marcel Janco. Famosos son dos disfraces que realizó en telas cuya decoración era a base de líneas y rectángulos y que iban conjuntados con dos máscaras de gran tamaño que cubrían enteramente la cabeza y que introducen el elemento primitivista en el diseño de ropa y vestuario. Finalmente, Sophie Taeuber diseñó también

unas marionetas para *El rey ciervo*, inspirada en una fábula de Carlo Gozzi, uno de los máximos representantes de la *Comedia del Arte*. Las figuras presentan volúmenes desenfadados y resultan de increíble actualidad en el tratamiento de la madera. Es probablemente como consecuencia de este encargo, que hizo que se familiarizara con la ebanistería, que empieza a crear unas cabezas Dadá (años 20) de múltiples acabados y que nos pueden recordar a soportes para sombreros elevados a la categoría de escultura.

Para terminar, creemos que puede ser interesante mencionar a la artista dadaísta alemana Elsa von Freytag-Loringhoven (1874-1927), que realizó unos trajes geometrizarantes que ella misma lucía y cuya obra está siendo rescatada en los últimos años tras el olvido al que el canon histórico la había sometido y quien escandalizó varias veces a los conservadores de su época por sus actuaciones subidas de tono. En tiempos recientes se ha dado a conocer la amistad que la unió a Marcel Duchamp y ha ido surgiendo la hipótesis de que haya empezado en 1913, a la par que Duchamp, a realizar *ready-made*. Es el caso de la pieza titulada *Enduring Ornament* (1913), un auténtico objeto encontrado, ya que se trata de un anillo de hierro oxidado de casi nueve centímetros de diámetro, probablemente de uso industrial, que la artista encontró camino a celebrar su boda, y que decidió elevar a obra de arte, quizás como símbolo de la entrega del matrimonio, quizás como gesto rescatador frente al consumo de masa, ya incipiente en los Estados Unidos¹³⁹. Un gesto, el de la descontextualización y reinterpretación, que en el mismo año realiza Duchamp con su primer *ready-made*, *Rueda de bicicleta* (1913). Esta coincidencia temporal ha dado pie a interpretaciones discordantes sobre la autoría de la invención del concepto de *ready-made* en arte¹⁴⁰. De todas formas, al margen de este debate, sin duda importante y que



Sophie Taeuber-Arp y su hermana con disfraces Dada.

Fuente: banco de imágenes de internet.

¹³⁹ G. DURÁN, Gloria, *Baronesa dandy Reina Dadá*, Madrid, 2013.

¹⁴⁰ TORRECILLA, Elia, “La baronesa dadá y el urinario de Duchamp”, en el periódico digital *The Conversation*, 2019.



Elsa von Freytag durante una de sus performances en Nueva York, 1916.

Fuente: <https://elmundo.es>

esperemos se llegue a dilucidar pronto, lo que en este contexto mayormente nos interesa es su faceta de *performer* y el hecho de que, en varias ocasiones, fuese ella misma quien confeccionase sus propios vestidos para sus acciones, a veces utilizando el reciclaje ya que reutilizaba objetos de deshecho para embellecer su esbelta silueta. Durante las *performances* ella usaba su cuerpo como superficie artística, lo que la convierte en una pionera del lenguaje corporal en las artes plásticas. En el caso del disfraz cubista¹⁴¹ con el que es fotografiada dos veces (por un autor o autora anónimo/a) en 1916, vemos cómo se convierte en la encarnación de un cuadro cubista. La indumentaria que lleva consta de un corsé y un pantalón corto a juego con un tocado atado por debajo de la barbilla, coronado por

una pluma, y unos zapatos de bailarina con lazos hasta el tobillo. Se trata de prendas posiblemente diseñadas por ella misma, en las que destacan tanto la geometría de las rayas que recorren su cuerpo en sentido vertical y horizontal, como la tela que utiliza para el corsé, que me recuerda al Fernand Léger más abstracto. Finalmente, llama especialmente la atención la abotonadura de la parte delantera del corsé que se sirve de un entramado de aire “casero” de lazos, botones y broches de lo más original. El resultado es un conjunto alegre y desenfadado que, visto a la luz de los acontecimientos posteriores, la sitúa en una precursora del saber jugar con su propio cuerpo sin ataduras, renunciando a estilismos ortodoxos. De hecho, aunque es cierto que no se trata de prendas pensadas para salir a la calle (de esto ya se encargan en estos años diseñadores extraordinarios de la talla de Poiret), sin embargo, sí plantea la relación entre arte y moda, *performance* y diseño, rompiendo barreras y preparando el terreno a aquellos y aquellas artistas y diseñadores o diseñadoras que, en el futuro, recorrerán el camino de la modernidad.

¹⁴¹ LUCAS, Antonio, “Elsa von Freytag, la baronesa dadá”, en *El Mundo*, Madrid, 26 de abril, 2015.

2.3.5. Vestuario al servicio de la revolución: vanguardias rusas y otras contribuciones de la Europa del Este

Will Gompertz describe este momento con las siguientes palabras: «Hacia 1913 los aperturistas artistas rusos ya estaban a la par de sus homólogos de Europa occidental. Habían asimilado las ideas y estilos de Monet, Cézanne, Picasso, Matisse, Delaunay y Boccioni, y eran ahora partidarios y practicantes del Cubo-Futurismo. El grupo de San Petersburgo tenía tal confianza en sus talentos artísticos que empezaron a poner en duda la osadía e intrepidez de sus amigos de Occidente. Varios artistas rusos pensaban que Picasso y compañía habían ido muy lejos, pero no lo bastante.

Entre ellos estaba Kazimir Malévich (1878-1935), un pintor de talento [...]. Su experimentación con lo absurdo y el derecho del artista a expresarse estaban en armonía con el espíritu de la vanguardia rusa, que había desarrollado su propio enfoque contestatario del Futurismo, resumido en el título de su manifiesto futurista de 1913, *Una bofetada al gusto del público*.

Esa amenaza artística la cumplieron con una incomprensible ópera de estilo futurista llamada *Victoria sobre el sol* (1913). El libreto fue escrito por el poeta futurista ruso Alexei Kruchenykh [...]. Los Hombres Fuertes del futuro agarran el sol del cielo y lo aprisionan en una caja, con el pretexto de que representa el pasado decadente [...]. La partitura fue compuesta por Mijaíl Matyushin e incluía pasajes sin melodía»¹⁴². Los escenarios y el vestuario corrieron a cargo de Malévich quien así contribuyó con aportaciones de gran interés al mundo del teatro, de la puesta en escena y de la indumentaria. El pintor ruso apuesta por un vestuario escénico hecho a base de volúmenes geométricos realizados con cartones. El resultado es un conjunto de estructuras que se asemejan más a armaduras que a vestidos propiamente dichos, lo que sitúa la escena en un futuro imaginario, donde los actores, además, no figuran como humanos ya que sus rostros están cubiertos por extrañas máscaras. Los mismos movimientos de los personajes eran rígidos y sincopados, acordes con esta estética fruto del delirio. «Un vestuario que, con su expresividad máxima, pretendía agredir al espectador con propuestas de imágenes poco convencionales para el público de la época¹⁴³».

¹⁴² GOMPERTZ, Will, *¿Qué estás mirando?*, op.cit.

¹⁴³ FERNÁNDEZ, Diana, *Malevich, el constructivismo y “Una victoria sobre el sol”*, en vestuarioescenico.wordpress.com, 2014.

El Constructivismo ruso, por otra parte, con su idea de renunciar “al arte por el arte” a favor de expresiones artísticas comprometidas y coherentes con las consecuencias sociales y políticas de la revolución rusa, impulsó, conjuntamente al Futurismo italiano, a muchos artistas para que dejaran la pintura tradicional, considerada literalmente inútil¹⁴⁴. En efecto, ya a partir de las conferencias que dio Marinetti en 1914 en Rusia, se observó cómo los artistas habían ido re-elaborando los contenidos cubistas y futuristas abogando por un arte renovador y buscando caminos propios y personales¹⁴⁵. El Constructivismo, encabezado por Vladímir Tatlin (1885-1953), que en 1915 había participado en la *Última exposición futurista 0.10*, concibe un arte al servicio de la nueva sociedad comunista. El Diseño Gráfico, la pintura y la escultura abstracta, la fotografía, la tipografía, el fotomontaje, la arquitectura, el cine, la moda, se convierten en los ejes de la expresión artística, cuyo objetivo último es contribuir al desarrollo del progreso social¹⁴⁶. En palabras de Julia Barroso: «Esta visión optimista de la máquina liberadora del ser humano fue una de las razones de la alegre bienvenida otorgada al régimen bolchevique unos años más tarde, dado que prometía un mundo nuevo, una sociedad transformada por la industrialización y por la máquina. Esa visión exaltada románticamente de la misma está en la base de los “ismos” o corrientes que se identificaron con la revolución, y en particular con la estética del Constructivismo. El teatro fue la forma de expresión más completa del Futurismo ruso, de manera similar a lo que aconteció dentro de otras corrientes de vanguardia»¹⁴⁷. La Revolución rusa había realizado el deseo de renovar las formas del arte, atribuyéndole funciones sociales importantes como directa consecuencia del deseo de operar en contra de todo lo tradicional (incluidas las expresiones artísticas), símbolo y representación material de la cultura zarista. Fue también consecuencia de este entusiasmo hacia la sociedad industrial que Stalin encargará a Elsa el diseño de unos monos para las trabajadoras de Moscú, aunque, como veremos, las dos figuras resultarán ser profundamente incompatibles. Además, el carácter de lucha igualitaria del movimiento hace que sea uno de los primeros en los que las mujeres participen de forma activa aportando su punto de vista. Es el caso de Varvara Stepanova y Liubov Popova, dos mujeres que se dedicaron al diseño textil, algo que hizo también el mismo Vladímir Tatlin. Empezando por este último, la influencia que ejercen sobre su arte el Cubismo y

¹⁴⁴ VINCA, MASINI, Lara, *L'arte del Novecento*, op.cit..

¹⁴⁵ *Ibidem*.

¹⁴⁶ VINCA, MASINI, Lara, *L'arte del Novecento*, op.cit.

¹⁴⁷ BARROSO VILLAR, Julia, *Tema, iconografía y forma en las vanguardias artísticas*, Ediciones Ajimez libros, Castrillón, 2005, p. 293.

el Futurismo queda patente también en sus diseños de prendas y vestuario para el teatro como aquellos que realiza para la Ópera *La vida por el Zar*. Sin embargo, es en el diseño de prendas de uso diario donde destaca su dominio del oficio ya que se trata de diseños de indumentaria pensada para ser llevada por el pueblo y no de vestuario teatral o escénico, lo que les otorga a estos diseños una notable importancia en lo que a la esfera más conceptual del Diseño de Moda se refiere. Interpretando al máximo el ideal bolchevique de crear una nueva Rusia, Tatlin se vuelca en todas aquellas disciplinas necesarias para materializar esta idea de renovación social, política y económica que predicaban los revolucionarios, así que la indumentaria se convierte, en este caso, en una parte más del amplio proyecto renovador que se estaba planteando en la Rusia de aquellos años. Un concepto anti moda ya que el diseño de las prendas se rige por criterios exclusivamente prácticos ya que la funcionalidad ha de ser el principal objetivo: lejos de esnobismos y frivolidades, la indumentaria constructivista pretendía ser cómoda, sufrida, fácil de limpiar y duradera, así que las telas se elegían para que cumpliesen con estos requisitos y no importaba si pudiesen resultar ásperas y nada amables en contacto con la piel. La línea era recta y con largas abotonaduras, de corte claramente militar, como se aprecia en chaquetas y abrigos que Tatlin diseñó, tanto para hombres como para mujeres. Los pantalones se cerraban en los tobillos para conservar el calor y evitar que los bajos se pudieran enredar en la maleza. Finalmente, los bolsillos eran de grandes dimensiones y su finalidad era puramente práctica, sin tener en cuenta la línea de la prenda. Su prenda más conocida, y quizás podríamos decir, lograda, fue el llamado *abrigo modular*, holgado, de línea ovalada, confeccionada en tela impermeable, constaba de tres módulos que podían usarse por separado, lo que permitía aprovechar la misma prenda tanto en invierno como en otoño. Este gabán venía con un sistema de forros, uno de



Jóvenes bolcheviques con trajes de Varvara Stepanova, 1924.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Vestido diseñado por Liubov Popova en 1924.

Fuente: <https://historia-arte.com>

franela, más ligero, y otro de piel para los meses más fríos, además, el cuello presentaba una abotonadura muy alta que permitía abrigar hasta por encima de la nariz. Con estas creaciones, Tatlin deja de lado algunos de los elementos más representativos del Diseño de Moda, como el color, que era elegido por motivos prácticos y no estéticos, o la línea, cuya única finalidad era permitir el movimiento en todas las posiciones posibles.

Varvara Stepanova (1894-1958) la enmarcamos dentro de la segunda generación del Constructivismo y la asociamos al grupo *Amazonas de la vanguardia* del que forma parte junto a las artistas rusas de renombre: Alexandra Exter, Natalia Goncharova, Liubov Popova, Olga Rozanova y Nadezhda Udaltsova¹⁴⁸. Vinculada, como Tatlin a la revolución, participa de la idea sobre el cambio social, estando al servicio del Soviet y abogando por un claro desarrollo en todos los ámbitos culturales. Esposa de Alexandr Rodchenko (1891-1956), compartía con su marido tanto la modernización de las artes plásticas y del diseño, como la defensa de su accesibilidad a las masas al fin de eliminar la idea trasnochada de élite intelectual. En virtud de esta ideología se dedicó, de hecho, a muchas disciplinas como la Poesía, la Filosofía, la Pintura, la Fotografía, el Diseño Gráfico (sobre todo en lo que a los carteles de propaganda se refiere), la Escenografía (llegando a trabajar para el *Teatro de la Revolución*), así como al Diseño Textil y de Moda. De sus diseños trasciende esta lucha contra la élite opresiva y esnob del pasado, ya que se aprecia cómo elimina todo elemento ornamental que pudiera recordar la indumentaria de la aristocracia; en su lugar, se centra en la funcionalidad, entendida en el sentido más amplio del término: tanto de uso, como de producción. El resultado son diseños geométricos, en línea con los conceptos cubistas y futuristas, y tejidos económicos. Sus creaciones se pueden dividir en las tres siguientes tipologías: el *prozodezhda*, o traje de producción, el *spetsodezhda* y el *sportodezhda*. El *prozodezhda* era una prenda funcional, pensada para el trabajo, que debía resultar lo más cómoda posible para los y las trabajadoras. Para optimizar los tiempos de producción, fue concebida siguiendo el sistema industrial del *Taylorismo*, de hecho, estaba basada en patrones sencillos de reproducir. El *spetsodezhda* era una prenda especializada y protectora que valía tanto para cirujanos como para militares o trabajadores de fábricas que manejasen productos corrosivos. Se trataba de una especie de mono que, de hecho, con el tiempo, en la versión de camuflaje, fue adoptado casi en exclusiva, por el KGB. Finalmente, está el *sportodezhda*, es decir prenda deportiva; se trataba de una indumentaria de líneas y colores llamativos que servían para facilitar la distinción de un

¹⁴⁸ VVAA, *Amazonas de la vanguardia*, catálogo de la exposición del Museo Guggenheim de Bilbao, celebrada del 13 de junio al 27 de agosto de 2000, Bilbao, 2000.

equipo de otro por parte del público. Este tipo de indumentaria, como es fácil imaginar, cosechó un gran éxito entre los gobernantes ya que el deporte era ampliamente potenciado en la sociedad soviética que lo consideraba una actividad esencial que, además de ayudar a configurar el ideal humano de fuerza y robustez, fomentaba el espíritu patriótico. Finalmente, cabe mencionar que Stepanova también se dedicó al diseño textil y trabajó para la fábrica estatal de estampado textil realizando motivos abstractos y coloristas de carácter geométrico que se adelantan, en nuestra opinión, a cierto *Optical Art* de la década de los sesenta. Algunas de las creaciones de Varvara Stepanova fueron publicadas en la revista *Lef*, que, nacida en 1923 de la mano del crítico Ósip Brik y el poeta Vladímir Mayakovski y popularizada también gracias a las innovadoras portadas de Ródchenko, tenía el cometido de hacer propaganda y difundir todo arte que estuviera al servicio de la revolución.

Si las prendas de Tatlin y Varvara Stepanova destacan por interpretar plenamente los ideales de la revolución bolchevique, las creaciones de Liubov Popova (1889-1924), sin embargo, llaman la atención por su carácter internacional y aperturista ya que supo plasmar los ideales estéticos y vanguardistas del Constructivismo en unos diseños que brillan por su modernidad, sin tener nada que envidiar incluso a cierta indumentaria que se estaba confeccionando en el moderno París de aquellos años¹⁴⁹. Su intención es servir a la revolución creando diseños para la nueva industria, en este caso, del sector textil y, para que ésta sea competitiva a nivel internacional, se especializa en vestidos largos, de cintura baja, confeccionados con telas de vibrantes estampados geométricos, lo que según Will Gompertz, puede recordar la moda llevada por las *flappers* parisinas¹⁵⁰. Su idea era crear prendas que se pudieran producir en masa siguiendo los postulados de lo que se



Varvara Stepanova, *prozodezhda*, 1924.

Fuente: banco de imágenes de internet.

¹⁴⁹ VVAA, *Liubov Popova 1889-1924*, catálogo de la exposición celebrada en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía del 18 de diciembre de 1991 al 17 de febrero de 1992, Madrid, 1991.

¹⁵⁰ GOMPERTZ, Will, *¿Qué estás mirando?*, op.cit.

definirá como *prêt-à-porter*, lo que le permite superar los estándares de la manufactura textil rusa en lo que al corte y la confección se refiere. Pintora de estilos eclécticos, Liubov Popova consiguió crear un arte muy personal, aunque perfectamente en línea con los ideales estéticos y políticos del Constructivismo ruso, sin embargo, es en el Diseño de Moda donde destaca por su personalidad innovadora. Fallecida prematuramente con sólo treinta y cinco años, no pudo desarrollar más su creatividad, quedando así bruscamente interrumpida una carrera artística que, posiblemente, nos habría enriquecido con más contribuciones importantes. De todas sus creaciones, podemos centrarnos en la descripción del figurín de un vestido de 1924 cuyo estampado presenta motivos abstractos de círculos y líneas y cuyos colores son tres: blanco, negro y azul; esenciales y refinados. Lo que más llama la atención de este diseño, de todas formas, no es tanto el estampado en sí, sino el corte amplio y afrancesado de un vestido de manga corta que presenta varios volantes en el escote, que cumplen también la función de tapar los hombros, y un lazo generoso en la cintura que marca las cadenas, en línea con la moda de la época. Es con prendas como éstas con las que Popova quiere lanzar el Diseño de Moda ruso hacia Europa, potenciando la industria textil e internacionalizándola. Vestidos de corte *Charleston*, de cintura caída y hombros pocos pronunciados, abrigos anchos y voluminosos al estilo *garçonne*, son creaciones que saben combinar el lado exótico de la Rusia de los ballets, icono de estilo y fresca que recuerda los anchos caftanes orientales, con las tendencias más sofisticadas y actuales. Incluso en los diseños de sus telas se aprecia un guiño a la tradición campesina rusa ya que los diseños geométricos solían verse en varias prendas tradicionales del ámbito rural del país. Una contribución sin duda importante también para la mujer rusa que era así “autorizada” a vestir a la europea, aunque es sabido que las inclemencias del tiempo, además de las radicadas costumbres, no permitieron ni que los diseños de Popova viesen la luz, ni que fuesen llevados por las mujeres de la Unión Soviética. Así que sus planteamientos aperturistas se quedaron en interesantes experimentos utópicos que tienen el valor de la propuesta novedosa y rompedora hecha desde el interior de la tradición, lo que permitió su aceptación, aunque solo en el papel, por parte del Soviet.

Por otra parte, dentro del Cubo-Futurismo ruso, destaca la figura de la pintora Natalia Goncharova (1881-1962) quien, junto a Mijaíl Lariónov (1881-1913) da vida al Rayonismo, uno de los principales movimientos de la vanguardia rusa, junto al Constructivismo. Goncharova, entre 1922 y 1926 trabajó para la casa de moda francesa

Myrbor¹⁵¹, abierta en julio de 1922 por la ya citada Marie Cuttoli. Se trata de una colaboración que se ha materializado, sobre todo, en *patchwork* abstractos de carácter cubo-futurista que constituyen una importante aportación al mundo de la moda, por su carácter pictórico, y al mundo del arte en general, ya que nos han quedado varios dibujos y estudios preparatorios que van a engrosar el catálogo de obras de la pintora rusa. Es interesante el caso de una prenda de 1923; se trata de un vestido de noche a media pierna, de corte holgado y recto en la cintura, típico de la época en la que fue realizado, para el que Natalia Goncharova diseñó el complejo sistema de apliques de tonos cálidos, confeccionados en terciopelo y cosidos con hilo metálico sobre la seda roja de la prenda. La colocación de estos elementos decorativos alrededor de todo el vestido, cubriendo también la parte posterior, es una aportación de carácter artístico de la pintora que diseña para esta prenda un entramado de líneas y formas que nos recuerda a su pintura *El pavo real* de 1912, en la colección de la Albertina de Viena. Otro ejemplo, fruto del trabajo de Goncharova para Marie Cuttoli, es una pieza de 1925, un abrigo de noche, realizado en seda gris y raso azul en cuyos laterales y en la parte inferior, se aprecia una combinación de *patchwork* abstracto en tonos azules, plateados, dorados y verdes¹⁵². En esta prenda, quizás más que en la otra, se puede notar la influencia oriental que queda patente gracias al uso del oro y de algunos elementos visuales parecidos a los arabescos.

Entre 1914 y 1929 la pareja formada por Lariónov y Goncharova diseña algunos vestuarios y decorados para Diáguilev. Sobre la influencia de los Ballets Rusos ya se ha hablado con anterioridad, así que es fácil entender la transcendencia que esta colaboración tiene. El vestuario escénico que ambos crean para Diáguilev está lleno de connotaciones artísticas que también definen su pintura, como el colorismo, la abstracción y la desestructuración de los volúmenes. Por otra parte, las referencias a la estética rusa, tanto en forma de citas al folclore, como mediante elegantes alusiones a la esfera religiosa, van a caracterizar sus diseños de vestuario. A estos elementos, además, hay que añadir el recurso preciosista, que se hace patente a menudo, a cierto refinamiento bizantino que otorga suntuosidad a ciertas prendas. Asimismo, no hay que olvidar, dentro de los variados personajes que diseña Goncharova, las bailarinas españolas. En 1916 el rey

¹⁵¹ La tienda que Marie Cuttoli abrió en París, la *Maison Myrbor* (contracción de su nombre de soltera, Myriam Bordes), vendía prendas, así como alfombras y cortinas diseñadas por artistas importantes de las vanguardias, así que acabó convirtiéndose en una especie de espacio expositivo que aunaba moda y arte.

¹⁵² Estas informaciones sobre las dos prendas de Goncharova han sido extraídas de las fichas respectivas, a través de la página web del *V&A Museum* de Londres, en cuya colección se encuentra dicha indumentaria.

Alfonso XIII invita a los Ballets Rusos a actuar en España. Es en este momento cunado Diáguilev decide contar con Goncharova, con la que ya había trabajado dos años antes en *Le coq d'or*. Es así como Goncharova trabaja en el vestuario y los decorados de dos ballets inspirándose en motivos españoles. A pesar de que, finalmente, el ballet no llegó a estrenarse, sin embargo este momento nos ha legado una serie de figurines de bailarinas y bailarines españoles realizados por Goncharova de gran interés por la lectura textural y geométrica que hace de los movimientos y la indumentaria tradicional¹⁵³, que, de hecho, le inspirarán también algún *gouache* como *La española* (1918-1920).

Otra figura relevante dentro del Diseño de Moda y las vanguardias es la pintora y escultora polaca Sarah Lipska (1882-1973) que se suele adscribir al Cubo-Futurismo ruso y quien también trabajó para los Ballets Rusos, y, además, junto a Goncharova, para la *Maison Myrbor*. Artista polifacética y prolifera, realizó también un retrato a Helena Rubinstein en el que se aprecia su uso expresivo del color, convirtiéndose así en una de los numerosos retratistas de la *Reina de la belleza*, entre los que se cuenta también Salvador Dalí (1904-1989). De la colaboración con Marie Cuttoli nos han quedado varias prendas, tejidos, *patchwork* y bordados de refinada hechura, en los que la temática varía desde elementos abstractos hasta otros figurativos inspirados en el mundo marino y vegetal. Algunas de sus creaciones se encuentran en el Museo *Metropolitan de Nueva York*, entre las que destaca un conjunto de aires orientales compuesto por una blusa larga y una falda y fechado 1925–28, según indica la ficha del Met. El elemento decorativo realizado por Sarah Lipska es un *patchwork* de patrones de inspiración cubista confeccionados con una paleta de tonos cálidos, en el que figuras abstractas de carácter geométrico se mezclan con referencias figurativas de inspiración floral. Como escultora ejecutó en 1930 un busto de madera en el que retrató a la Marquesa Luisa Casati en el que se reconocen los rasgos afilados de su rostro, así como la mirada penetrante que también Man Ray supo captar con su famosa fotografía desenfocada de su cara en 1922. Finalmente, cabe destacar también la faceta de diseñadora de producto de Sarah Lipska ya que, en 1925, realizó un cofre de cobre bruñido, recién adquirido por el *Museo Sainte-Croix* de Poitiers, de extraordinaria actualidad que se encontraba en un salón de costura en París que ella había contribuido a decorar, según se aprecia en una fotografía del *atelier* hecha por Thérèse Bonney.

¹⁵³ Estas informaciones sobre las bailarinas de Goncharova han sido extraídas de la ficha de una de ellas, a través de la página web del *Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía* de Madrid, en cuya colección se encuentra.

Para terminar, citaremos a Aleksandra Grigorovič Ėkster (1882-1949) quien, a pesar de sus orígenes rusos, pasó mucho tiempo en Francia y hasta llegó a dar clase en la academia de pintura de Fernand Léger. Diseñó vestuario escénico y marionetas, además de dedicarse a otras disciplinas como la escultura o la ilustración. En sus creaciones se aprecia el intenso colorismo y las líneas rectas, típicas de la sensibilidad cubo-futurista¹⁵⁴.

Independientemente del contexto histórico en el que surgieron los diseños de todos estos artistas, mujeres y hombres, es cierto que al día de hoy el legado de la moda diseñada en el ámbito de las vanguardias rusas ha ido más allá del mero espíritu patriótico para convertirse en una fantasía de colores, estampados, líneas y cortes innovadores que, junto con el diseño gráfico de los carteles de propaganda, quizás represente la más contundente aplicación de los postulados constructivistas. De hecho, incluso en la actualidad, estas prendas siguen siendo un referente importante dentro del Diseño de Moda, como, a modo de ejemplo, demuestra el hecho que Dries Van Noten se inspirase en el Constructivismo ruso para su colección de otoño-invierno de 2011.



Vestido diseñado por Sarah Lipska en 1924.

Fuente: banco de imágenes de internet.

2.3.6. La Bauhaus: textiles y vestuario escénico

La Bauhaus, representó un importante viraje en el sector del diseño tal y como lo entendemos hoy en día, incluso, sus preceptos pueden vincularse al mundo de la moda como demuestra el hecho de que artistas como Kandinsky o Paul Klee, entre otras asignaturas, enseñaban a sus alumnos también a pintar sobre tejidos. En efecto, habiendo entendido la necesidad de abandonar el romanticismo para intentar «superar la ruptura entre arte y artesanía»¹⁵⁵, la Bauhaus da un fundamental paso hacia adelante en el reconocimiento del objeto como fruto de una elaboración compleja que relaciona la idea

¹⁵⁴ CAPASSO, Livia, *Il volto femminile del Futurismo*, op. cit.

¹⁵⁵ BARROSO VILLAR, Julia, *Tema, iconografía y forma en las vanguardias...*, op.cit., p. 301.

del producto acabado con un sinfín de vinculaciones, en la fase del proyecto, tanto a nivel social como psicológico, funcional y plástico. Todo esto conllevó, inevitablemente, a estudiar al ser humano, a apostar por la experimentación, a investigar sobre materiales y símbolos¹⁵⁶, sentando las bases del diseño moderno, además que de la publicidad o, incluso, del *marketing*. Fundamental fue, en este sentido la fase de consolidación (1923-1928) que coincide con la ruptura entre Walter Gropius (1883-1969) y Johannes Itten (1888-1967) y la posterior incorporación de László Moholy-Nagy (1895-1946).

Dentro de la Bauhaus sin duda la parte más relacionada con la moda era el Taller de Textil que, si bien era frecuentado sólo por mujeres, lo que contribuía a reafirmar ciertos estereotipos de géneros, sin embargo, en lo que a la modernidad de las creaciones se refiere, resultó de gran importancia. Además, las propias profesoras del Taller trataron de renovar la idea asociada al trabajo textil como prerrogativa y exclusiva del género femenino, demostrando el amplio abanico de aplicaciones y la versatilidad de esta disciplina. En este taller se experimentaba con textiles hechos a base de nuevos materiales, como el plástico, se trabajaba el tema del patrón y de la producción industrial y se fomentaba la democratización del producto, tanto en la fase de producción como de uso y difusión¹⁵⁷. La primera profesora mujer de la Bauhaus fue Gunta Stölzl (1897-1983) que fue contratada como maestra del Taller de Textil. Antigua alumna de la escuela, entró como docente en 1925 y en 1927 se hizo incluso cargo de la dirección de la entera sección de tejidos siendo su formación especializada en el arte de tejer. Su trabajo se centra esencialmente en tejidos entendidos como elementos decorativos y complementarios de la arquitectura y en relación al diseño de producto tal y como se estaba gestando en la Bauhaus, así que realizaba tapices de figuración abstracta y colorista. Utilizaba tejidos industriales y llevó hasta cotas muy altas la experimentación en este sector llegando a un buen compromiso entre la tradición artesanal y los procesos industriales. Una de las creaciones que salieron de la época de la Stölzl fue el tejido llamado *Eisengarn* (1926) que se utilizó mucho en el mobiliario. Se trataba de algodón tratado con cera y parafina, lo que lo volvía más resistente, y que se utilizó en varios colores para la silla *Wassily* de Marcel Breuer.

A Gunta Stölzl, cuyo origen judío le impidió seguir trabajando por culpa de las leyes nazistas, le siguió en 1931 Anni Albers (1899-1994), otra extraordinaria diseñadora textil que realizó telas con vivaces juegos ópticos de carácter geométrico. Los patrones que utilizaba eran de gran actualidad ya que muchos de ellos se siguen utilizando incluso

¹⁵⁶ *Ibidem*, p. 302

¹⁵⁷ WORTMANN WELTGE, Sigrid, *Bauhaus textiles*, Ed. Thames & Hudson, Londres, 1993.

hoy en día, además, al usar sobre todo materiales sintéticos, la intensidad cromática de sus creaciones era algo único. Otra mujer importante dentro de la Bauhaus fue Otti Berger (1898-1944), tejedora y artista textil que, tras formarse en la escuela, se quedó como docente. Sus tapices se basan en composiciones geométricas realizadas con mucha textura. Otti murió en Auschwitz donde fue deportada en 1944.

Cuando la Bauhaus fue cerrada por Hitler en 1933, el legado del Taller de Textil no fue recogido, ni por la Escuela de Ulm, ni por la *New Bauhaus* de Chicago. Se cerraba, así una etapa de importantes experimentaciones en el sector textil de la que, afortunadamente, nos queda el testimonio, así como la influencia en los diseñadores de moda de la época. El Diseño de Moda, de hecho, gracias también a las aportaciones de la Bauhaus, se estaba familiarizando cada vez más con la experimentación, algo que, por ejemplo, Elsa Schiaparelli tenía muy interiorizado, y que permitió dar un gran salto hacia la modernidad.

Además, casi todas las protagonistas del Taller, profesoras y alumnas, emprendieron su carrera en solitario, regalando estupendas obras textiles al mundo del arte, como en el caso de Marli Ehrman (1904-1982). Por otra parte, la influencia de la Bauhaus y del Taller llegó hasta otras tejedoras que tuvieron contactos directos con profesoras y profesores de la Bauhaus, como en el caso de Claire Zeisler, Sheila Hicks (ya citada con anterioridad) o Lenore Tawney entre otras, todas ellas referentes fundamentales del arte textil.

Además de la labor desarrollada por el Taller de Textil, cabe mencionar por un lado al director del Taller de Teatro de la Bauhaus, Oskar Schlemmer (1888-1943) y a su *Ballet triádico* (1922) y por otra parte a su secuaz, Kurt Schmidt (1901-1991), autor del *Ballet mecánico* (1923) y *El hombre en el panel de control* (1924). Para el *Ballet triádico*, Schlemmer diseñó unos trajes extraordinarios, increíblemente variados en volúmenes, formas, colores y materiales, que convierten el escenario en un lugar fantástico, un



Gunta Stölzl en el taller textil de la Bauhaus

Fuente: banco de imágenes de internet.



Tela diseñada y realizada por Anni Albers en el taller textil de la Bauhaus.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Oskar Schlemmer, trajes para el *Ballet triádico*, 1922.

Fuente: banco de imágenes de internet.

homenaje conjunto a la máquina y el arte. Los figurines, de hecho, siguen teniendo una clara actualidad, como demuestra el hecho de que este ballet se sigue programando sin modificaciones también hoy en día dentro del teatro experimental. Los trajes limitan de manera intencional el movimiento de los bailarines, lo que les otorga un carácter intemporal y los asemeja al universo del juguete, más que del ballet tradicional. El cuerpo humano es así sometido a una figuración abstracta que lo deshumaniza hasta convertirlo en objeto, en escultura andante. Por cierto, Schlemmer diseñó también la máscara que lleva la modelo sentada en la silla *Wassily* de Breuer en una famosa serie de fotografías (1926) de Erich Consmüller que es otra prueba intangible de la modernidad de la Bauhaus. En esta línea de trabajo del cuerpo en relación a la máquina, es

interesante citar a Eberhardt Schrammen (1886-1947) a quien se debe el diseño de unos muñecos de madera (1923): jugando con los volúmenes plantea una visión del cuerpo humano muy moderna y alejada de estereotipos estéticos. También cabe mencionar los cincuenta títeres que Paul Klee (1879-1940) realizó entre 1916 y 1925 y que contribuyen a re definir esta nueva estética dentro de cuyo marco se mueven todas las disciplinas, incluido el Diseño de Moda.

Llegando a Kurt Schmidt y al *Ballet mecánico*, antes que nada, cabe hacer una comparación con el *Ballet mecánico* (1924) de Fernand Léger (1881-1955), una película de cine experimental llena de juegos visuales. A pesar de que se trate de obras completamente diferentes, sin embargo, en ambas hay una reflexión sobre la máquina, la revolución industrial y la modernidad como concepto absoluto. Con respecto a la obra de Schmidt destacan los trajes pensados para el evento: unos rígidos paralelepípedos de colores que obligan a movimientos mecánicos y del todo artificiales y que pueden entenderse como el resultado de un *collage* de figuras geométricas. El cuerpo humano queda totalmente oculto detrás de estos trajes y, de hecho, frente a la oscuridad del escenario, se aprecian sólo unas piezas rígidas que se mueven como si fueran unos juguetes Lego. Por otra parte,

la otra creación de Schmidt, *El hombre en el panel de control*, presenta un vestuario teatral de diferente estética que resulta más cercana a la de su mentor Schlemmer. La figura humana ya no está ocultada, sino que es metamorfoseada a través de trajes volumétricos que introducen las figuras más bien en una dimensión no reconocible a simple vista.

Para terminar, consideramos importante citar en este contexto a Le Corbusier (1887-1965) quien tenía muchas afinidades con la Bauhaus. Fundamental en este aspecto es el ensayo de Clotilde Félix-Fromentin¹⁵⁸ que trata el papel ideológico de Le Corbusier explicando su opinión sobre la indumentaria moderna y haciendo hincapié en la relación entre el cuerpo humano y la maquinaria. En su estudio, Félix-Fromentin parte de la conferencia que pronunció Le Corbusier en Buenos Aires en 1929 y en la que habló, entre otras cosas, del cambio radical protagonizado por la moda femenina, que había sabido adecuarse a la vida moderna, impulsado por las mujeres de las nuevas generaciones. Comparando este cambio con la indumentaria masculina, indicó que este sector no había sabido estar al paso con los tiempos y no había logrado aunar elegancia y practicidad, así que auspicia que esto se de pronto ya que es necesario. Partiendo de este supuesto, el arquitecto, invita a una auténtica revolución en el sector de la moda masculina, indicando que tendría que ser funcional y cómoda, algo que entronca con su ideal “menos es más” aplicable tanto a la Arquitectura, como al Diseño de Mobiliario. De hecho, indica que un hito importante y el único referente en el campo de la indumentaria para el trabajo, es el mono, llamado *mecano* en francés, que no es otra cosa que la *tuta* del futurista italiano Thayaht de la que hemos hablado con anterioridad. Sin embargo, él no se refiere a un tipo de indumentaria específica para el trabajo, sino a un espíritu renovador capaz de impregnar el concepto de la moda masculina, renovándolo desde dentro. El texto de Félix-Fromentin sigue explicando que Le Corbusier, con su idea de hogar entendido como *máquina de vivir*, confortable y funcional, así como con el Diseño de Muebles, cuyo conjunto él mismo denominó *equipo para la casa*, contribuye a extender el concepto de confort a todo el mundo del diseño, lo que incluye el sector de la indumentaria de cuya necesidad de renovación era un firme valedor. Para que esto sea posible, el arquitecto cree que hay que re definir el concepto de lujo y lo que esto significa e implica, es decir, hace falta volver a establecer las prioridades, algo ejemplificado en su gesto radical de retirarse en su famoso estudio en plena naturaleza donde se sabe que pasaba la mayor parte del tiempo en soledad y completamente sin indumentos.

¹⁵⁸ FELIX-FROMENTIN, Clotilde, *Autour du pyjama de Le Corbusier. Le vêtement comme modèle de pensée fondateur*, Universitat Politècnica de València, Valencia, 2015.

2.3.7. Aportaciones desde la Metafísica

La pintura metafísica es un movimiento creado en Italia por Giorgio De Chirico, Alberto Savinio y Carlo Carrà y centrado en una representación de la realidad que va más allá de las contingencias para adentrarse en los meandros de la mente humana. Los postulados con los que trabajan han sido a menudo considerados precursores del Surrealismo. Al grupo se unieron con el tiempo también otros artistas como Filippo De Pisis o Giorgio Morandi. De Pisis y De Chirico estuvieron, cada uno de una manera diferente, vinculados con el mundo de la moda.

En el caso de De Chirico, las relaciones con el mundo de la moda se pueden apreciar ya en sus obras cuyos protagonistas llevan, en ocasiones, prendas que se inspiran en la indumentaria griega como el *peplo* o el *chitón*. Sin embargo, encontramos una colaboración directa en enero de 1937 cuando el artista diseña para la edición británica de *Vogue*¹⁵⁹ unas láminas en las que se aprecia como logre unir elementos característicos de sus pinturas con el mundo de la moda, como hace encontrar la atmósfera metafísica y rarefacta de los lugares a su afición por la cultura griega y, por ende, la indumentaria de aire clásico¹⁶⁰. Sin embargo, es sin duda interesante detenerse sobre todo en el vestuario que el artista realiza en 1929 para los Ballets Rusos de Serguei Diaghilev¹⁶¹, y, en concreto para *Le bal*,

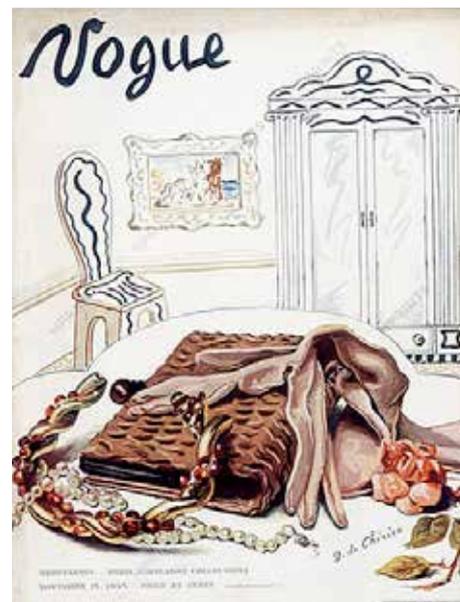
¹⁵⁹ La revista *Vogue* nació en los Estados Unidos en 1892 de la mano de Arthur Baldwin Turnure, quien la fundó. Cuando, en 1909, éste falleció, la revista pasaba a manos de Conde Nast Publications Inc., una nueva editorial estadounidense nacida justo un año antes. A partir de 1916, *Vogue* se fue extendiendo por Europa, empezando por Gran Bretaña y luego Francia. Se trata de una de las primeras revistas especializada en moda (la primera en términos absolutos fue, de hecho, *Harper's Bazaar*) y siempre se ha destacado la enorme influencia social que ha tenido y sigue teniendo, ya que sus publicaciones marcan tendencia. *Vogue* empezó como una publicación semanal, después pasó a ser quincenal y hoy en día es mensual. Desde 1988, su redactora jefa es la célebre Anna Wintour, quien ha inspirado el personaje de la novela *El diablo viste de Prada* de Lauren Weisberger (2003) y de la película del mismo título (2006) protagonizada por Meryl Streep. Las portadas de *Vogue* son muy interesantes ya que son representativas de una época, además, en algunas de ellas trabajaron algunos importantes ilustradores, como Georges Lepape o Eduardo García Benito, así como artistas, Salvador Dalí, Miró o Andy Warhol entre otros. Hoy en día las portadas de *Vogue* están realizadas por fotógrafos de fama mundial que inmortalizan mujeres del mundo de la moda o del espectáculo.

¹⁶⁰ *British Vogue*, Londres, enero, 1937.

¹⁶¹ Serguei Diaghilev (1872-1929) fue el creador y productor de los Ballets Rusos, una compañía formada por grandes bailarines y coreógrafos que Diaghilev reunió a partir de 1907 seleccionando a los mejores exponentes del Ballet Imperial. Desde 1911, los Ballets Rusos de Diaghilev empiezan una serie de giras por Europa que les dará la fama y que, introduciendo una nueva estética orientalizante, revolucionan el mundo de las artes, incluyendo el de la moda. La compañía, fijará su residencia en el Teatro Mogador de París y desde allí se darán a conocer por toda Europa. A Diaghilev le corresponde el mérito de haber sido el fundador y el gestor de la que es considerada por muchos historiadores como la compañía más influyente del siglo XX. De hecho, el grupo, a pesar de los intentos de los colaboradores de Diaghilev de mantener a flote el proyecto, no sobrevivió a su fundador y se vio ahogado por las deudas, lo que obligó al cierre definitivo. Algunos de los más grandes bailarines rusos salieron de esta compañía y crearon unas escuelas de danza que siguen formando a grandes artistas aún hoy en día.

del compositor italiano Vittorio Rieti, que se llevó a cabo con la coreografía de George Balanchine. De Chirico se encarga tanto de la puesta en escena como de la indumentaria; como si de complejas arquitecturas se tratara, estos vestidos se inspiran en sus pinturas y en los paisajes urbanos que las caracterizan y las figuras parecen salidas de estos ambientes oníricos. Mediante estas prendas, De Chirico traslada la idea del movimiento a sus maniquíes y regala al observador la sensación de ver en movimiento estas figuras, viendo cómo se vuelven tridimensionales sus pinturas. Complejas geometrías y elementos arquitectónicos se funden en esta indumentaria de carácter fantástico y surrealista que evoca sensaciones de pesadez, como los ladrillos que decoran mangas y pantalones de uno de los trajes masculinos, y a la vez, de ligereza, como las alas que se sitúan en la espalda de un traje femenino, ambas representadas en un único contexto visual que rompe los clichés tradicionales¹⁶².

Giorgio De Chirico, entre 1915 y 1925, había representado en sus lienzos unos inquietantes maniquíes solitarios de apariencia humana cuyos rostros, desprovistos de ojos, nariz y boca, delataban su lado no humano. En el caso del pintor, estos remitían a la incertidumbre y al hecho de que la realidad es ininteligible en su totalidad, quedando siempre una cara oculta. Esta visión, muy influenciada por la literatura de Luigi Pirandello¹⁶³, se materializa en pinturas de gran evocación onírica, llena de fuertes contrastes de luz y sombra que también van a simbolizar la dificultad de una visión unitaria de las cosas. La pintura metafísica, creada por De Chirico y Carlo Carrà, explora justamente la dimensión no real de la existencia, aquella no tangible, y va a explorar la del sueño, del subconsciente. Y, con capacidad visionaria, junta en el lienzo objetos que pertenecen a épocas o contextos diferentes, como una estatua griega y un par de guantes



Giorgio De Chirico, lámina para la revista *Vogue*, 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.

¹⁶² VVAA, *Cosas del Surrealismo. Surrealismo y diseño*, op.cit.

¹⁶³ Luigi Pirandello (1867-1936) fue un dramaturgo italiano que nació en Sicilia, donde pasó toda su vida. Tanto en las novelas como en las obras teatrales, se advierte una concepción de la existencia humana muy personal y profunda. Influenciado por las teorías del psicólogo Alfred Binet, Pirandello reflexiona, muchas veces a través de un sutil humorismo, sobre la condición del hombre y la crisis del “yo”, relativizando la individualidad a favor de una visión múltiple del “yo”, que no es otra que aquella ofrecida por la sociedad. Esta relatividad de puntos de vista, lleva a una incomunicabilidad insalvable que, en ocasiones, obliga a los individuos más débiles o, quizás, idealistas a encerrarse en la intimidad, rehuyendo de su propia vida para construirse un mundo ficticio y sin contacto alguno con la realidad.



Giorgio de Chirico, vestuario para el ballet ruso *Le bal*, 1929.

Fuente: A.A.V.V., *Cosas del surrealismo. Surrealismo y diseño*, Ediciones del Museo Guggenheim de Bilbao, 2008.

modernos, por ejemplo¹⁶⁴. Fuente inagotable de inspiración para los surrealistas, la pintura de De Chirico es una referencia para Dalí o Magritte entre otros. Las ciudades que las figuras que él pinta habitan son desiertas y remotas, como en el caso de la obra *Héctor y Andrómaca* de 1917. En este lienzo apreciamos como el contraste ya no es solo entre los objetos, sino también entre la frialdad que sería de esperar de unos maniqués y la emoción que, sin embargo, pese a su estado de no-seres humanos, transmiten, abrazándose con ternura. El dolor del alejamiento en esta obra se universaliza y se hace eterno y solo el título queda

como referencia cronológica e histórica¹⁶⁵. En 1950, De Chirico diseñó un brazalete en el que se aprecian dos caballos (animal muy presente en su personal iconografía, referencia al mito y al origen griego del artista y a la fidelidad al mismo tiempo) encima de un capitel jónico. El resultado es de lo más sorprendente y lujoso ya que está realizado con perlas, rubíes, diamantes, oro y platino. Una iconografía parecida ya había sido utilizada con anterioridad, en 1946, por el pintor cuando realizó el diseño para una tela de tapicería donde figuran caballos y restos arqueológicos¹⁶⁶.

Con respecto a Filippo De Pisis (1896-1956), su vinculación con el mundo de la moda es de carácter literario y pasa por la publicación póstuma de su libro *Adamo o dell'eleganza. Per una estetica nel vestire* (1981), editado con posterioridad a su fallecimiento por su sobrina Bona De Pisis, también pintora. En esta obra, que reúne varios ensayos sobre el tema, se hace hincapié en el concepto de elegancia como algo que concierne no sólo a la manera de vestir, considerada sí de gran importancia para la imagen que cada individuo quiere dar de sí mismo, sino también a la manera de ser. Así que el concepto de elegancia es tratado en el sentido más amplio del término, lo que incluye también una formación cultural, así como educación y saber estar. *Adamo* representa al *dandy*, sin embargo, en aras de no incluir términos extranjeros en el vocabulario italiano (una tendencia muy típica de aquella época), es elegida la definición de *Adamo*, algo que remite al primer

¹⁶⁴ CALVESI, Maurizio, "De Chirico", en *Art e dossier*, número 28, Giunti Editore, Firenze, octubre, 1988.

¹⁶⁵ *Ibidem*.

¹⁶⁶ VVAA, *Cosas del Surrealismo. Surrealismo y diseño*, op.cit.

hombre, entendido como perfección. El punto de vista del autor es bastante conservador ya que rehúye de cualquier ostentación para buscar el equilibrio, tanto en el vestir como en la manera de ser. Es por esta razón que critica las combinaciones atrevidas de colores o el uso de complementos y accesorios excéntricos e invita a cuidar constantemente de barba y cabello. Tomando como inspiración a la idea del *dandy* de Oscar Wilde, De Pisis se lanza así con este ensayo en el mundo de la moda dando consejos al más puro estilo de un *influencer* de hoy en día o de un asesor de imagen. Por supuesto, él mismo aplicaba sus propios consejos, de hecho, en las fotografías que lo retratan se puede apreciar su estilo cuidado y su aire distinguido y señorial. Este equilibrio y buen gusto lo podemos apreciar también en sus obras pictóricas que suelen ser delicadas y refinadas, tanto en la estética como en los temas, y no es de extrañar que haya retratado, entre otros personajes de su época, también a otro *dandy*: Gabriele D'Annunzio (1863-1938) en una obra de 1930/1931.

Relacionado con el sentimiento de la Metafísica es el pintor italiano Massimo Campigli (1895-1971), quien formará junto a Giorgio De Chirico, Alberto Savinio y Filippo De Pisis entre otros el grupo denominado los *Italiens de París*, siete artistas ubicados en la capital francesa que exponen juntos y comparten ambientaciones metafísicas y pasión por el pasado de la cultura mediterránea. En las obras de Campigli, la moda tiene un papel relevante, a la par que las atmósferas rarefactas y las texturas rugosas de sus pinturas. Porque las mujeres de Campigli son pura esencia de refinamiento, silenciosas damas elegantes y atemporales que, con su silueta de reloj de arena, de antiguos orígenes etruscos, se desplazan de un lienzo a otro en una unidad y coherencia extraordinarias. De hecho, la moda le interesaba a Campigli, quien estaba al tanto de las últimas tendencias y que, en 1951, incluso llegó a colaborar en el diseño de estampado con la modista alemana Marucelli. Efectivamente, en sus cuadros se aprecia cómo las protagonistas lucen joyas elegantes, tocados y vestidos cuidados y peinados arquitectónicos, lo que otorga una personalidad definida a cada una a pesar de la enorme homogeneidad de concepto de sus pinturas¹⁶⁷.

2.3.8. El Surrealismo y el diseño de moda: reflexiones de los surrealistas sobre la moda

En 1924 se publica el *Primer manifiesto del Surrealismo*; en él André Breton atribuye un papel fundamental al subconsciente, cuyos mecanismos representan al pensamiento en su más pura esencia, estando lo menos corrompido posible¹⁶⁸. El medio que permite esta operación, y que, entonces, garantiza un arte auténtico, es, en su opinión, el *automatismo psíquico*, que Breton explica ampliamente en su conocida definición del término Surrealismo:

«SURREALISMO: sustantivo, masculino. Automatismo psíquico puro por cuyo medio se intenta expresar verbalmente, por escrito o de cualquier otro modo, el funcionamiento real del pensamiento. Es un dictado del pensamiento, sin la intervención reguladora de la razón, ajeno a toda preocupación estética o moral»¹⁶⁹.

A pesar de que el término Surrealismo había sido acuñado con anterioridad, en 1917, por Guillaume Apollinaire, Breton se apropia de él para definir el movimiento artístico que estaba impulsando. Se trata de una intuición genial que expresa el núcleo de las muchas teorías que se irán desarrollando en las décadas siguientes; el *automatismo* abre las puertas a un nuevo concepto de arte. Se otorga más valor a la creación casual y espontánea, fuente de autenticidad, y a raíz de esto se empiezan a experimentar nuevas técnicas que puedan garantizar dicha espontaneidad¹⁷⁰. Quizás por su carácter experimental y posiblemente también como consecuencia de las reflexiones bretoniana sobre los objetos, el Surrealismo tuvo una gran vinculación con el mundo de la moda, como demuestra la actividad frenética que unió a Elsa Schiaparelli con este ambiente, empezando por las reiteradas colaboraciones que tuvo con Salvador Dalí (1904-1989)¹⁷¹. Sobre la relación entre el grupo de artistas surrealistas y, en concreto, la obra de Elsa Schiaparelli, se hablará a lo largo del presente trabajo, por lo tanto, en lo que concierne al discurso acerca de la vinculación entre el arte surrealista y la moda en general, citaremos sólo unos ejemplos que nos permitan situarnos y nos aporten unos elementos de juicio.

Los artistas surrealistas que realizaron trabajos vinculados al mundo de la moda son de hecho numerosos y las creaciones muy dispares entre sí en cuanto a estética y tipología.

¹⁶⁸ *Ibidem*.

¹⁶⁹ BRETON, André, *Primer Manifiesto del Surrealismo*, París, 1924.

¹⁷⁰ ARGAN, Giulio Carlo, *L'arte moderna 1770-1970*, Sansoni Edizioni, Firenze, 1970.

¹⁷¹ BAUDOT, François, *Moda y Surrealismo*, op.cit.

A modo de ejemplo, por lo tanto, y sin la intención de presentar una reseña exhaustiva, nos centraremos, en concreto, en unas creaciones de algunos artistas vinculados al sentir surrealista y al mundo de la moda, lo que incluye también la joyería o el vestuario teatral. Cierta importancia, además, tiene la presencia, discreta pero fundamental, dentro de ciertas pinturas del mito de la indumentaria que permite hacer transposiciones conceptuales de resultados sorprendentes, en línea con la estética de Surrealismo bretoniano¹⁷². Además, el interés fetichista que mueve a los surrealistas hacia los objetos se materializa en creaciones a veces sorprendentes, cuando no turbadoras.

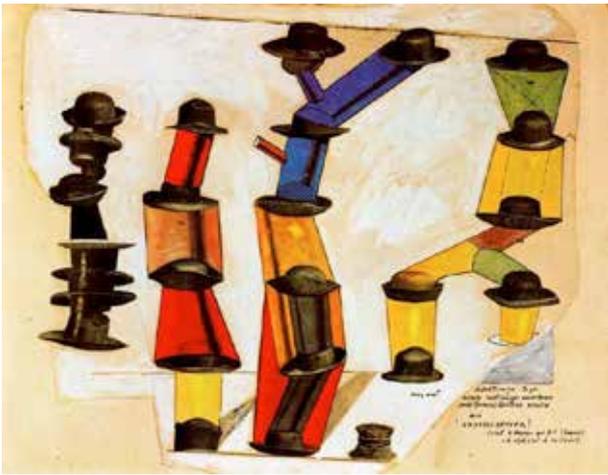
Max Ernst en 1920 realiza su *collage*, *El sombrero hace al hombre* en el que se deleita en recopilar fragmentos de publicidades de unos cubre cabezas para varones de interesante hechura y los compone en una estructura en equilibrio, invitando a una reflexión sobre los condicionantes de la moda. El vestuario está presente también en otra obra clave de Ernst, *El vestido de la novia* (1940) que presenta una figura central ataviada con un enorme manto de plumas rojas que, de manera inquietante, parece tener vida propia.

Man Ray, por otra parte, en 1921, con su obra *Regalo*, una plancha con clavos, se sirve de un objeto tradicionalmente identificativo de la esfera femenina para transformarlo y, una vez privado de su funcionalidad, volverlo inservible, un gesto de negación categórica de las normas sociales. La plancha se transforma, mediante el gesto creativo y nobilitante del artista, y pasa, de objeto de uso cotidiano, a elevada obra de arte, se convierte en un regalo cargado de simbología y buenas intenciones (aunque no llevadas a la práctica, más allá del ideal artístico y social).

René Magritte, en 1927, realiza para una *boutique* de Bruselas, la *Maison Samuel*, un catálogo de abrigos de piel¹⁷³. No se trata de la única relación entre el pintor y la moda, de hecho, en varios de sus cuadros Magritte cambia la perspectiva que se tiene de las cosas cotidianas para invitar a la reflexión, estimular la observación y transportarnos fuera de una dimensión dogmática. En su mundo, por ejemplo, los espejos, entendidos como símbolo de vanidad por excelencia, no alimentan el mito de la frivolidad. Tampoco los zapatos o los camiones cumplen su función, sino se transforman para hacer explícito el mensaje sensual, erótico, implícito en ellos.

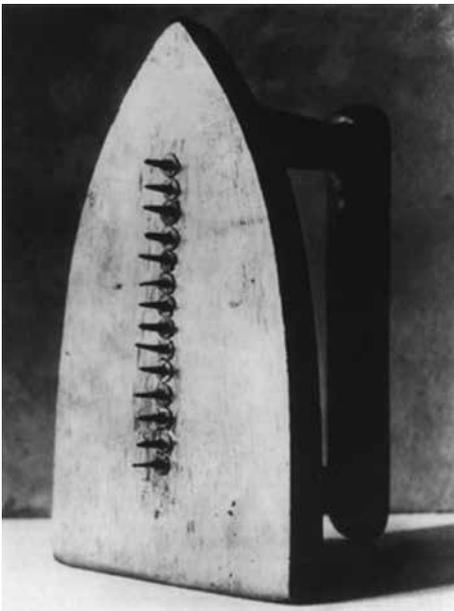
¹⁷² De este excursus quedan momentáneamente excluidos Giorgio De Chirico, Jean Cocteau, Leonor Fini, Meret Oppenheim, Giacometti y Salvador Dalí a los que se dedican apartados independientes más adelante. Además, otras referencias al mundo de la moda y el Surrealismo se irán haciendo a lo largo del presente trabajo según venga al caso.

¹⁷³ MARTIN, Richard, *Fashion and Surrealism*, Rizzoli Edition, Nueva York, 1987.



Max Ernst, *El sombrero hace al hombre*, 1920, collage, Museo de Arte Moderno, Nueva York.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Man Ray, *Regalo*, 1921. Museo de Arte Moderno, Nueva York.

Fuente: banco de imágenes de internet.

Joan Miró (1893-1983) diseña el decorado y el vestuario para el ballet de 1932, *Juegos de niños* de la compañía rusa de Balanchine y música de Bizet. El artista catalán concibió los trajes, como el de la peonza, en perfecta armonía con el escenario ya que bailarines y objetos se movían prácticamente a la vez, como una obra de arte cinético en la que los objetos cobraban vida. El color y la energía de las mallas que llevaban los personajes permitían subrayar los movimientos del cuerpo humano. Al año siguiente un trabajo parecido fue llevado a cabo por André Masson

(1896-1987) quien trabajó en la obra *Los presagios* con coreografía de Massine y música de Tchaikovski. El artista optó por un decorado y un vestuario bastante agresivo en tonos y volúmenes y, sirviéndose también de un maquillaje expresivo, quiso transmitir la energía del conflicto que narra la obra. El resultado no debió convencer a Massine quien le pidió que re diseñara el conjunto para las futuras representaciones, sin obtener el resultado esperado ya que Masson se negó de lleno¹⁷⁴.

La británica Eileen Agar (1899-1991) da un importante impulso al tema que nos atañe ya que realiza unas creaciones partiendo de objetos naturales. Famoso es su *Ceremonial para comer Boullabaisse*¹⁷⁵ de 1936, un sombrero que ella misma llevaba a menudo, hecho con corcho, estrellas

marinas y corales. Con esta obra la artista británica quería ironizar sobre el uso de tocados y sombreros entendido como símbolo de estatus social, sobretudo en Inglaterra, pero a la vez homenajear a los sombrereros y a su labor ya que, como ella misma indica en su autobiografía, ya desde pequeña le fascinaban los sombreros de paja trenzada que llevaba su madre en la playa¹⁷⁶. Agar realiza también otros sombreros, siendo uno de

¹⁷⁴ VVAA, *Cosas del Surrealismo. Surrealismo y diseño*, op.cit.

¹⁷⁵ La *boullabaisse* es una especie de caldereta de pescado, típica de Marsella.

¹⁷⁶ AGAR, Eileen, *A look at my life*, Methuen Publishing Ltd, Londres, 1988.

ellos muy conocido al tener incorporados unos guantes de Schiaparelli, irónicamente colocado encima de la cabeza. Sobre el tema de los tocados, es interesante mencionar unas fotografías de Man Ray de 1935 que retratan a la escritora surrealista Lise Deharme (1898-1979) sentada, con una blusa de estampado de estrellas y dos tocados hechos con ramas, flores de girasol secas y otros objetos naturales. Se trata de una mujer que tuvo bastante relevancia en el Surrealismo y de la que hablaremos más adelante.

Una artista de esta época que prestaba mucha atención a la indumentaria en sus cuadros es Dorothea Tanning (1910-2012) quien la entiende como elemento mágico de fuerte carácter místico, algo parecido a Paul Delvaux (1897-1994) quien, además, trabaja en sus obras el tema de la metamorfosis donde la indumentaria, así como el cuerpo o los cabellos se vuelve parte integrante del proceso fruto de la ensoñación o también Leonora Carrington (1917-2011) que se servía de la indumentaria para contextualizar sus visiones y aumentar el carácter fantástico de sus personajes. En el caso concreto de Leonora Carrington, consideramos interesante el trabajo realizado en 2018 por el fotógrafo de moda Tim Walker (1970) quien retrató a la actriz Tilda Swinton¹⁷⁷ (1960) encarnando a algunos de los más representativos personajes del universo de la Carrington y de Remedios Varo, lo que hizo revivir sus cuadros y la



René Magritte, *catálogo de abrigos de piel para la Maison Samuel, 1928.*

Fuente: MARTIN, Richard *Fashion and Surrealism*, Rizzoli Edition, Nueva York, 1987.



Eileen Agar fotografiada con su obra *Ceremonial para comer Boullabaisse, 1936*

Fuente: banco de imágenes de internet.

¹⁷⁷ La actriz inglesa Tilda Swinton es una artista polifacética que ha realizado varios trabajos relacionados con el Surrealismo y con la moda que abarcan áreas distintas, desde la fotografía al desfile de moda. Entre ellos, además del mencionado reportaje fotográfico, cabe destacar las colaboraciones con el reabierto *atelier* de Schiaparelli, de las que hablaremos más adelante, y el cortometraje dirigido por Pedro Almodóvar (1949), *La voz humana* (2020), del que es la protagonista. Esta obra está basada en el monólogo del mismo título escrito por Jean Cocteau y su estreno se produjo el 3 de septiembre de 2020 en el Festival de Cine de Venecia. Cabe mencionar también otro cortometraje, *Caprice*, de 1986 y dirigido por Joanna Hogg (quien trabajó en varias ocasiones con la Swinton). Este cortometraje tiene una temática onírica ya que la protagonista, una joven y entonces desconocida Tilda Swinton, entra dentro de una revista de moda; además del tema de la pieza audiovisual, también la propia filmación, así como la fotografía recuerdan al Surrealismo más tradicional.

emoción que éstos transmiten, además de los increíbles atuendos que salieron del creativo pincel de las pintoras. De hecho, a este universo de transformismo y alucinaciones tampoco es exenta Remedios Varo (1908-1963) cuyas obras también nos sorprenden por la contextualización, algo que no excluye en absoluto la vestimenta que es parte integrante de la obra, así como todo lo demás que rodea sus personajes.

Es interesante citar en este contexto la escultura-objeto del artista surrealista español Óscar Domínguez *Carretilla* de 1937. De esta pieza nos quedan unas fotografías de Man Ray en la que vemos a una modelo con un vestido de noche de Madelaine Vionnet tumbada en obra. De la sesión existen varias tomas y en alguna de ellas se aprecia el mismo ángulo



Man Ray, modelo sentada en la carretilla de Óscar Domínguez, con traje de noche de Madeleine Vionnet, 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.

picado que Man Ray utilizó dos años antes para un vestido con estampado de ramos de flores de Schiaparelli. Esta fotografía marcará tendencia dentro de la estética de los reportajes de moda ya que la modelo, con su atuendo glamuroso, está sentada en la irónica escultura de Domínguez, que no es otra cosa que una carretilla de madera forrada de tapicería rojo rubí. Sin duda una combinación de lo más improbable, digna del más puro estilo surrealista que acomunaba Man Ray y el tinerfeño Óscar Domínguez.

En 1937 la revista *Harper's Bazaar* invita a unos artistas a decorar unas cajas para guardar sombreros y participan, entre otros, Giorgio De Chirico, Leonor Fini (1907-1996) y Cassandre. El resultado son unas creaciones de gran elegancia y belleza que se publican en primavera en las páginas de la revista¹⁷⁸. Las cajas cilíndricas se vuelven, de la mano de estos artistas, obras de arte, cada una con su personalidad, que juegan con el trampantojo o el mito de la belleza.

Claude Cahun (1894-1954), fotógrafa surrealista pionera en el tratamiento del cuerpo y la identidad de género, realiza sobretodo autorretratos poniendo en evidencia su transformismo y su capacidad de fluctuar de una identidad a otra. Fruto también de sus experiencias teatrales, se sirve en varias ocasiones del vestuario para que sea su cómplice y aliado en este juego de disfraces que es su vida y su fotografía. Por el carácter activo

¹⁷⁸ *Harper's Bazaar*, New York, marzo, 1937.

de sus obras, llega a entroncar con el mundo de las acciones y las *performances*, y, a pesar de la fecha muy temprana de sus trabajos que se pueden enmarcar cronológicamente en la década de 1920, es considerada hoy en día un referente importante del movimiento LGTB, a la par que la conocida escritora Colette.

Algunos artistas surrealistas se aventuraron en el Diseño de Joyas y lo hicieron con resultados muy convincentes. En 1938, el pintor Yves Tanguy (1900-1955) diseña para Peggy Guggenheim unos pendientes en los que, a modo de diminutos cuadros, pinta al óleo sobre concha, dos paisajes surrealistas fieles a su estilo para proceder a adornarlos con oro y perlas.



Yves Tanguy, pendientes para Peggy Guggenheim, 1938.

Fuente: banco de imágenes de internet.

De una estética parecida es un broche de Wolfgang Paalen (1905-1959) donde una pintura al óleo sobre papel que representa un típico paisaje totémico en línea con las obras del artista austriaco, está enmarcada por una cornisa de plata con turquesas y corales incrustados. En la década de 1940 también Alexander Calder (1898-1976) realizó algunas joyas que tienen el encanto del equilibrio y las formas orgánicas de sus esculturas móviles¹⁷⁹. Desde Simone de Beauvoir, hasta Peggy Guggenheim pasando por Georgia O'Keeffe, son varias las mujeres que fueron retratadas con sus joyas. En el caso de Peggy, además, todavía se conserva en su Palacio de Venecia el cabecero de la cama que el artista estadounidense le hizo, prueba de su conocimiento del mundo de los metales. Cabe recordar en este contexto una fotografía de 1950 que le tomó Man Ray a Peggy Guggenheim en la que la coleccionista lleva puestos unos pendientes realizados (posiblemente por ella misma) con los tapones del champagne, algo sin duda muy surrealista por la idea de objeto encontrado que hay detrás y significativo de su inventiva y creatividad que tocaba todos los campos.

Man Ray fue otro de los surrealistas que se dedicó al Diseño de Joyas. Lo hizo unos años después con respecto a sus compañeros, en 1970; sin embargo, el resultado es muy auténtico y en línea con la iconografía del fotógrafo. Destacan, entre las creaciones de Man Ray, unos pendientes en forma de virutas de madera, una gargantilla en forma de

¹⁷⁹ VV. AA, *Calder jewellery*, Yale University Press, Yale, 2008.



Catherine Deneuve retratada por Man Ray, 1968.

Fuente: banco de imágenes de internet.

boca y un anillo en oro de 24 quilates y platino de increíble belleza. Se trata de unas piezas de gran refinamiento que cumplen perfectamente su cometido de exaltar la belleza, como demuestra una fotografía en la que una hermosa y joven Catherine Deneuve es retratada por el fotógrafo en un contexto parecido al de una carpintería, llevando puestos sus pendientes de virutas metálicas que no hacen que resalten el bello rostro de la actriz que queda enmarcado entre dos pequeñas esculturas.

De todas formas, el artista surrealista que más vínculos tuvo con el mundo de la moda fue sin duda Salvador Dalí, quien se relacionó

directamente con diseñadores como Schiaparelli, Dior, Coco Chanel o Paco Rabanne, así que merece la pena explorar las relaciones del artista ampurdanés con la moda. «Tu fantasía llega donde llegan tus manos, y gozas el soneto del mar en tu ventana» escribe Federico García Lorca en la *Oda a Salvador Dalí*¹⁸⁰, con la que destaca la infinita creatividad y sensibilidad de su amigo. De hecho, Salvador Dalí es un artista prolífero y ecléctico que se ha dedicado a muchas disciplinas, al margen de las tradicionales Bellas Artes, trabajando en el mundo de la publicidad, la ilustración, la escenografía, la moda, el Diseño de Producto (mobiliario, abanicos, frascos de perfume, juegos de ajedrez etc.), joyería etc. y colaborando con españoles como el peluquero Llongueras, el diseñador de moda Paco Rabanne o el cineasta Buñuel. La relación de amistad que unió Elsa Schiaparelli a Salvador Dalí, en concreto, dio pie a colaboraciones artísticas cuyo resultado fue el de haber dotado al mundo de la moda de algunas de las piezas más originales de la década de 1930. En lo que concierne la relación entre Salvador Dalí y el mundo de la moda, sin embargo, ésta no pasa sólo por la colaboración con Elsa Schiaparelli, aunque sea

¹⁸⁰ GARCÍA LORCA, Federico, *Oda a Salvador Dalí*, publicada por primera vez en “La Revista de Occidente”, abril de 1925, Madrid. Este poema es uno de los testimonios de los sentimientos que Dalí inspiraba en Lorca en aquellas fechas, de hecho, la relación entre ellos duró de 1923, cuando se conocen en la Residencia de Estudiantes, a 1936, fecha del fusilamiento del poeta. En 1927 Dalí publica el artículo «San Sebastián» dedicado a Lorca. En 1926, antes de empezar su andadura dentro del Surrealismo, Dalí inicia lo que se denomina como su época lorquiana (1926-1928), de características neo cubistas, y cuya obra maestra es *Composición con tres figuras* (1927). De esta amistad apasionada, teñida de varios colores y llena de altibajos, nos quedan varias colaboraciones artísticas y un epistolario (publicado con el título *Querido Salvador, Querido Lorquito*, Editorial Elba, Barcelona, 2013).

quizás aquella de más renombre, sino hay que recordar que él siguió también caminos personales, experimentando en este ámbito, tanto antes como después de conocer a la italiana. Además de ser un pretexto más para aplicar la desbordante creatividad del artista catalán, la moda tiene para él varias lecturas, siendo la más frecuente aquella del atractivo sexual que puede llegar a transmitir. Otras facetas que Dalí capta en sus incursiones en el mundo de la moda tienen que ver con el contraste entre la frivolidad y lo más hondo, lo sacro y lo profano, la realidad y la ensoñación; todo ello filtrado por su peculiar ironía y por la capacidad, típica daliniana, de engañar el ojo y la mente con imágenes inesperadas. Por ejemplo, entre 1934 y 1935, Dalí colabora con el peluquero Lluís Llongueras (1936) para hacer la peluca para la obra *Retrato de Mae West que puede utilizarse como apartamento surrealista*, una habitación situada en el interior del *Teatro-Museo Dalí* que, gracias a una perspectiva adecuada y a una estudiada colocación del mobiliario, se asemeja al rostro de la actriz neoyorquina. Una sorpresa para el espectador que no lo puede dejar indiferente.

Una colaboración ilustre es sin duda aquella que une Dalí a Coco Chanel, la eterna rival de Schiaparelli. Al margen del cotilleo de la época que los veía como íntimos amigos, a los dos creativos se los relaciona en dos ocasiones por temas artísticos. En 1937, Dalí y Chanel trabajan juntos para el coreógrafo ruso Léonide Massine quien había encargado a Dalí el libreto, el diseño del vestuario y el telón de fondo de la obra *La locura de Tristán*, que finalmente se estrenó en 1939 en Londres con el título de *Bacanal*. La confección del vestuario es encargada por Dalí a su amiga Chanel; se trata de un vestuario cargado de fantasía ya que Dalí lo plantea como el primer ballet paranoico de la historia. Esta obra, además, le brinda al español la posibilidad de trabajar para los Ballets Rusos, con todo el prestigio que eso conlleva, permitiéndole así emular a otros grandes artistas como Picasso o Miró quienes habían ya trabajado con compañías rusas. Unos años después, en 1954, Dalí y el fotógrafo Philippe Halsman realizan la obra *Esencia de Dalí*, un guiño al N°5 de Chanel, el exitoso perfume que la modista francesa había lanzado en 1921. La versión de Dalí y Halsman es una reinterpretación irónica del frasco que consiste en cambiar la etiqueta tradicional por la cara de Dalí, enmarcada por los característicos bigotes. Una versión juguetona del mítico perfume que no será la única ya que en 1985 también Andy Warhol lo tomará como símbolo del universo Pop y le dedicará varias serigrafías que contribuyeron al mito del icónico frasco. Por otra parte, hay que destacar la afición de Dalí al mundo de los perfumes, ya que, como veremos, diseña en 1947 para Schiaparelli el frasco de la fragancia *Le Roy Soleil* y, lo que quizás resulte más llamativo, lanzará él mismo un perfume del que se encargará de diseñar los frascos y elegir la fragancia. Es

en 1982 cuando el artista catalán firma el contrato con su perfumista, el joven Jean Pierre Grivory, quien le convence a colaborar con él y entrar en el comercio de los perfumes. La idea es aprovechar el nombre y la imagen de Dalí, quien, por su parte se vería involucrado de lleno en el marketing de los perfumes¹⁸¹, un tema rentable e interesante a la vez para ambos. Sale así a la venta en 1983 *Dalí* un perfume con un original frasco en forma de nariz y boca inspirado en la Afrodita del lienzo de 1981, *Aparición del rostro de Afrodita de Cnido en un paisaje*. Dicha fragancia, junto a otras diseñadas tras el fallecimiento del artista por el empresario francés, se encuentra a la venta aún hoy y está comercializada por la empresa *Cofinluxe* bajo la marca *Dalí Haute parfumeris Paris*.

Otra colaboración que hace Salvador Dalí con el mundo de la moda, la encontramos en el proyecto que lleva a cabo con Christian Dior: *Traje para el 2045*. Se trataba de imaginar cómo vestiría la mujer del futuro (en 2045) y Dalí diseña un vestido de cola en verde menta (color que debía parecerle muy innovador) que presenta un profuso drapeado a la altura de la cintura, unas mangas de pernil y la parte delantera fruncida y sin escote. Como complementos prevé un gorro del mismo tejido y rematado por una especie de antena y una gran muleta (como aquellas que aparecen en sus cuadros) de terciopelo rojo. Una predicción, la de Dalí, según la que las mujeres del futuro serían demasiado civilizadas y necesitarían una muleta para el apoyo moral y espiritual. Con respecto a la silueta del vestido, es más bien tradicional, ya que recuerda el estilo victoriano, así que en este caso parece carecer de imaginación a la hora de diseñar ropa para el futuro. La relación entre Dalí y Dior empezó a principios de los años 30 cuando el francés vendía cuadros del español en la galería de arte *Pierre Colle* de la que Christian Dior era socio, hasta su cierre en 1934. Varios años después, el 3 de septiembre de 1951, el aristócrata de origen vasco afincado en México, Carlos de Beistegui, organizó en Venecia una fiesta de disfraces llamada *Le bal oriental*, que ha pasado a la historia como «El Baile del siglo», con la intención de celebrar la finalización de las obras de restauración de su Palacio veneciano (*Palazzo Labia*). En esta ocasión, los mil doscientos invitados (aristócratas, gente del mundo del espectáculo y artistas) estuvieron llamados a disfrazarse para el baile. Entre los disfraces presentes se recuerdan aquellos increíblemente largos de los llamados fantasmas gigantes, inspirados en las máscaras de Venecia, realizados por Dior y diseñados por Dalí quienes, además diseñaron cada uno el disfraz del otro. Dalí, además, asistió al baile con Gala (1894-1982), había encargado para la ocasión unas gafas

¹⁸¹ BALLANO, Elena, “El día que Salvador Dalí conoció a su perfumista”, en la revista digital *Vanitatis style*, 19 de noviembre, 2014.

a Pierre Cardin; éstas eran de doble cristal y estaban llenas de hormigas vivas que se movían en su interior. El diseñador de moda Cardin diseñó más de treinta disfraces y fue así como comenzó a darse a conocer en el mundo de la moda. A la fiesta también participaron los pintores Fabrizio Clerici y Leonor Fini, así como el diseñador Fulco di Verdura u el cineasta Orson Welles (con un turbante cubierto de plumas). La brasileña Aimée de Heeren (aficionada a los sombreros) también asistió y se presentó con un extraordinario tocado cónico enteramente cubierto de flores y rematado por tres mariposas colocadas encima de largos alambres, lo que favorecía el movimiento de los insectos. El organizador del evento llegó en góndola vestido al estilo Rococó con una gran peluca y unas plataformas de 40 cm. De esta fiesta existen fotografías de Cecil Beaton y Ruth Orkin. La amistad entre Dior y Dalí se sellará en el momento en que Gala fallecerá en 1982 y su esposo decidirá enterrar a su musa con un vestido de Dior¹⁸², uno de los diseñadores favoritos de su mujer junto a Schiaparelli de quien tenía también varias prendas.

La colaboración entre Paco Rabanne (1934) y Dalí es también digna de mencionar, porque, además es esencialmente de carácter artístico, plástico, y responde al carácter polifacético de Dalí. Esta colaboración comienza en 1967 y cuenta con el testimonio de otra insigne figura, el fotógrafo Jean Clemmer (1926-2001), con quien el artista ampurdanés había empezado a trabajar en 1962 y que realiza el reportaje, testimonio vivo de esta colaboración. Los tres creadores hicieron juntos unos *tableaux vivants* entre los que destaca *Naked* en el que un desnudo femenino es engalanado con accesorios de aire espacial diseñados por Paco Rabanne. Otro proyecto en el cual trabajan los tres es *Metamorphosis* de 1974: un montaje visual que consiste en proyectar imágenes en el cuerpo de una mujer. Además de todo esto, Dalí está presente en algún reportaje de moda de Paco Rabanne, como testimonian otras fotografías del mismo autor¹⁸³. Gracias a estas



Dalí y Dior, fantasmas gigantes, 1951.

Fuente: banco de imágenes de internet.

¹⁸² Catálogo de la exposición *Gala/Dalí/Dior. De arte y moda*, que se celebró en el Castillo Gala – Dalí de Pubol del 14 de marzo de 2020 al 6 de enero de 2021, Edición Fundación Gala – Salvador Dalí, Figueras, 2020.

¹⁸³ Estas fotografías de Jean Clemmer se expusieron, por primera vez en su conjunto, en la exposición *Jean Clemmer Collaborations Salvador Dalí/Paco Rabanne*, Robert Berman Gallery, Los Ángeles, abril, 2013.

colaboraciones asistimos a como el espíritu surrealista de Dalí entre en perfecta conexión con la visión espacial de Paco Rabanne, creando unas imágenes sugerentes que, a pesar de estar tomadas, en su gran mayoría, en la casa de Port Lligat, parecen salidas de una dimensión espacio-temporal diferente y totalmente extraña a la realidad.

Una obra relacionada con el mundo de la moda es aquella que Dalí realiza en 1931 y cuyo título es *Objeto de funcionamiento simbólico*. Se trata de una pieza al más puro estilo del objeto surrealista, de hecho, incluso se considera el primer objeto surrealista realizado por el artista catalán. Dalí publicó esta obra en las páginas de *Le Surréalisme au service de la révolution*¹⁸⁴ y lo describió como Zapato y vaso de leche. La imagen es acompañada por esta descripción: «Un zapato de mujer en cuyo interior se ha situado un vaso de leche tibia en el centro de una pasta en forma dúctil de color excremental. El mecanismo consiste en sumergir un terrón de azúcar en el que se ha pintado la imagen de un zapato, para observar la disgregación del azúcar y en consecuencia de la imagen del zapato en la leche. Varios accesorios (pelos púbicos pegados a un terrón de azúcar, pequeña foto erótica) completan el objeto, que va acompañado por un bote de azúcar de recambio y una cuchara especial que sirve para agitar granos de plomo en el interior del zapato». El zapato representa en este caso, a nuestro entender, el elemento erótico, el fetiche por excelencia y, por ende, pasa a simbolizar el atractivo que ejerce la mujer sobre el hombre, representado, a su vez, por el terrón de azúcar que se deshace inexorablemente, vencido por la tentación¹⁸⁵.

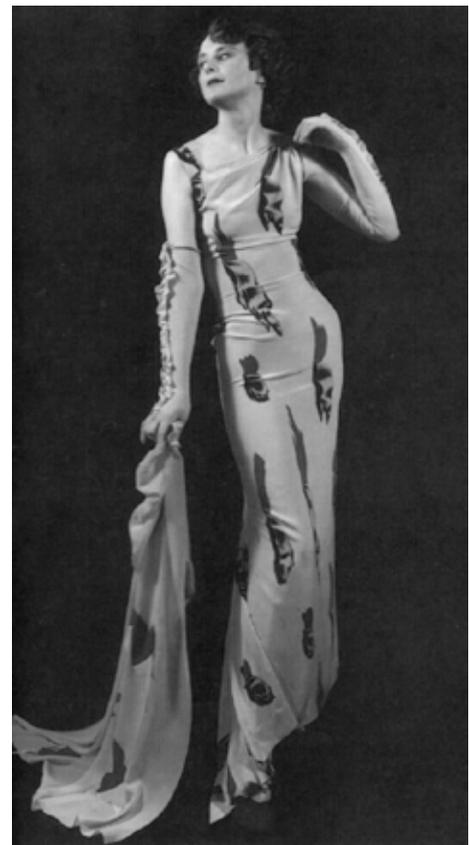
En los años treinta, Gala comienza a llevar y coleccionar varios vestidos de diseñadores importantes, entre los que se encuentra Schiaparelli, una de sus favoritas. La relación entre Gala y Dalí comienza en 1936, así que no sería de extrañar que fuese la propia Gala quien acercase al artista español a este mundo; eso sí, encontrando en seguida terreno fértil. La afición de Gala por el Diseño de Moda queda patente en la colección de prendas de la *Fundación Gala-Salvador Dalí* que, bajo el nombre *Las galas de Gala* ha reunido, en la última planta del Castillo de Púbol, hoy Casa-Museo de la pareja, las prendas restauradas coleccionadas por la mujer de Dalí. Entre ellas, destacan un abrigo rojo de 1935 de corte entallado que presenta una rica abotonadura de pasamanería metálica, y una chaqueta de noche de 1936, bordada con un cordoncillo y láminas metálicas, ambas prendas de Schiaparelli, así como varios vestidos de Dior, Dessés, Pierre Cardin, Lanvin

¹⁸⁴ *Le Surréalisme au service de la révolution*, número 3, París, diciembre, 1931.

¹⁸⁵ Un concepto que no puede no hacernos venir a la mente al canario Manolo Blahnik (1942), el más importante diseñador español de zapatos, quien, por cierto, es un coleccionista de arte, entre cuya colección se encuentran varias obras de Salvador Dalí.

o bien prendas realizadas con estampados del propio Dalí. Es el caso de un conjunto en crespón de dos piezas de 1965 realizado con una tela diseñada por Dalí que representa un patrón de muchachas de cabeza de rosas que nos recuerda sus ilustraciones de *Alicia en el país de las maravillas*, publicadas en 1969. Una pieza interesante es otra de la década de los sesenta hecha con una tela diseñada por Dalí: un traje de rayón rosa cuyo estampado simula las rupturas y desconchados de una pared tras haberse caído a pedazos la capa de enlucido que ha dejado al descubierto los ladrillos, lo que no puede no recordarnos el vestido harapiento y lleno de rasgones fruto de la colaboración entre el artista español y Elsa Schiaparelli.

Unas de las primeras incursiones que el artista catalán hace en solitario en el mundo del *fashion design*, en el sentido más amplio del término, están relacionadas con dos grandes nombres de los Estados Unidos: el poeta y artista polifacético vinculado al Surrealismo, Charles Henri Ford¹⁸⁶ (1908-2002), y la actriz alemana, naturalizada estadounidense, Marlene Dietrich (1901-1992). Para Ford, Dalí diseñó un mono cubierto de guantes que fue utilizado en 1935 para una sesión fotográfica que Cecil Beaton hizo al joven poeta. Con respecto a la relación con la Dietrich, en el diario *Richmond Times-Dispatch*¹⁸⁷, se menciona que Dalí realizó para ella unas muletas cubiertas de terciopelo rojo salpicado de diamantes de imitación. Merece la pena citar también otra obra muy original que realiza en 1936: la conocida *Chaqueta afrodisiaca*. En ella el artista combina con ironía la moda y las referencias sexuales habituales en sus obras y nos propone una americana de esmoquin de la cual cuelgan unos vasos de licor rellenos de *peppermint*, una bebida considerada entonces afrodisiaca, proponiendo para la indumentaria el concepto comercial del *Sírvase Usted mismo*. Se trata de una chaqueta de múltiples funciones siendo la prioritaria ya no simplemente abrigar, sino potenciar las prestaciones sexuales del varón en apuros¹⁸⁸.



Elsa Schiaparelli, vestido harapiento, 1938.

Fuente: banco de imágenes de internet.

¹⁸⁶ Dalí y Ford volverán a colaborar juntos en 1971 cuando el americano rodará su película *Johnny minotaur* y Dalí será la voz en off de algunas escenas.

¹⁸⁷ *Richmond Times-Dispatch*, Richmond, USA, 22 de septiembre, 1941.

¹⁸⁸ MARTIN, Richard, *Fashion and Surrealism*, op.cit.



Salvador Dalí, Chaqueta afrodisíaca, 1936.

Fuente: banco de imágenes de internet.

Para la campaña de Navidad de 1936, Dalí recibe el primero de una serie de encargos hechos por los conocidos almacenes neoyorquinos *Bonwit Teller*¹⁸⁹, situados en 5° Avenida: diseñar un escaparate que sirva de reclamo para los transeúntes¹⁹⁰. Para este primer proyecto, Dalí plantea una escena al más puro estilo surrealista¹⁹¹: coloca en el medio un maniquí con la cabeza de rosas, inspirado en sus obras *Retrato de la vizcondesa Marie-Laure de Noailles* y

Nacimiento de los deseos líquidos, de 1932, y *Mujer con cabeza de rosas*, de 1935; unos brazos que llevan en sus manos regalos para la mujer del centro salen de la pared, que queda completamente desconchada, en la parte inferior izquierda coloca su *Chaqueta afrodisíaca* y a la derecha vemos lo que se considera el primer *Teléfono afrodisíaco* con su tradicional langosta, situado encima de un mueble diseñado por él; abajo un letrero indica «Era una mujer surrealista». La explicación de este escaparate, pensado ya entonces como una instalación, ha de buscarse, en nuestra opinión, en la idea daliniana de la moda como tentación irresistible, asociada al fetiche, así que los regalos que se ofrecen al maniquí, además de estar relacionados con la época navideña en cuestión, podrían interpretarse también como los deseos ocultos de ambos sexos, representados, además, por la *Chaqueta afrodisíaca* y el *Teléfono afrodisíaco*. Con el paso del tiempo, el tema de la mujer con cabeza de rosas pasará a convertirse para Dalí en una figura fantasmagórica, como Alicia o como fantasma y también en la mismísima personificación de la Moda, como demuestra su escultura de 1971 *Homenaje a la moda*.

Dalí colaboró varias veces con *Vogue* ya que diseñó algunas portadas de esta revista. La primera fe para el número de junio de 1939: dos jóvenes, una de ellas con la tradicional cabeza daliniana cubierta de flores, están situadas en un paisaje surrealista de lo más desolador. La segunda es de abril de 1944 y reúne muchos elementos típicos del repertorio figurativo del artista ampurdanés, desde un paisaje de profunda perspectiva poblado

¹⁸⁹ *Bonwit Teller* son unos de los primeros grandes almacenes de Estados Unidos. Creados en Nueva York por Paul Bonwit en 1895; nacieron con la idea de comercializar prendas femeninas de alta calidad compitiendo en la relación calidad/precio con otros comercios del mismo tipo. Especialmente conocido era el Departamento de bisutería, donde vendía copias de joyas diseñadas por grandes modistos y joyeros.

¹⁹⁰ Durante las siguientes décadas, artistas como Jasper Johns, Robert Rauschenberg y Andy Warhol diseñaron escaparates para *Bonwit Teller*, Nueva York.

¹⁹¹ DALÍ, Salvador, *La vida secreta de Salvador Dalí*, Figueras, 1942.

por damas y caballeros hasta la presencia del Sol, representado como un rostro, situado por encima del nombre de la revista, cuyos rasgos están formados por unos pájaros que vuelan (esta misma estética la encontramos también en el mural que Dalí realizó para Helena Rubinstein dos años antes y del que hablaremos más adelante). Para el número de diciembre de 1946, plantea, a través de uno de sus trampantojos, un efecto doble (de hecho, hasta la palabra *Vogue* es repetida dos veces) que juega con la simetría. Finalmente, en la que será su última colaboración con la revista, se encarga del número especial del aniversario de cincuenta años (1921-1971) de *Vogue* que se publicó en diciembre de 1971. En esta ocasión, Dalí también hizo las veces de editor de la publicación y de ilustrador de los artículos publicados, además que de la portada. En ésta aparece el famoso retrato de Marilyn Monroe como Mao Zedong (fruto de la colaboración entre Philippe Halsman y Dalí, realizado con anterioridad en 1952); además la revista venía con una lámina de oro pegada en la portada trasera de un autorretrato de Dalí, inspirado en Velázquez como se puede apreciar de la postura, la gestualidad y el pelo del catalán.

Además de estas portadas para *Vogue*, recordamos a Dalí también diseñó en los años 40 unos carteles publicitarios para la empresa de medias de nailon¹⁹² para mujer *Bryan Hosiery*¹⁹³. La colaboración de Dalí con *Bryans* empieza en 1944 y se prolonga durante unos tres años, aproximadamente. Estos anuncios, así como todos los trabajos más comerciales realizados por el catalán, ponían en duda la nobleza de su arte, así que, frente a las numerosas acusaciones de este tipo, Dalí respondió: «La mayoría de la gente trabaja para poder ganar dinero; ¡yo gano dinero para poder trabajar!». Con esta afirmación quería decir que los beneficios que sacaba de los encargos comerciales le permitían dedicarse a crear su arte con total libertad. De hecho, no escatimó en aceptar trabajos de tipo comercial, como demuestra el hecho de que trabajó para *De Beers Diamonds, S.C. Johnson and Sons, Hallmark* (tarjetas de navidad), *Springbok Editions* (fabricante estadounidense de rompecabezas para quien diseñó unos puzles), *Shulton* (publicidad para el perfume *Desert Flower*), *Alka-Seltzer, Lanvin Chocolates, Datsun* (coches japoneses), *Walt Disney* (con quien hizo un corto), *Chupa Chups* (logotipo), *Braniff Airlines* y, por supuesto, *Bryan Hosiery*. Lo cierto es que, con respecto a los carteles para las medias *Beautiful Bryans*, nos encontramos delante de unas obras de gran

¹⁹² El nailon es una fibra sintética que fue descubierto por Wallace Hume Carothers en 1933 y patentado por él mismo en 1938. Por ser un material fuerte y elástico, se empezó a emplear en seguida (1939) para las medias de las mujeres, sustituyendo al algodón.

¹⁹³ *Bryan Hosiery* fue una empresa de Gran Bretaña que, a partir de los años 40, se dedicó a la fabricación de medias de nailon transparente para mujeres.

interés, una síntesis de aquellos elementos surrealistas propios de su imaginario, fruto del método paranoico-crítico. «La asombrosa serie de anuncios de *Bryan Hosiery* que Dalí diseñó se basó en algunos elementos familiares que se ven en sus pinturas, desde relojes blandos hasta unicornios, desde hormigas que se arrastran hasta muletas altísimas, desde escenas ecuestres hasta mariposas, desde cipreses altísimos hasta torres de relojes que se desmoronan»¹⁹⁴. En estos anuncios, en los que usa con cierta frecuencia la técnica del *collage*, las medias son el protagonista absoluto de la composición, aunque sean un objeto más situado en un espacio de ensoñación. Un tema coherente con el estilo del más puro Surrealismo, aquel de la fragmentación del cuerpo (en relación también con los maniqués), según el cual cada parte es independiente del todo (las medias, de hecho, parecen a veces piernas sueltas en los carteles de Dalí). Con respecto al protagonismo de las piernas femeninas, creemos que es importante recordar que Elsa Schiaparelli diseñó un broche de metal en forma de pierna, completa de zapato y rematada en la parte superior por un lazo, en la década de los años 30 y que se encuentra actualmente en la colección del *Metropolitan de Nueva York*. Además, también Schiaparelli producirá, a finales de los 50, varias medias de nailon al fin de incrementar sus ventas, así que este producto engrosará la lista de todos los complementos que la casa lanzará, como un canto del cisne, antes del cierre.

En 1949 Dalí diseña los decorados y el vestuario de la obra de teatro *Don Juan Tenorio*, escrita en 1844 por José Zorrilla y dirigida por Luis Escobar. El artista realizó dos versiones del vestuario, una en 1949 y otra en 1950, siendo esta última la más experimental. Tomando como base la indumentaria del siglo XVI y buscando la alternancia entre la vida y la muerte, aporta su creatividad a base de originales cubre cabezas, hombreras y máscaras, además de macabros trajes de esqueletos. La idea del director era renovar la producción de la famosa *pièce* teatral para modernizar su puesta en escena; es así como recurre a Dalí quien recibe el encargo con entusiasmo ya ve en ello también una manera de reintegrarse en el ambiente español, tras la pausa en los Estados Unidos, y manifestar con total libertad aquel atrevimiento, típico de sus creaciones, que se había ido forjando durante su etapa americana¹⁹⁵.

¹⁹⁴ Información extraída de la página web <https://dali.com/> de la *Salvador Dalí Society* con sede en Long Beach (California-EEUU). CHIMERA, Paul, *Salvador Dalí's Bryan Hosiery Art is Sheer Delight!*

¹⁹⁵ Sobre este tema se han organizado varias exposiciones en España, siendo una de ellas aquella que se ha celebrado en la Sala de Exposiciones del Patio de Comedias de Torralba de Calatrava (Ciudad Real), *El Don Juan de Dalí*, que se celebró del 2 de agosto al 30 de septiembre de 2013.

Un aspecto interesante a tratar y relativo a la relación de Dalí con el mundo de la moda es aquello de los estampados de tejidos. De hecho, también Dalí, como los ya mencionados Chagall, Léger o Picasso, crea unos patrones para tejidos. Es el empresario textil Wesley Simpson quien confecciona en seda, a finales de los años 40, los estampados del artista español y éstos son utilizados para pañuelos de estética surrealista de gran éxito, sobre todo en los Estados Unidos. Piedras sembradas en un paisaje lunar, Daphnes con cabeza de rosas, teléfonos (de cuya iconografía hablaremos más adelante), muletas, armaduras y vértebras son los elementos que recurren en estas creaciones de Salvador Dalí¹⁹⁶. Podemos mencionar un pañuelo realizado en los años 50, que ve la presencia de la cabeza de un maniquí rodeado de mariposas, todo ello situado en un paisaje surrealista. Tanto sobre el tema de los maniqués como de las mariposas volveremos más adelante ya que tienen cierto vínculo con la iconografía de Schiaparelli, sin embargo cabe aquí mencionar que la ligera inclinación de la cabeza así como la presencia del pelo rubio que se asoma por detrás de la nuca, remiten a la Venus de *El nacimiento de Venus* de Botticelli (1485–1486), así que podemos relacionar el estampado de este pañuelo con las etiquetas que Dalí realizó para la serie de productos *Shocking radiance body* (1943) de Schiaparelli que veremos en su momento y que presentan una figura inspirada en la diosa de la belleza por excelencia.

En 1965 Dalí recibe un encargo por el empresario estadounidense del sector textil Jack A. Winter para que realice unos prototipos de vestidos al fin de crear una línea de ropa diseñada por él; es así como Dalí se convierte por poco tiempo en diseñador de moda y realiza seis creaciones. Estas prendas, en realidad, no se llegaron nunca a fabricar en serie, a pesar de que en el mismo año fueron presentadas en París, así que hoy en día nos quedan sólo los figurines que nos dan una idea bastante fiel del objetivo que perseguía el artista con estas prendas. De estos bocetos, podemos apreciar que las creaciones de Dalí en el campo de la moda son de los más dispares ya que encontramos desde trajes de baño hasta vestidos de fiesta, pasando por ropa deportiva¹⁹⁷. De todos ellos, cabe destacar el vestido *Yellow astronaut*, sin duda influenciado por las tendencias espaciales de la década de los 60, que se caracteriza por unos originales pliegues de acordeón, y el *Coming back*, de pronunciado y muy atrevido escote trasero. Los complementos que diseña el propio artista para completar sus figurines son también muy interesantes, como las gafas y el

¹⁹⁶ Catálogo de la exposición *Artist textiles Picasso to Warhol*, celebrada en el *Museo de la Moda y Textiles*, del 31 de enero al 18 de mayo, 2014, Bermondsey, Fashion and Textile Museum Edition, Londres, 2013.

¹⁹⁷ Dichos dibujos fueron expuestos entre el 25 y el 26 de septiembre de 2015, por primera vez en España, en la Mayoral Galería d'Art de Barcelona.

tocado del *Yellow astronaut*. La idea que este conjunto de bocetos transmite es aquella de unos diseños intemporales y pensados para sobrevivir al paso del tiempo.

También en el Diseño de Joyas, Dalí es un referente importante dentro del Surrealismo¹⁹⁸, además, las suyas son unas creaciones de rabiosa actualidad, como demuestra el hecho de que algunas de ellas se siguen reproduciendo todavía hoy en día y se vendan en las tiendas gestionadas por la *Fundación Gala-Salvador Dalí* que vela por los intereses de su obra y de sus derechos de autor y de reproducción. En el mismo edificio del *Teatro-Museo Dalí* en Figueras se ubica *Dali-Joies*, una exposición permanente dedicada exclusivamente a las joyas de Dalí que celebra este universo tan peculiar en un espacio cargado de misterio gracias a una iluminación muy cuidada. Allí es posible disfrutar de sus creaciones, como el famoso *Corazón real* (1953), realizado en oro, rubíes, diamantes, esmeraldas, zafiros y perlas, que se abre y se cierra mecánicamente simulando el movimiento muscular, o el actualísimo collar *Árbol de la vida* (1949) en el que vemos como un rostro cuelga de un entramado de hojas, como si el árbol tuviera vida y forma humana. Algunas de sus joyas han sido imitadas, como en el caso, por ejemplo, de Billy Boy* (el mayor coleccionista viviente de prendas de Schiaparelli) o Delfina Delettrez, quienes hicieron sus personales versiones de los diseños de Dalí sin alcanzar, en nuestra opinión, ni la perfección ni la elegancia de las joyas del artista español. Dalí diseñó numerosas y variadas joyas basándose en un amplia iconografía: referencias al universo religioso (desde corazones sagrados, hasta cruces y crucifijos pasando por vírgenes y santos) y mensajes de paz y amor (el mundo ensangrentado o la medalla de la paz); citas a mitología y leyendas (Ofelia, Apolo y Dafne, Medusa, Tristán e Isolda) y, por supuesto imágenes extraídas directamente de su propio imaginario y del antropomorfismo surrealista (relojes líquidos, teléfonos, langostas, símbolos eróticos, manos, elefantes con obeliscos etc.). Coadyuvado por su personal interés hacia el fetiche, sus joyas son un claro ejemplo de la actitud surrealista y el interés hacia el objeto. Un ejemplo muy significativo de la originalidad de algunas de sus joyas es la sortija *Corsé real* (1949), un anillo de mujer que tiene exactamente la forma de esta prenda de lencería, el corsé. Hecha de oro esculpido, diamantes y perlas,

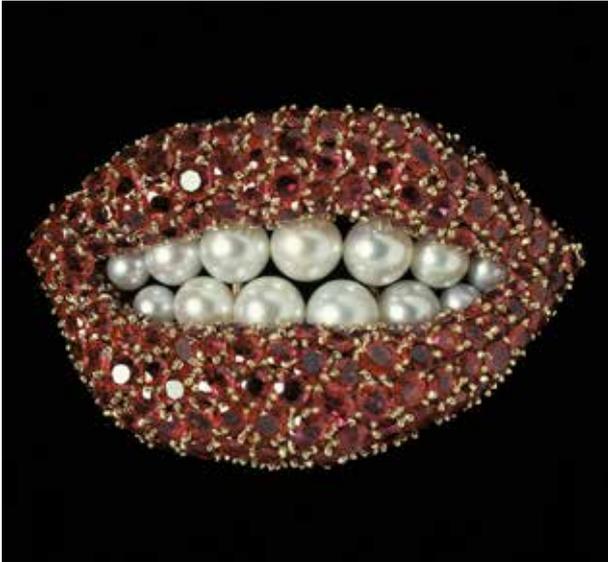
¹⁹⁸ El Diseño de joyas es una disciplina en la que varios y experimentados artistas han trabajado. Sobre este tema, el Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM, Valencia) organizó la exposición *De Picasso a Jeff Koons. El artista como joyero*, que se celebró del 4 de diciembre de 2012 al 17 de febrero de 2013. En ella se explicó la conexión entre orfebrería y creación artística a través de 220 joyas diseñadas por varios artistas contemporáneos como Picasso, Braque, Calder, De Chirico, Julio González, Jeff Koons, Man Ray, Plensa, Barceló o Louise Bourgeois. Por otra parte, cabe recordar que artistas como Alberto Giacometti colaboraron con Schiaparelli en el diseño de joyas, como veremos más adelante en el presente estudio.

la prenda está claramente representada con sus lazos y el bordado de su tela; una pieza de joyería que responde a la idea fetichista del erotismo, tema muy presente en la obra de Dalí, como demuestra el estudio iconográfico sobre la simbología de la langosta, que veremos más adelante.

El ampurdanés empieza a dedicarse al Diseño de Joyas a partir de finales de 1940, mientras que la colaboración con Elsa Schiaparelli empieza antes, en la segunda mitad de 1930, sin embargo, muchos de los temas que recurren en los trabajos realizados entre los dos, como los labios, la langosta o el teléfono, serán luego plasmados por el español en sus joyas. La relación con el mundo subconsciente, hacen de estas joyas unos objetos inquietantes que remiten a algo universalmente reconocible abriendo la puerta a esta dicotomía, tan típica del Surrealismo, entre lo elegante y lo repugnante¹⁹⁹. Las imágenes que Dalí plasma en sus joyas son de hecho una cuidada mezcla entre lo bello y lo macabro y estos dos aspectos se funden en una única pieza, que suele ser extremadamente sofisticada y trabajada. En ocasiones estas joyas no han sido realizadas y de ellas nos quedan solo dibujos o bocetos iniciales que, sin embargo, nos dan la idea de lo que podrían haber llegado a ser. A pesar de la utilización de piedras preciosas, Dalí niega el valor intrínseco de sus piezas de joyería para llegar a considerarlas como auténticas obras de arte, de hecho, lejos de la frivolidad que puede verse detrás de la finalidad de las joyas, hay que resaltar la importancia del valor simbólico que éstas tenían para él. «La inutilidad es la primera condición del lujo»²⁰⁰, declara, reiterando el precepto bretoniano de la inutilidad del arte. El método paranoico-crítico está una vez más a la base de la elección de los temas elegidos para la creación de todas sus obras, incluidas las joyas, así que las asociaciones que pueden parecer absolutamente casuales son el resultado de una atenta teoría finalizada a plasmar en el arte la ambigüedad de la realidad y del conocimiento intrínseco. Lo sacro y lo profano, así como los juegos de contraste se alternan constantemente y se vuelven temas recurrentes en sus joyas. Es el caso, por ejemplo, del broche en forma de labios de 1949, heredero del famoso sofá, y realizado con perlas y rubíes, en el cual apreciamos la reiteración del tema antropomorfo de los labios, que se vuelven inquietante fragmento realista, mutilación surrealista, así como obsesión por la sensualidad femenina. De los labios existe también el dibujo de una versión para pulsera que, sin embargo, nunca llegó a realizar. La paradoja que encierra este broche genera un juego de fascinación y

¹⁹⁹ JIMÉMEZ PRIEGO, María Teresa, *Dalí, joyero del siglo XX*, Ediciones de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, 1999.

²⁰⁰ *Ibidem*.



Salvador Dalí, Labios de rubies, broche de rubies y perlas, 1949.

Fuente: JIMÉNEZ PRIEGO, María Teresa, *Dalí, joyero del siglo XX*, Ediciones de la UNED, Madrid, 1999.

rechazo constante que interesa al ambiente surrealista y a la propia Schiaparelli, quien en sus broches de 1936 utiliza el tema de la “mutilación” (en este caso, de las manos). La iconografía de los labios estará muy presente también en la obra de Schiaparelli que diseñará botones o bolsillos con esta forma. El tema de las manos aparece también en las joyas de Dalí quien realiza varias piezas llamadas *Mano de hoja venosa*²⁰¹ (en versión de colgante en 1949 y de pequeña caja en 1953), hechas de oro, rubíes y esmeraldas, en las que vuelve el antropomorfismo del *Árbol de la vida*. La naturaleza es humanizada, lo que responde, por un lado, a una visión entre lo

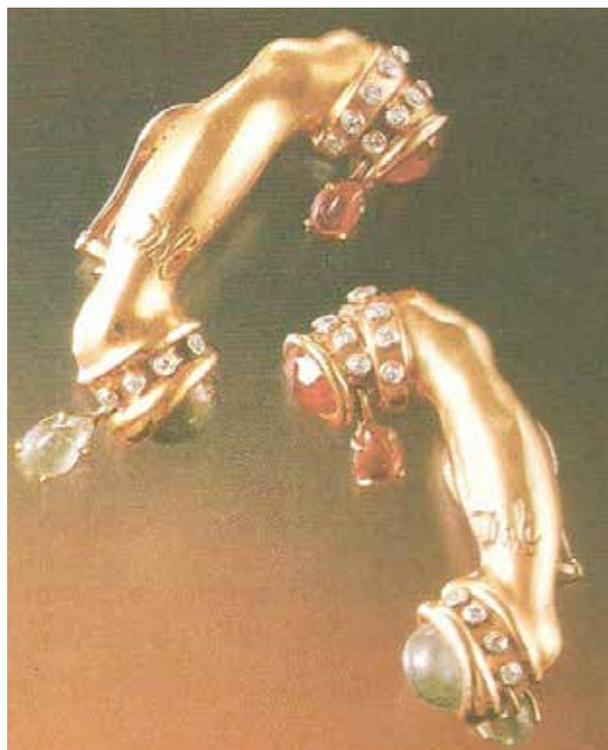
renacentista y romántico, y por otra parte a la ensoñación surrealista (además de poder tener, hoy en día, también una lectura de carácter ecologista, algo que por aquel entonces era desconocido). Otra referencia a estos temas la encontramos en la pequeña escultura en oro y diamantes *La flor viviente*: unos brazos, que simulan los pétalos, se prolongan hasta arriba, saliendo del corazón de la flor y, gracias a un mecanismo ocultado en el bloque de malaquita colocado justo debajo de la pieza, se abre y cierra delicadamente. De 1949 son también los *Pendientes telefónicos* que Dalí realiza en oro y piedras preciosas. La incomunicabilidad viene plasmada a través del teléfono, elemento iconográfico sobre el que volveremos más adelante. Otra creación interesante de Dalí es el *Ojo del tiempo*, también de 1949: se trata de un ornamento de platino en forma de ojo con diamantes y un cabujón de rubí, que cumple también la función de un reloj. El tema del paso del tiempo y la inmutabilidad de los acontecimientos que, aun previéndose, no se pueden cambiar, está a la base de esta obra.

En 1953 realiza lo que se denomina una medalla profana, en ella se representan los rostros de perfil de Tristán e Isolda separados sólo por el cáliz, hecho en diamantes y de cuya iconografía hablaremos más adelante ya que se trata de una imagen que nos remite directamente a aquella que hace Jean Cocteau (1889-1963) en 1937 para un abrigo de Schiaparelli. Como homenaje al Dalí diseñador de joyas, cabe recordar el reportaje

²⁰¹ La idea de la mano-hoja llama a la mente el poema de Federico García Lorca «Si mis manos pudieran deshojar» en el que recuerda a su amante por la noche.

fotográfico que le hizo Richard Avedon (1923-2004) en 1963, en el que el artista ampurdanés, ataviado con una sudadera dorada, es acompañado por la modelo y musa del fotógrafo, la estadounidense Dovima (1927-1990), mientras que unas joyas de notables dimensiones, colocadas con sabiduría en el primer plano, parecen reivindicar el protagonismo de la acción.

No cabe duda, que Dalí se vio atraído a lo largo de toda su vida, por los encantos, aunque efímeros en su gran mayoría, del mundo de la moda, del espectáculo y todo lo que estos dos universos, muchas veces entremezclados, representaban y siguen representando. De hecho es frecuente encontrarlo en fotografías con auténticos iconos de la época, como Alice Cooper, icono del Glam Rock, Amanda Lear, modelo francesa que se convirtió en su musa y amante y que posó para él como Santa Lucía²⁰², Yves Saint Laurent, Elsa Peretti, o como la actriz Mia Farrow, a quien le unía una sincera amistad y que no escatimó en criticar por el corte de pelo que le había hecho Vidal Sassoon, el renombrado peluquero de la *swinging London*. Unas amistades que se veían, a su vez, atraídas por aquel hombre que era obra



Salvador Dalí, *Pendientes telefónicos*, pendientes de oro, rubíes, esmeraldas y diamantes, 1949.

Fuente: JIMÉNEZ PRIEGO, María Teresa, *Dalí, joyero del siglo XX*, Ediciones de la UNED, Madrid, 1999.



Salvador Dalí, *Ojo del tiempo*, broche/reloj de esmalte, platino, diamantes y un rubí, 1949.

Fuente: JIMÉNEZ PRIEGO, María Teresa, *Dalí, joyero del siglo XX*, Ediciones de la UNED, Madrid, 1999.

²⁰² La religión en varias ocasiones ha inspirado el mundo de la moda. Es el caso de Dolce&Gabbana, Jean Paul Gaultier y Christian Lacroix, quienes dedicaron colecciones inspiradas en algunos aspectos (colores, volúmenes etc.) del catolicismo. También otras religiones como la islámica o la hinduista, por ejemplo, han servido de inspiración a la moda, no sin levantar ciertas polémicas. Guiños a la religión han estado presente en un sinfín de reportajes fotográficos, algunos más explícitos, otros menos, como en el caso de David LaChapelle o de algunos trabajos de Helmut Newton. El atractivo que lo religioso ejerce en este ámbito está relacionado, en líneas generales, con las ideas de pecado y, por ende, la rebeldía a los convencionalismos sociales, algo que resulta atractivo, además de provocador. El mensaje en estos casos no suele resultar indiferente, ya que se plantean lecturas que rompen todos los esquemas aprendidos.

de arte en sí misma y que lo catapultaban a él directamente en el mundo de las lentejuelas y las pieles exóticas que tanto lo atraían²⁰³.

Como hemos podido apreciar, durante más de diez años, el grupo surrealista está compuesto exclusivamente por hombres ya que las artistas no estaban ni siquiera contempladas. De hecho, casi todos los nombres mencionados son de hombres, así que, exceptuando el caso de Eileen Agar, Leonor Fini (de quien hablaremos más adelante) o Elsa Schiaparelli, entre pocas otras, no hay apenas mujeres surrealistas que podamos relacionar con el mundo de la moda, lo que por cierto sitúa a Elsa Schiaparelli en un contexto único en sus tiempos. A propósito de la participación de las mujeres en el grupo surrealista, cabe recordar que tardaron mucho tiempo en tener cierto peso y reconocimiento, lo que se puede traducir en que la posible influencia de mujeres en este ámbito no solía estar reconocida abiertamente por los miembros del grupo, ya que no es que no hubiera artistas afines a sus ideales, sino más bien no se las incluía. Esta exclusión, material, pero sobre todo intelectual, está, por ejemplo, demostrada por el hecho de que, tanto el primero como el segundo manifiesto del Surrealismo, fueron firmados solo por hombres, así como fueron siempre y solo hombres los que aparecieron en las fotos oficiales. En realidad, la relación entre los hombres y las mujeres vinculadas al movimiento era muy compleja y llena de contradicciones, en efecto, si por un lado se las ocultaba e, incluso, excluía de los contextos profesionales, por otra parte se veía en ellas musas inspiradoras, amantes deseadas, objeto sexual a través del cual satisfacer aquel deseo loco e incondicionado que animaba la llama del *amour fou* que tanto alababan²⁰⁴. De hecho, no hay que olvidar la importancia que tuvo el cuerpo femenino en la poética surrealista; continuamente asociado a connotaciones eróticas, reminiscencias infantiles, sensaciones táctiles y gustativas etc. encarnando los deseos de una sociedad moderna, que sin duda se encaminaba hacia la libertad sexual²⁰⁵. La idea de mujer era así alejada de la tradicional esfera doméstica que la quería madre y esposa para convertirse en musa, algo que, sin restarle el mérito de aportar una visión más totalizante de la mujer, seguía siendo absolutamente insuficiente ya que faltaba el reconocimiento de su capacidad intelectual y creativa. Una obra que representa muy bien la idea que tenían los artistas surrealistas de la mujer es la de Magritte que se titula *No veo a la [mujer] escondida en el bosque*, realizada en 1929. La imagen de una

²⁰³ TUSQUETS, BLANCA, Oscar, *Dalí y otros amigos*, Barcelona, 2003.

²⁰⁴ RAGOZZINO, Marta, "Surrealismo", en *Art e dossier*, número 103, Giunti Editore, Firenze, octubre, 1995.

²⁰⁵ VINCA, MASINI, Lara, *L'arte del Novecento*, op.cit.

joven desnuda aparece rodeada por 16 retratos de exponentes del Surrealismo (entre los que encontramos a André Breton, Luis Buñuel, Paul Eluard, Max Ernst y Salvador Dalí), todos ellos con los ojos cerrados. El sueño es común, nos viene a decir Magritte, todos desean a esa mujer escondida, y el amor y la pasión serán la recompensa de su búsqueda; porque la mujer debe ser buscada y, finalmente, por medio del azar, encontrada. El ser femenino es visto, en la fase inicial del Surrealismo, como fuente de inspiración, musa invocada y anhelada, objeto erótico que permite canalizar la ansiedad creativa. La pieza *Poupée* (1934) de Hans Bellmer, sobre la que volveremos más adelante, por otra parte, no hace que reafirmar la idea de fetiche en relación con el cuerpo humano femenino, lo que contribuye a potenciar ciertos estereotipos con los que los surrealistas estaban ya familiarizados. Estas creaciones, unidas a varias declaraciones de Breton y a ciertas actitudes machistas (como en el caso de Man Ray que se atribuyó muchas obras de su pareja, Lee Miller²⁰⁶) hicieron que se tachase a los miembros del Surrealismo de misóginos. Sin embargo, a pesar de que ciertas declaraciones y actitudes son innegables, hay que decir que, de todas las primeras vanguardias, el Surrealismo es posiblemente el movimiento que más abierto se haya mostrado frente a la integración de las artistas ya que, con el paso del tiempo, cada vez más mujeres fueron uniéndose al movimiento. Efectivamente, no fue algo inmediato ni, probablemente, buscado, pero es cierto que, después de bien entrado el 1930, posiblemente como consecuencia de una mayor orientación marxista del movimiento, cuando la actitud hacia el género femenino empieza a cambiar dentro del grupo, comienzan a aparecer, de manera paulatina, las mujeres artistas tanto en las exposiciones como en las fotografías oficiales, algo bastante innovador para la época. Ciertamente es que la gran mayoría de ellas tenían vínculos sentimentales con los hombres del grupo, algo que, en honor a la verdad, no ayuda en el proceso de empoderamiento, sin embargo, entendemos que hay que valorar su contribución, independientemente de las relaciones personales que se pudieron establecer entre ellos, a la causa de la emancipación femenina. Es un hecho, en efecto, que ellas, poco a poco, van introduciendo su arte en un ambiente dominado por hombres y van aportando un punto de vista esencial, la otra cara de la medalla al debate sobre el erotismo y los roles. A partir de la segunda mitad de 1930, por lo tanto, comienzan a aparecer las mujeres entre los surrealistas, tanto en las exposiciones como en las fotografías oficiales. Se trata de una fecha relativamente temprana, por lo menos si se considera que habrá que esperar a 1948 para la aprobación

²⁰⁶ SCHARER, Whitney, *La edad de la luz*, Ed. Salamandra, Barcelona, 2019.

de la *Declaración de los Derechos Humanos* en la que se reconocerá la igualdad de género ante la ley o que Simone de Beauvoir publicará *El segundo sexo* en 1949, lo que, por lo menos sobre la base de la cronología, permite reconocer que el Surrealismo aportó su contribución al reconocimiento de la mujer como artista independiente y no sólo como musa.

En sus obras, las artistas surrealistas presentaban a una mujer moderna y deseosa de liberarse de las ataduras patriarcales y el universo femenino se va perfilando como algo complejo y plural, hecho de deseos, frustraciones y libertades. El impulso renovador que representa el ingreso de las mujeres en el movimiento se traduce también en que aquel ideal de belleza pura e incontaminada, invocada por los hombres, va cediendo el paso a la realidad tal y como las propias mujeres la perciben desde dentro. Entre algunas de las exposiciones surrealistas en las que participaron también mujeres, hay que destacar: Londres (1936) con obras de Eileen Agar y Meret Oppenheim; París y Ámsterdam (1938) donde exponen Leonora Carrington, Jacqueline Lamba, Toyen, Remedios Varo y Rita Kernn-Larsen; Milán (1961) con Meret Oppenheim, Toyen y Mimi Parent. Además, hay que mencionar la exposición *Mexique* organizada en París por Breton en 1939 a la que participa también Frida Kahlo. Una atención especial merece la exposición celebrada en 1942 en Nueva York, *First papers of Surrealism*, que vio la colaboración, en la organización, de Marcel Duchamp, André Breton y Elsa Schiaparelli, en la que se expusieron obras de Kay Sage y Leonora Carrington. La diseñadora italiana se encarga de la parte organizativa, algo de gran transcendencia también en el contexto del comisariado de exposiciones, otro sector en el que, hasta hace relativamente poco, las mujeres brillaban por su ausencia. Finalmente, no se puede olvidar el papel rompedor y transgresor de la española Maruja Mallo (1902-1995) quien aparece cubierta de algas en una serie de fotos de 1945, una de ellas en compañía de Pablo Neruda, algo que nos remite, fiel a sus orígenes gallegos, a las referencias marinas presentes también en Dalí y Schiaparelli, además que, a la experimentación con el cuerpo, vehículo de comunicación, un concepto que tiene relación directa con el mundo de la moda.

En lo que concierne a las fotografías oficiales, por otra parte, no es una casualidad que la fotografía tomada en la *Galería New Burlington* de Londres en ocasión de la exposición surrealista que comentaremos más adelante²⁰⁷ y dónde aparecen también creativas del grupo (entre las que hemos identificado a Elsa Schiaparelli), sea de 1936. Antes de esta

²⁰⁷ Cfr. en el presente trabajo: *El contacto con el ambiente surrealista*.

fecha, en raras ocasiones, podemos encontrar alguna foto en la que estén también Gala (entonces esposa de Paul Eluard) y Simone Collinet (la primera mujer de André Breton), sin embargo, su presencia no se debe a nada más que al hecho de que fueran parejas de dos surrealistas. Sin embargo, una foto en la que figuran mujeres artistas, representadas como tales en el grupo, es aquella de 1942 en la que vemos a Leonora Carrington, Berenice Abbott y Peggy Guggenheim con el grupo de surrealistas en el exilio en EEUU al que la Segunda Guerra Mundial los había obligado. Otra es de 1944 y en ella salen retratados Roland Penrose, Louis Aragon, Picasso y Paul Eluard junto a Elsa Triolet, Nusch Eluard y Lee Miller (en uniforme militar porque era reportera de guerra en aquel momento).

Interesante, en este sentido, son unas imágenes de Man Ray de 1934 que retratan a algunos surrealistas, entre los que se encuentran Breton, Paul Eluard y René Char, escuchando a la poetisa Gisèle Prassinos (de catorce años) mientras lee sus poemas. Se aprecia un cierto amaneramiento en la composición lo que delata que no se trata de instantáneas, al contrario, más bien parecen esconder el deseo de demostrar públicamente la participación de la mujer al movimiento aunque detrás esté el estereotipo de la “mujer niña” (*femme-enfant*) muy querido por los surrealistas y que delata más bien una actitud patriarcal²⁰⁸.

Una mención aparte, merece la *salonnière* y escritora Lise Deharme, amiga personal de Breton, ya citada con anterioridad, que fue a la vez musa de artistas surrealistas, primero entre ellos el fotógrafo Man Ray, y autora de novelas y poemas apreciados por el conjunto del movimiento. Nos interesan sobre todo las fotografías que realiza de ella Man Ray, ya que tiene protagonismo directo la manera atrevida que ella tenía de entender el arte y la vida, lo que nos permite hablar de una musa “activa” y no sólo silente e inspiradora. De hecho, los retratos que le hace Man Ray no son obras en las que la mujer pase en segundo plano, sino se trata más bien de imágenes que nos hablan del personaje desde el respecto y la admiración, centrándose más en su manera de ser que en su cuerpo o en la sensualidad del mismo. La vemos retratada con tocados hecho de objetos naturales, o sosteniendo el brazo de un maniquí, o bien enmarcada en una carta de la baraja francesa como Reina de picas; la encontramos en una habitación oscura con un muñeco sin cabeza en sus brazos o bien vestida elegantemente mientras agarra una larga barra metálica. Imágenes misteriosas que nos trasladan la ironía con la que propia Deharme vivía, así como su carácter determinado. Estos elementos hacen que se la pueda considerar más

²⁰⁸ VÁZQUEZ Lydia, “Los casos de Claude Cahun y Gisèle Prassinos”, en *El Golem. Revista Literaria*, revista digital, Ciudad de México, 2020.

colaboradora que musa, ya que aporta su creatividad y sus ideas para la realización de la obra final. Por último, cabe mencionar que ella fomentó de manera activa la participación de las mujeres en el movimiento surrealista ya que encargó a dos artistas, Claude Cahun y Leonor Fini, que ilustrasen algunas de sus novelas, lo que la define también como impulsora del trabajo de las mujeres surrealistas.

Por su parte, la historiografía crítica del arte no ha ayudado a que se dieran a conocer los nombres de las mujeres vinculadas al grupo (tanto en sus orígenes como en años posteriores), así que nos encontramos con un problema añadido: además de haberse incorporado tarde al grupo, no se dedican estudios específicos a las mujeres surrealistas ni se las cita con frecuencia, exceptuando los casos de Leonora Carrington y Frida Kahlo (de las que hablan respectivamente Maurice Nadeau²⁰⁹ y Marcel Jean²¹⁰). De hecho, para ver un texto dedicado exclusivamente a las mujeres surrealistas, habrá que esperar a 1977 cuando se publique el primer estudio sobre el tema: *La femme surréaliste*, un ensayo de la revista *Obliques*²¹¹ (en la que cada número estaba dedicado a un autor o un tema de actualidad). En este texto, la historiadora Gloria Orenstein²¹² habla de más de veinte artistas entre las que se incluyen Leonor Fini, Leonora Carrington, Meret Oppenheim y también las más recientes Aline Gagnaire, Mimi Parent, Sibylle Ruppert o incluso Gina Pane etc. Un referente del tema es también el libro *Bachelors* de Rosalind Krauss²¹³, una recopilación de textos publicados por la autora entre 1979 y 1996 en los que habla de siete artistas negando la importancia de la subjetividad de género como condicionante en las obras de estas artistas, algo bastante discutible. Obras fundamentales son también el libro *Women Artists and the Surrealist Movement* de Whitney Chadwick²¹⁴ y la catalogación de mujeres surrealistas, realizada por Penelope Rosemont en 1998²¹⁵ (ambas, por cierto, no incluyen a Elsa Schiaparelli).

Sin embargo, es quizás desde el sector de las exposiciones donde más se está trabajando este tema ya que en los últimos años se han organizado varias muestras de mujeres artistas surrealistas, lo que ha aportado una importante contribución ya no sólo literaria (gracias

²⁰⁹ NADEAU, Maurice, *Histoire du Surréalisme*, París, 1945.

²¹⁰ JEAN, Marcel, *Histoire de la peinture surréaliste*, París, 1958.

²¹¹ ORENSTEIN FERMAN, Gloria, "La femme surréaliste", en *Obliques*, núm. 14-15, Ed. Borderie, Nyon, 1977.

²¹² Gloria Orenstein (Brooklyn, 1938) es una historiadora del arte y feminista que fue pionera en el estudio de la mujer en el Surrealismo.

²¹³ KRAUSS, Rosalind, *Bachelors*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1999.

²¹⁴ CHADWICK, Whitney, *Women Artists and the Surrealist Movement*, Thames & Hudson, Londres, 1985.

²¹⁵ ROSEMONT, Penelope, *Surrealist women: an international anthology*, University of Texas Press, Austin, 1998.

a los catálogos), sino también de planteamientos. A modo de ejemplo vamos a citar la exposición que se celebró en 2017 en el *Museo Picasso* de Málaga titulada *Somos plenamente libres. Las mujeres artistas y el Surrealismo*. Se trató de un evento importante que reunió la obra de dieciocho mujeres surrealistas: Eileen Agar, Claude Cahun, Leonora Carrington, Leonor Fini, Frida Kahlo, Dora Maar, Maruja Mallo, Lee Miller, Meret Oppenheim, Dorothea Tanning, Remedios Varo, Valentine Hugo, Nadja, Kay Sage, Ángeles Santos, Toyen, Germaine Dulac (periodista) y Unica Zürn (escritora). En esta ocasión se ha planteado la idea de que el Surrealismo había permitido a estas mujeres presentar libremente sus inquietudes, ya que, apelando al subconsciente, este movimiento tenía un componente catártico que lo volvía extremadamente libre ya que permitía actuar sin complejos ni filtros. El Surrealismo las llevó hacia un autoconocimiento, que derivó en autodeterminación, a través del conocimiento y el ejercicio de exorcizar los demonios de cada uno, así que sus trabajos se caracterizan por un cierto intimismo y un carácter autorreferencial bastante preponderante²¹⁶.

Como ejemplo para hablar de la discriminación intelectual que vivían las mujeres en aquellos años, vamos a tomar una fotografía de 1936, un retrato fotográfico que Willy Maywald, quien trataba sus composiciones con ciertos aires surrealistas y quien será, unos años después, el fotógrafo por excelencia de Dior, hace de una mujer de la alta sociedad parisina, *Madame* Tricoglou. A la protagonista, en una toma de gran impacto visual, la vemos sentada en una butaca con un traje *soldier* de Schiaparelli, sumergida en una aparente, profunda melancolía. El fotógrafo elige situar la composición delante de un fondo ajedrezado blanco y negro, lo que otorga a la escena un gran rigor, cromático y espacial. La modelo se convierte, así, en una especie de Reina que domina en soledad el tablero, no es una jugadora, sino una Reina. Nos parece interesante comentar esta fotografía en relación al papel de la mujer en el Surrealismo, porque, la podemos tomar como metáfora de la escasa consideración de las mujeres en este momento histórico. De hecho, hemos observado que, dentro de la iconografía de Schiaparelli, el gran ausente es el mundo del ajedrez, que, sin embargo, era muy apreciado por los Surrealistas, quienes se veían atraídos por el encanto de este juego de combinaciones infinitas. Max Ernst, Alexander Calder, Marcel Duchamp, Man Ray y Salvador Dalí realizaron piezas de ajedrez (en el caso de Dalí, llaman la atención unas piezas diseñadas como dedos truncados). Duchamp y Dalí fueron fotografiados por Robert Descharnes jugando juntos

²¹⁶ Sobre esta exposición se encuentran informaciones detalladas en la propia página web del *Museo Picasso* de Málaga: www.museopicassomalaga.org

al ajedrez encima de una superficie de cristal. Incluso, Man Ray en 1934 plantea un tablero de ajedrez con las fotos de carnet de veinte miembros del movimiento surrealista (André Breton, Max Ernst, Salvador Dalí, Hans Arp, Yves Tanguy, René Char, René Crevel, Paul Éluard, Giorgio De Chirico, Alberto Giacometti, Tristan Tzara, Pablo Picasso, René Magritte, Victor Brauner, Benjamin Péret, Gui Rosey, Joan Miró, E.L.T. Mesens, Georges Hugnet, Man Ray mismo). Y ¿cómo no mencionar la partida entre Marcel Duchamp (excelente jugador de ajedrez) y Man Ray, encima de una terraza, en la película surrealista *Entr'acte* de René Clair de 1924? En 1956 Duchamp hasta dirigió una partida de ajedrez viviente. Y finalmente, como dato interesante, la *Fundación Miró* de Barcelona organizó una exposición titulada *Fin de partida. Duchamp, el ajedrez y las vanguardias* (celebrada del 29 de octubre de 2016 al 22 de enero de 2017) como prueba de la importancia de esta disciplina para muchos artistas de la primera mitad del siglo XX. La comunión entre el mundo del ajedrez, el arte y la moda ha llegado hasta nuestros días ya que el diseñador de moda Alber Elbaz, al frente de la *Maison Lanvin* desde 2001 hasta 2015, lanzó al mercado un tablero de ajedrez cuyas piezas son irónicas figuras de madera vestidas al estilo Lanvin. Sin embargo, este tema no es abordado nunca por Elsa Schiaparelli (más allá de la fotografía en cuestión, cuyo ambiente es elegido, hemos de imaginar, por el fotógrafo), lo que podría interpretarse, ya no sólo con la falta de interés personal hacia el ajedrez, sino también como una consecuencia de su condición de mujer, lo que hizo que no se acercara a esta disciplina. Así que su falta de interés por el ajedrez podría ser una consecuencia de que fuera una mujer. De hecho, en esta época el juego del ajedrez era considerado una actividad puramente de hombres, varonil, porque se creía que existían limitaciones biológicas que impedían a las mujeres ser buenas jugadoras de ajedrez, como, por ejemplo, la ausencia de frialdad o de razonamientos lógicos, considerados atributos puramente masculinos; mientras que a las mujeres se les atribuían más bien cualidades pasionales e instintivas, que se creía que les impedirían ser buenas jugadoras de ajedrez. Incluso en la actualidad el ajedrez sigue siendo una disciplina practicada mayoritariamente por hombres, aunque, por supuesto y afortunadamente ya hay un número considerable de mujeres que se han distinguido en esta disciplina. Hemos, por lo tanto, de creer que con el tiempo esta discriminación, como otros estereotipos de género, irá disminuyendo cada vez más, a favor de una mayor igualdad. Así que, incluso dentro del ambiente surrealista, ciertas actividades, de las que el ajedrez es un ejemplo, estaban vetadas, en la práctica, a las mujeres que se entendía que podían encargarse de otras tareas muy concretas.

2.4. Arte, diseño y creadoras italianas

Consideramos interesante tocar un tema transversal que concierne al mundo de las artes plásticas y a la tendencia, cada vez más frecuentes de hacer referencias al mundo de la moda. De hecho, no es sólo el arte a dar inspiración al mundo de la moda, sino, al revés, es también el mundo del arte que se alimenta también del Diseño de Moda y todo lo que con ello está relacionado (técnicas textiles, texturas, tradiciones, desfiles y *performances*, reciclaje, artesanía, metamorfosis etc.); un sinfín de estímulos visuales y conceptuales que van a enriquecer el mundo de las artes plásticas. El *Arte textil* es una de las expresiones artísticas más comunes y difundida en este ámbito y representa una unión feliz entre las artes plásticas y la artesanía de los textiles y nos ha regalado y sigue regalando algunas piezas de gran impacto que invitan a la reflexión sobre un sector tan antiguo que ha de entenderse como un vivo reflejo de la sociedad. Dentro del amplio número de artistas que han tocado el tema del arte y su relación con la moda y el sector textil en el sentido más amplio del término, hay que hacer una selección ya que son muchas las facetas que se pueden abarcar desde la perspectiva artística.

Uno de los temas más tratados es el que relaciona el mundo de la moda con la memoria y las tradiciones, patrimonio de la esfera femenina desde hace siglos. De este modo nos encontramos con muchas artistas, sobre todo mujeres, que tratan el tema de la tradición textil, otorgando la merecida categoría estética a aquellas técnicas muy presentes en todos los hogares y que van desde la costura, pasando por el bordado, hasta el ganchillo o el tejer con agujas. Homenajes al trabajo de las mujeres en el ámbito doméstico y a las posibilidades expresivas de estas antiguas técnicas muy poco valoradas en general. Artistas que trabajan en esta línea son: la albanesa Jonida Xherri (*Mirëserdhët*), la británica Kirstie Macleod (*Red dress project*), las gemelas australianas Christine y Margaret Wertheim (*The crochet coral reef*), la peruana Ana Teresa Barboza (*Urdir*) o la estadounidense Janine Antoni (*Slumber*). Además, hay que mencionar a algunas artistas activas en Asturias como Teresa Patiño, Emma Bi, Ana Pérez Valdés, Valle Baranda o Isabel Cuadrado²¹⁷. Una mención especial merece la artista italiana Maria Lai (1919-2013) quien, con obras como *Lo que no se*, un libro enteramente realizado con la técnica del bordado, reflexiona sobre el conocimiento, el descubrimiento y el pasado, tanto individual como colectivo,

²¹⁷ Al tema del arte textil y arte y moda en Asturias se dedicará un estudio aparte que no se va a incluir en el presente trabajo debido a la extensión del argumento que merece ser tratado de manera aislada del contexto del presente estudio.

entendido como valor cultural. El diseñador de moda Antonio Marras (1961), nacido en Cerdeña como María Lai, en ocasión del centenario del nacimiento de la artista y amiga, le ha dedicado una colección en la que se pueden observar unas prendas en las que unos dibujos del propio Marras están bordados según los preceptos de Lai²¹⁸.

Otro tema que se abarca con frecuencia está relacionado con las texturas, los colores y los olores de los materiales, algo que permite involucrar al público y ofrecerle una experiencia sensorial o también que nos lega *performances* sobre las vivencias personales. En esta línea trabajan artistas como el brasileño Ernesto Neto (*Gaia mother tree*), la japonesa Mariko Kusumoto (*Sea creatures*), la sueca Alfhild Külper (*Deep work*). En este contexto cabe destacar la figura de la estadounidense Sheila Hicks (1934), pionera en el mundo del *Arte textil* y vinculada ideológicamente a la Bauhaus, quien trabaja el tema de volúmenes y construcciones, como si de arquitecturas se tratara, utilizando sus tradicionales colores llamativos e intensos. Una obra representativa de su arte es la que llevó a la Bienal de Venecia de 2019 titulada *Escalade beyond chromatic lands*, una instalación hecha a base de grandes esferas de lana que van a modificar el espacio del Arsenal ofreciendo una experiencia cromático y táctil muy envolvente. Una experiencia parecida se vivió en el Pabellón de Islandia de la Bienal de Venecia del mismo año con la obra *Chromo Sapiens* de Shoplifter. Un caso singular es el de la madre del pintor mallorquín Miquel Barceló que borda paisajes marinos tomando como inspiración tanto la propia naturaleza como las obras de su hijo con resultados artísticos sorprendentes. En Asturias podemos citar a Carmen Berrini, Alfonso Pérez o a alguna propuesta concreta de Ernesto Junco.

El tema de la moda en el arte acaba inevitablemente también por desembocar en el terreno de la metamorfosis y lo místico, la transformación del cuerpo y de la identidad que se hace posible gracias a trajes, extensiones, aplicaciones o piezas de tejido y que entronca de lleno con el ámbito de la escultura y lo conceptual. Este aspecto es trabajado por artistas como Joseph Beuys, quien le otorga un valor chamánico a su *Traje de fieltro*, o Louise Bourgeois (*Mujer espiral*). También es tratado por la danesa Tanne Vinter (*In the space of absence*) o la holandesa Guda Koster que mezcla escultura y mundo textil para dar vida a cuerpos deformados mediante sus trajes porque cada uno transmite lo que quiere aparecer (o aparentar frente a los demás) también con las prendas que lleva

²¹⁸ Además, en el *Museo Nazionale d'Arte Medievale e Moderna della Basilicata Palazzo Lanfranchi* de Matera se ha celebrado una exposición desde el 8 de diciembre de 2019 hasta el 31 de enero 2020 sobre el encuentro artístico de María Lai y Antonio Marras y se han expuesto más de 300 obras de ambos.

(*Sleeping beauty*). También la artista de Sarajevo, Ljiljana Majkić, trabaja el tema de los volúmenes y las construcciones añadiendo, además, guiños surrealistas sobre la poética del objeto. La italiana Sissi, con tejidos trabajados a mano, crea formas que van a metamorfosear su anatomía (*Ultima goccia*, 2000, *La ghiacciaia come il mio corpo*, 2000, *Cornucopia*, 2001).

También rompedor puede ser el arte cuando se inspira en aquellos objetos de uso cotidiano, muchos de ellos relacionados con la moda y la costura, para transformarlos y convertirlos en otra cosa hasta crear paradojas conceptuales; un gesto poético que el fotógrafo Chema Madoz, por ejemplo, hace de costumbre. Objetos familiares, algunos de ellos del universo de la moda y el sector textil (agujas de coser, metros de costureras, cinturones, zapatos, monederos, corbatas etc.), son reinventados y casi profanados para sorprender la mirada del observador que se ve obligado a ver las cosas desde un punto de vista diferente. Lejos del convencional culto al objeto, el artista lo “profana” con irreverencia e ironía para darle un nuevo sentido. Algo parecido pasa con algunas portadas de la revista alemana *Plakat journal* y en concreto con aquella del mes de enero de 1998 en la que un sujetador es transformado en dos rostros de perfil a punto de darse un beso.

El arte se aproxima al mundo de la moda también a la hora de trabajar el tema del reciclaje, dentro de una óptica ecologista y creativa según la cual nada se destruye y todo se transforma. Es el caso, por ejemplo, de la artista ucraniana Zhanna Kadyrova (*Market*) que recupera baldosas de cerámica de edificios abandonados (como en Chernóbil, por ejemplo) para crear con ellas unas prendas escultóricas que luego procede a colgar en perchas en el mismo lugar en el que se encontraban los fragmentos usados. La idea es crear algo bello del desperdicio y volver a dar valor a ciertos objetos olvidados a través del gesto creador. Algo parecido lo encontramos en las obras del artista chino Li Xiaofeng que realiza cuidadosamente vestidos de porcelana y alambre de metal partiendo de fragmentos de antiguo jarrones chinos (*Beijing Memory*), un homenaje a la cultura del pasado. Otra artista muy reconocida que trabaja los materiales textiles, muchas veces de desecho, es la estadounidense Judith Scott o la chilena Cecilia Vicuña (*Disappeared Quipu*) en cuya obra el nudo (*quipu* en quechua), utilizado antiguamente para fines burocráticos, es símbolo de memoria y rescate del pasado, así como de todo un universo de rituales.

En ocasiones, la pintura actual también cita la moda a través de cuidados ropajes o detalles de estampados como en el caso de la escocesa Stephanie Rew que trabaja finamente el pan de oro para devolvernos unas imágenes a medio camino entre desfile de moda y retablo gótico (*Los pájaros vuelas*). Otros pintores que trabajan los detalles de

las prendas con exquisito esmero son el italiano Domenico Gnoli (*Chemisette verte*) y el español Fernando Labrada (*Retrato de Antonia*).

Finalmente hay que mencionar las influencias que la moda ejerce en la *performance* como en el caso de la italiana Vanessa Beecroft (*VB55*), quien reúne en sus acciones a mujeres desconocidas para organizar desfiles improvisados o eventos de otro tipo al fin de criticar las imposiciones estéticas y luchar contra el canon de belleza impuesto por la sociedad. Otra artista que trabaja en esta línea es la española María Gimeno (*Bordando ausencias*) que entrelaza sus obras (instalaciones y *performances*) en un discurso de denuncia contra la ausencia de las artistas en libros de Historia del Arte.

En el sentido contrario trabajan aquellos diseñadores de moda que se inspiran en obras de arte para sus creaciones. Yves Saint Laurent es un icono de esta forma de proceder ya que en la década de los 60 diseñó prendas inspiradas en Mondrian, Picasso y Matisse. ¿Y cómo no recordar el famoso traje de novia de lana inspirado en los sarcófagos egipcios? En 1992, Gianfranco Ferré, que en aquellos años trabajaba para Dior, diseñó el traje *Palladium*, pensado como homenaje al arquitecto Palladio e inspirado claramente en las columnas jónicas del templo de *Atenea Niké*. En tiempos más recientes cabe mencionar la colección presentada por el madrileño Miguel Marinero quien, en 2004, se ha inspirado en los *Cubos de la memoria* de Agustín Ibarrola, ubicados en la localidad asturiana de Llanes, así como en el Ídolo de Peña Tú. Asimismo, la Casa del diseñador italiano Valentino se ha inspirado, en 2016, en el Constructivismo ruso, y lo mismo han hecho marca como Loewe, Chloé o Prada. Por otra parte, la empresa Laura Biagiotti presentó en 2017 una colección inspirada en el Futurismo italiano y, más en lo específico, en la obra de Giacomo Balla, algo que en el mes de septiembre de 2021 ha vuelto a proponer, con una nueva colección presentada en el Museo *MAXXI* de Roma. Finalmente, cabe destacar la colaboración entre la empresa catalana Desigual y el grafitero santanderino, Okuda, que se ha materializado en pieza de estilo urbano muy originales ya que enriquecidas por los diseños caleidoscópicos del artista.

En relación con el tema del arte y el diseño, vamos a detenernos en el sentir italiano de la creatividad como alma de muchas creaciones que relacionan el arte y la moda desde las poblaciones itálicas (Etruscos, Sabinos etc.). Elsa Schiaparelli no fue, desde luego, la única persona de orígenes italianos que triunfó en el mundo entero gracias a su creatividad; de hecho, son muchas las italianas, así como los italianos que han cosechado éxitos internacionales. Según un estereotipo bastante común, los italianos tenemos el buen gusto y el amor al arte en los genes, lo que suele fundamentarse en siglos de Historia

del Arte y en concreto en el hecho de haber nacido en una tierra que ha regalado al mundo unas elevadas épocas artísticas como la Antigua Roma o el Renacimiento, entre otras. Más allá del tópico, cierto es que, de la mano de grandes creadores y creadoras italianas, a lo largo de la historia, se ha ido imponiendo el *Made in Italy* que domina el mundo del diseño en los ámbitos más dispares, desde el Diseño de Moda hasta la Arquitectura, pasando por las Artes Plásticas, hasta llegar al Diseño de Producto. Sin embargo, en nuestra personal opinión, consideramos que, sin restar valor a la tradición del buen gusto italiano (posiblemente más valorado en el extranjero que en nuestra tierra), sea quizás la capacidad de inventiva y el valor para experimentar, así como el carácter audaz, lo que más ha caracterizado al genio creativo italiano y le ha dado aquel impulso ganador que ha constituido en el tiempo el éxito del *Made in Italy*. El gusto, de hecho, es algo transitorio, que cambia con el tiempo, las modas, está sujeto a constantes revisiones y lecturas, sin embargo, el espíritu innovador permanece más allá de las contingencias y se reafirma con cada individuo que sigue el camino de la investigación.

Al fin de rendir homenaje a la creatividad italiana y a la visión audaz de un país, creemos que merece la pena recordar algunos de los nombres principales que han permitido a la marca Italia extenderse y cosechar éxitos de todo tipo por el mundo²¹⁹. Una reflexión ésta, por supuesto, que no implica la negación del interés de posibles fusiones multiculturales, algo inevitable en nuestra sociedad contemporánea e interesante enriquecimiento de lenguajes, sino que defiende la recuperación de nombres y costumbres locales como punto de partida para reinventarse. Está claro que el rol desempeñado tanto por creadores de género masculino como femenino ha sido fundamental, así que es importante mencionar a grandes representantes del diseño italiano como Giorgio Armani, Bruno Munari, Achille Castiglioni o Renzo Piano, sólo para citar a algunos, sin embargo creemos que una manera interesante, además que necesaria, de hablar de la creatividad italiana es abarcarlo desde una historiografía de género que ayude a superar el sesgo androcéntrico con el que está escrita la Historia. Es por esta razón que procederemos a recordar a aquellas mujeres que también supieron o saben imponer su sentido estético y a las que las páginas de las grandes revistas no siempre han dedicado ni dedican el mismo espacio que a sus compañeros de género masculino. De hecho, reivindicar el buen gusto italiano pasa también por valorizar nuestro pasado, hecho de creatividad y valor, de

²¹⁹ Cfr. PALMEGANI, Maria Elena, “Italianas en el extranjero: estilo y experimentación”, en *Nuevos itinerarios e investigación en la literatura y cultura italiana*, Salamanca, 2021.

hombres y mujeres, ya que ambos aportaron muchísimo a la proyección internacional de nuestra tierra, algo de lo que hay que ser conocedores además que valedores.

Son muchas las mujeres italianas que, a lo largo de la historia, han tenido un importante papel en la vida cultural, intelectual e incluso política de su época, sin embargo, consideramos necesario centrarnos en un ámbito concreto de la dimensión cultural, aquel de la creatividad y el arte. Además de Elsa Schiaparelli y Leonor Fini, de cuyo trabajo y relación se habla en las páginas del presente estudio, hay un sinfín de creativas italianas que incluso llegaron a obtener éxitos intencionales por ser la viva imagen del estilo y la experimentación de una época. En realidad, a la hora de hablar de los orígenes de la creatividad en Italia y de las mujeres que contribuyeron a hacer posible esta visión hedonista y valiente, podríamos remitirnos a la Antigua Roma, a la culta y refinada Cornelia, por ejemplo, o al Renacimiento y a la bella Simonetta Vespucci, fuente de inspiración para Botticelli y otros artistas. Sin embargo, presentaremos aquí una selección parcial y de carácter simbólico, ya que no es exhaustiva, de mujeres que han hecho de la creatividad y el arte su bandera y dejaremos para proyectos futuros otros nombres importantes que, de momento, nos quedan en el tintero. Las mujeres que presentamos aquí son todas ellas diseñadoras, promotoras o artistas contemporáneas que obtuvieron fama internacional y estuvieron activas en un arco de tiempo que va desde principios del siglo XX hasta la actualidad, una reseña vinculada al gusto actual y que parte de la época de las primeras reivindicaciones del movimiento feminista contemporáneo hasta la actualidad, al fin, también, de contextualizar la obra de Elsa Schiaparelli.

Lina Cavalieri (Roma, 1874 – Florencia, 1944) fue una soprano de fama mundial muy apreciada en sus tiempos, es conocida hoy en día más por haber sido la musa inspiradora del diseñador Piero Fornasetti (1913-1988), quien desde 1952 inmortalizó su hermoso y joven rostro en unos platos icónicos (y aún actuales), que por sus capacidades interpretativas y vocales. Natalina Cavalieri, sin embargo, fue, antes que nada, una artista del bel canto de cuyo estilo se enamoraron muchos en su época, desde Cecil Beaton hasta Romain de Tiroff (Erté), mucho antes de que Fornasetti rediseñara su belleza clásica. Los primeros contactos con el canto llegan cuando la madre de Lina, conociendo la afición de su hija, le pide al profesor Arrigo Molfetta que le de clases. En realidad, el cantante y amigo de la familia Cavalieri no tardó en dejar embarazada a su alumna de 17 años quien tuvo así su primer y único hijo Alessandro. Sin embargo, a pesar de la prematura maternidad, sigue intencionada a ganarse la vida cantando y con la edad de veintiuno años alcanza su primer éxito en el Salone Margherita, un *café-chantant* de Nápoles muy en

boga en aquellos años. Su debut como cantante lírica se remonta a 1900 en *La bohème* en el Teatro San Carlo de Nápoles y es a partir de este momento que se va forjando el mito de Lina Cavalieri que, gracias a encadenar un éxito tras otro, se convierte en uno de los principales iconos de la *Belle époque*. Se la considera, de hecho, la primera “diva” de la Ópera, mucho antes de que María Callas embelesara al público, y sus altas capacidades vocales la llevan a exhibirse en algunos de los teatros más importantes del mundo, entre ellos el *Metropolitan de Nueva York* donde la Cavalieri canta al lado del tenor Enrico Caruso en *Fedora*. Además de ser apreciada como cantante de Ópera, Lina es considerada por sus contemporáneos como «La mujer más bella del mundo», definición que se debía tanto a su bello rostro como a su cuerpo alto y elegante que hacía que la comparasen con una belleza clásica. «Poseía la impasividad fría de una estatua. La línea de su espalda se fundía con su nunca para crear una noble columna [...] Usaba su opulencia italiana con una distinción maravillosa y posiblemente inconsciente; una valquiria mediterránea a pequeña y grácil escala», escribe Beaton en su libro *El espejo de la moda*. Esta belleza cautivadora es inmortalizada en varias ocasiones por Giovanni Boldini quien en 1901 la retrata en lo que se ha convertido en una de las representaciones más icónicas de la cantante. El pintor, a pesar de preferir encuadres abiertos y de cuerpo entero, la retrata en una pintura en la que opta por un plano medio yendo a enmarcar exclusivamente el busto y la cara que, de tonos pálidos, resalta sobre el conjunto oscuro. Todo un homenaje a su cara, mucho antes de que lo hiciera Fornasetti. Otros retratos le fueron realizados por Vittorio Matteo Corcos, Cesare Tallone y William Haskell Coffin, entre otros. Sin embargo, serán los retratos fotográficos los que darán mayor popularidad a la intérprete operística y a su belleza ya que inundan la prensa de la época. Será justo mirando las páginas de una revista francesa del siglo XIX cuando Piero Fornasetti se encontrará *vis a vis* con esta belleza italiana. De ahí nacerán el flechazo y el proyecto *Temas y variaciones* en el que el diseñador milanés reinterpreta de 350 maneras distintas la cara de la Cavalieri con la ironía, fantasía e inteligencia que le caracterizan²²⁰. Unas variaciones de aire surrealista en las que Fornasetti rinde homenaje a la belleza de Lina Cavalieri y también a las variaciones, un concepto que siempre le había atraído. Gracias a la serialidad y al

²²⁰ Consideramos interesante mencionar que la artista María Gimeno (Zamora, 1970) realizó en 2018 un proyecto llamado *Queridas viejas plates*, que consiste en pintar unos platos de cerámica con los autorretratos de muchas mujeres artistas de la Historia del Arte para que sus nombres no se borren de la memoria colectiva y, al contrario, se vuelvan inolvidables. Un homenaje a aquellas artistas demasiadas veces borradas de los libros del arte. Vuelve así, a distancia de más de sesenta años, el tema de los rostros en los platos, algo que concibió Fornasetti y que sigue teniendo vigencia a la luz de las varias interpretaciones personales que de ello puedan hacer las y los artistas contemporáneos.

retoque, en efecto, él considera que, a pesar de partir de una misma foto, se alcanzan un sinfín de imágenes diferentes e independientes entre ellas en las que subyace el motivo original a pesar de las diferentes lecturas e interpretaciones. No deja de ser curioso el pensar que Lina nunca llegó a conocer el impacto visual que tendría su rostro en el futuro ya que falleció ocho años antes de que Fornasetti quedase prendado por ella, sin embargo, el encanto de esta bella italiana ha quedado plasmado para siempre en unas piezas de diseño muy cotizadas. La inmortalidad de Lina Cavalieri está así garantizada y lo está gracias también a que actuó en las películas *The rose of Granada* (1916), *The shadow of her past* (1916) o *The two brides* (1919).

Al ser apodada como «La mujer más bella del mundo», al poco de retirarse de la Ópera, no tardó en aprovechar su fama para convertirse en empresaria, así que abrió su propio salón de belleza en París además de lanzar una línea con su nombre de productos de cosmética y perfumes. Escribió también un libro de memorias en el que cuenta los secretos de su belleza. Lina Cavalieri pasó los últimos años de su vida retirada en la Villa Cappuccina (hoy Villa Cavalieri) en Rieti rodeada de sus recuerdos. Falleció durante la Segunda Guerra Mundial, el 8 de febrero de 1944, a causa de un bombardeo en Florencia que destruyó su casa en la que se encontraba en aquel momento. El *New York Times* difundió la noticia de la muerte de la cantante que, en 1955, será recordada en la película *La donna più bella del mondo* de Robert Z. Leonard protagonizada por Vittorio Gassman y Gina Lollobrigida quien gana en 1956 el premio David di Donatello a la mejor actriz por encarnar a la diva Lina Cavalieri.

La Marquesa Luisa Casati (Milán 1881 – Londres 1957) fue inspiradora de artistas y modistos, Luisa Casati fue una rica mujer de la nobleza italiana que, con sus excentricidades e inventiva acabó convirtiendo su vida y persona en una obra de arte en plena *Belle époque*. Icono de estilo y atrevimiento, vivió sin complejos y rodeada del lujo más extremo haciendo de la elegancia y la extravagancia su *modus vivendi*. El padre, Alberto Amman, era un importante empresario milanés del algodón quien le legó, tras su muerte, un notable patrimonio, lo que le permitió a Luisa (y a su hermana) vivir de manera muy desahogada. El título de marquesa, por otra parte, le deriva del casamiento con el marqués Camillo Casati Stampa di Soncino con quien, a pesar de la corta duración de la relación matrimonial, tuvo su única hija, Maria Cristina.

A Luisa Casati, hoy en día, se la conoce sobre todo por haber sido la musa de muchos artistas y fotógrafos como Boldini, Kees van Dongen, Ignacio Zuloaga, Giacomo Balla, Jacob Epstein, Man Ray, el barón Adolph de Meyer, Cecil Beaton, Depero y Boccioni,

además que por haber inspirado a diseñadores de moda de la talla de Paul Poiret o Mariano Fortuny y es indudable que ésta es una faceta muy importante en su vida. De una belleza nada convencional, Zuloaga la retrató con un atuendo de lo más español y un aire turbador, mientras que Kees van Dongen se centra en su llamativo pelo rojizo y su silueta fantasmal mientras pasea por Venecia. Boldini, por otra parte, en uno de sus retratos, la representa con su galgo y un aire noble y refinado. Sin embargo, merece la pena destacar, en nuestra opinión, el aspecto más creativo y audaz de este personaje. Ella logró hacer de su vida una obra de arte, artífice ella misma de su imagen que supo crear y explotar; así que podríamos incluso decir que, por un lado, se adelanta al arte de acción, cuyo lema será fusionar arte y vida, y a las artistas *performers* de décadas posteriores, y por otra parte que intuye la importancia de aquel amplio sector del marketing centrado en crear una imagen ganadora y eficaz. Al tener unos rasgos muy marcados y unos grandes ojos oscuros, Luisa Casati solía utilizar un maquillaje agresivo que resaltaba este aspecto tétrico que la naturaleza le había dado, de hecho, el propio Man Ray, en los retratos que le realizó, supo evidenciar su mirada penetrante e inquietante; incluso el corte de pelo que solía llevar (de largo flequillo) aumentaba el original efecto macabro y su aspecto masculino.

La fama de esta mujer viajó por Europa debido a sus hábitos extravagantes, a sus acciones sorprendentes, así como a los romances que vivió (famosos los que protagonizó con Gabriel D'Annunzio o con la pintora Romaine Brooks) y por las fiestas de disfraces que organizaba (algunas de ellas en su residencia veneciana, el Palacio Venier dei Leoni donde después vivirá Peggy Guggenheim), como aquella que se celebró en la Plaza San Marco de Venecia que se cerró exclusivamente para el evento. Tenemos fotos de ella vestida de las guisas más dispares que son un vivo testimonio de cuan adelantada a sus tiempos fuera esta mujer de gran personalidad. La vemos disfrazada de lámpara de araña o estrella del firmamento o como una reina de Oriente Medio; la encontramos vestida con abrigos de pieles exóticas o posando con una pitón alrededor del cuello. Siempre sorprendía y lo hacía muy bien, sin escatimar en recursos visuales hasta el punto de que llegó a dilapidar su ingente fortuna en fiestas y vestidos. Murió arruinada en Londres, donde vivían su hija y nieta, sin renunciar a la indumentaria extravagante que, cuentan, incluso buscaba en la basura.

Un personaje, el de Luisa Casati, que se podría tachar de frívolo si no fuera que la historia, sobre todo la del arte, le ha dado la razón en el sentido de que la experimentación artística ha pasado también por esto, por una entrega absoluta, sin límites, al arte entendido

también como teatralidad. Luisa Casati, de hecho, vivió dentro de una obra teatral toda su vida, rodeada de Ballets Rusos y de pieles de leopardo y nos ha legado su atrevimiento, un concepto vital de lo más actual. La libertad con la que actuaba y el hecho de vivir sin complejos, además, ayudaron a construir la nueva imagen de la mujer que se estaba empezando a forjar en aquellos años: una mujer artífice de su propio destino, independiente y que reivindicaba el derecho a elegir libremente, a tomar las riendas de su vida sin las tradicionales ataduras patriarcales. Quizás sea también por esta razón, por ser un símbolo de la liberalización de la mujer, que Luisa Casati se haya convertido en icono hasta el punto de seguir inspirando, incluso varios años después de su muerte, a diseñadores de la talla de Coco Chanel o Karl Lagerfeld; y sigue inspirando todavía en la actualidad: a Dior en 1998, a Alexander McQueen en 2007, al fotógrafo Paolo Roversi en 2009 quien realizó un reportaje publicado en la revista *Acne Paper Suecia* en el que la actriz Tilda Swinton es la viva reencarnación de la marquesa. Hoy en día quizás hablaríamos de ella como de una *influencer*, algo que en su época no estaba ni contemplado, por lo menos sobre los papeles, aunque ya existían términos como inspiradora, musa y modelo. Luisa Casati está enterrada en el Brompton Cemetery de Londres y en su epitafio se lee una frase extraída del *Antonio y Cleopatra* de Shakespeare: «La edad no puede marchitarla, ni la costumbre debilitar la variedad infinita que hay en ella».

Tina Modotti (Udine, 1896 - Ciudad de México, 1942) fue una de las fotógrafas italianas de más éxito internacional, aunque, posiblemente no llegó a ser muy conocida en su tierra de origen. Mujer viajera y reivindicadora de conflictos sociales supo fusionar en sus fotos estos aspectos preponderantes en su vida. Sus inicios en la fotografía están vinculados a Edward Weston con quien mantuvo una importante relación profesional y quien le enseñó el oficio, así como el gusto por las cosas imperceptibles, los detalles y le transmitió su peculiar manera de observar la realidad de las pequeñas cosas. Tras vivir un tiempo en los Estados Unidos, donde emigró con diecisiete años, Tina se traslada a México en 1923 donde se establece durante varios años de su vida, con alguna interrupción, y donde realiza la mayor parte de su trabajo a la par que va cobrando fuerza su faceta como revolucionaria. Es precisamente en México donde conoce a Diego Rivera, de quien es modelo y musa, a David Alfaro Siqueiros, a José Clemente Orozco y a Frida Kahlo entre muchos otros y donde, en 1927, inicia su colaboración con el Partido Comunista Mexicano dando así comienzo su labor como activista en defensa de los más débiles. El elemento social y reivindicativo impregna toda su obra fotográfica a partir de este momento. A pesar de que deja de lado el aspecto más romántico, derivado de la influencia que Weston había

ejercido sobre ella, sigue siendo muy delicada y refinada en su peculiar manera de mirar. En sus fotografías cobran protagonismo algunos de los grandes olvidados de México: trabajadores, campesinos, indígenas, mujeres y niños. Además, rodeada de artistas como se halla, se encarga de documentar el trabajo de los grandes muralistas mejicanos con quienes comparte los ideales políticos y revolucionarios. Es así como, a raíz de la asidua frecuentación con este ambiente artístico, realiza varios retratos de Diego y Frida, por los que es quizás más conocida en la actualidad. Sin embargo, es en la originalidad de los encuadres y la meticulosidad de sus fotografías de la gente humilde donde más se puede apreciar el refinamiento de Tina Modotti y donde reside su principal aportación a la Historia de la Fotografía. Algunas de sus tomas son, de hecho, icónicas y tienen el valor imperecedero que solo las cosas bien hechas pueden tener. Es el caso de la famosa fotografía *Manos de campesino agarrando una pala* de 1927 en la que el trabajador y su vida de sacrificios están representados sólo a través de sus manos y el detalle de una herramienta de labranza, fiel compañera de una vida. Se trata de una toma sugerente y cargada de significado que tiene un valor universal sin caer en patetismos o fáciles compasiones. Porque el trabajo de Tina Modotti no solo habla de las duras condiciones de vidas de los desamparados, sino también de la dignidad de su trabajo y a través de esas imágenes se los reconoce y eleva, en vez de inspirar en el observador sentimientos lastimeros. Su fotografía tiene el carácter del reportaje social y de denuncia, del que se puede indiscutiblemente considerar pionera ya que para ella la cámara era una herramienta para dejar constancia de algunos de los temas que más le importaba reivindicar. Tras pasar un tiempo en Alemania, Rusia y España, donde viaja para apoyar la causa republicana en la Guerra Civil, regresa a México bajo un falso nombre, ya que había sido expulsada por sus implicaciones políticas, y finalmente fallece con solo 46 años de un ataque al corazón, o por lo menos ésa es la que figura como la causa oficial de su muerte. Algunos, entre ellos Diego Rivera, siempre dudaron de que se tratara de una muerte natural y más bien relacionaron su temprano fallecimiento con la relación que ella había mantenido con el controvertido militante comunista italiano Vittorio Vidali o, más en general, con su exposición política.

De la fotógrafa italiana Wanda Wulz (Trieste, 1903 – Trieste, 1984), que experimentó en el campo de la fotografía artística alcanzando cotas muy elevadas que la vinculan a Futurismo y Surrealismo, poco se sabe al día de hoy. De familia de fotógrafos profesionales, Wanda Wulz heredó el trabajo de su padre quien, tras su fallecimiento en 1928, dejó a sus dos hijas el estudio fotográfico de Trieste que el abuelo de ellas había

abierto en 1860 y que estuvo en activo hasta que Wanda y su hermana Marion decidieron cerrarlo en 1981. A pesar de que el estudio había estado desde sus inicios especializado en retratos, algo muy típico en aquella época, ya desde el primer momento, de la mano del abuelo de Wanda, Giuseppe Wulz, se le vincula también a cierta experimentación en el campo de la fotografía, tanto en lo que a los aspectos químicos se refiere, como a los contenidos estéticos. Wanda Wulz decidió seguir la estela de sus predecesores y optó por no dedicarse exclusivamente al retrato, sino también a la dimensión más artística y creativa de la fotografía. Y es gracias a esta faceta que su trabajo alcanza las cotas más elevadas lo que la mete de lleno dentro de la Historia del Arte. Fundamental es, en este sentido, el encuentro con el ambiente de los futuristas italianos, algo que, además, le da cierta fama internacional. En concreto a Wanda le interesan los experimentos de fotodinamismo de Anton Giulio Bragaglia, el máximo representante de la fotografía en el grupo de artistas liderados por Marinetti. Por lo tanto, va en la línea del fotomontaje y la fotodinámica la investigación que Wanda realiza y que la lleva a participar a la *Exposición nacional de fotografía futurista* que se celebra en Trieste en 1932 organizada por el poeta Bruno Giordano Sanzin y cuya inauguración se sella con una conferencia de Marinetti. Es en esta ocasión que Wanda conoce al ideólogo del Futurismo quien la anima a seguir experimentando con la fotografía, algo que resulta un importante estímulo para ella. A partir de este momento la artista realiza varias fotografías en las que mezcla técnicas y estilos diferentes obteniendo unos resultados muy interesantes.

La fotografía más conocida de Wanda Wulz es el fotomontaje de 1932, *Yo + gato* que realiza sobreponiendo perfectamente, lo que denota una técnica muy depurada, su cara con la de un gato de pelo blanco y negro. La imagen es de lo más sorprendente para la época ya que toca el tema de la metamorfosis, de lo fantástico y lo onírico, algo que, además, la acerca a la dimensión surrealista, llegando así a una personal fusión de las intenciones de estos dos movimientos artísticos. Retocar la realidad es sin duda algo muy sugerente que remite a la dimensión de lo desconocido y es gracias a fotografías como ésta que se la considera una de las pioneras del retoque fotográfico, mucho antes de la existencia de *Photoshop*, a la par que Howard S. Redell o Barbara Morgan, lo que demuestra lo adelantada que estaba a sus tiempos a pesar de que su trabajo no fuera tan reconocido como se habría merecido (baste con pensar que no suele estar incluida casi nunca en el catálogo de artistas futuristas, a pesar de haber expuesto con ellos y de compartir su visión de la fotografía). Sin embargo, para dar una idea de la aportación que llega desde Trieste de la mano de Wanda Wulz podemos comparar su fotografía *Yo +*

gato con la de Herbert Bayer, *Lonely metropolitan*, también de 1932, que ha estado muy reproducida en los libros de arte al tratarse ya no sólo de un fotomontaje interesante sino también por haber sido realizada por uno de los diseñadores gráficos más importantes de la Escuela de la Bauhaus, algo que le dio mucha visibilidad, una suerte que Wanda desde luego no tuvo.

Es curioso pensar que no será hasta 1940 cuando el personaje de *Catwoman* aparecerá por primera vez en los Estados Unidos en los cómics de la *DC Comics*. Claro está que una comparativa entre la foto de la Wulz y el personaje relacionado con *Batman* nos sale automática y nos resulta inevitable, aunque entre ambas no haya ningún tipo de relación más allá de una cierta simbología a la que podemos intuir que la Wulz se quisiese acercar con esta obra. De hecho, no sería de extrañar que la fotógrafa, amante de los gatos ya que vivió con unos cuantos como se puede apreciar de las fotos familiares de su padre, quisiera transmitir con esta fotografía el lado más sensual de la femineidad, representado por el gato, y, por otra parte, el aspecto más humano del felino, algo que el personaje de *Catwoman* también representa y encarna. Al fallecer sin herederos, la colección de fotografías de la familia Wulz fue entregada al *Museo de la Fotografía Fratelli Alinari* de Florencia.

Lea Vergine (Nápoles, 1936 – Milán, 2020) fue una renombrada crítica e historiadora del arte. Nacida con el nombre de Lea Buoncristiano, adoptó el apellido Vergine de su primer marido y así fue como se la continuó a conocer incluso después de su separación. Trabajó el tema del cuerpo en el arte actual, lo que la llevó a estudiar tanto el *body art* como el arte de la *performance* de cuyos estilos se puede considerar una de las principales conocedoras, además de ser pionera en la investigación del arte cinético. Con sus ensayos aporta una visión personal y femenina en un mundo, el de la Historia del Arte, dominado por hombres, además tiene el mérito de haber dado visibilidad a algunas mujeres artistas, como la pintora de Turín Carol Rama (1918-2015) o la *performer* francesa de origen italiano Gina Pane (1939-1990) mucho antes que otros lo hiciesen. Se casó en segundas nupcias con el diseñador de producto Enzo Mari (quien trabajó para marcas como Alessi, Zanotta, Artemide etc.), con quien tuvo una hija, Meta, y falleció en 2020, a causa del COVID-19, un día después de que se apagara su esposo, quien también había contraído el virus. Lea Vergine y Enzo Mari formaron una pareja legendaria enteramente dedicada al mundo del arte y se considera que tuvieron un papel fundamental en la difusión de la creatividad italiana en el mundo. En concreto, la labor de Lea Vergine, tanto como historiadora y crítica de arte que, como comisaria de exposiciones, ejerció una cierta influencia en la escena artística mundial a la par que Carla Lonzi, por ejemplo, otra

gran investigadora del arte. De todos sus ensayos, quizás el más conocido sea *L'altra metà dell'avanguardia, 1910-1940: pittrici e scultrici nei movimenti delle avanguardie storiche* (1980) en cuyas páginas Lea Vergine habla de la contribución de más de cien mujeres artistas de varios países, lo que, en el caso de muchas de ellas, ha impedido que permaneciesen en el olvido al que la visión de la historiografía tradicional las había relegado. Es importante, por lo tanto, reconocer el mérito que tuvo Lea Vergine, desde la parte teórica del mundo del arte, aportando aquella luz y perspectiva de la cual hoy somos todos deudores y que han servido de orientación para las artes plásticas, además que para el enfoque de la investigación. De hecho, pocas veces se reconoce el papel ideológico de la Historia del Arte, mientras que, gracias también a las aportaciones de Lea Vergine, este tema es hoy en día reconocido, aunque no definitivamente encarrilado hacia una correcta perspectiva histórica y, menos aún, de género.

Elsa Peretti (Florencia, 1940 - San Martivell, 2021), italiana de nacimiento y afincada en Cataluña, es conocida a nivel internacional por sus diseños de joyas, sobre todo aquellos que realizó para *Tiffany & Co.* a raíz de su incorporación a la empresa en 1974. Sus andanzas en el mundo del arte, tanto como diseñadora y musa que, con actividades de carácter filantrópico, son muchas y variadas y conviene recordarlas.

Antes que nada, es interesante remitirse a su formación acontecida entre Suiza, Roma y Milán, lejos de su familia acaudalada y conservadora, lo que forjó un carácter independiente e innovador. En 1968 se va a Cataluña para trabajar con el fotógrafo Oriol Maspons para unos reportajes de moda y de paso conoce a Salvador Dalí quien la llega a disfrazar de Virgen María en una especie de *performance* de la que nos ha quedado una imagen. Se remonta a aquella época su pasión por Cataluña y El Ampurdán y es entonces cuando compra la casa donde pasará la mayor parte de su vida, primero de manera intermitente y luego ya con más estabilidad, hasta finalmente fallecer allí, en el pueblo de San Martivell, en marzo de 2021. Un año después de trabajar con Oriol Maspons, en 1969, se muda a Nueva York para darse a conocer como modelo de moda y es allí donde, en *Studio54*, entra en contacto con Andy Warhol y Liza Minnelli quien se convertirá en una de sus principales admiradoras. Unos pocos años después, el fotógrafo Helmut Newton la retrata en bañador y con una original gorra de orejas de conejo que ha pasado a los anales de la historia con el nombre *Elsa Peretti in Bunny Costume*: unas imágenes desenfadadas en un contexto urbano que juegan con lo erótico y el *bondage* al más puro estilo de Newton. Sin embargo, a raíz de empezar a trabajar en Tiffany en 1974, Elsa decide dejar de lado su carrera como modelo para centrarse en el Diseño de Joyas,

actividad que se convierte rápidamente en prioritaria y gracias a la que cosechará sus mayores éxitos. Entre las creaciones más destacadas que realiza para la firma, recordamos el brazalete *Bone* inspirado tanto en los huesos de la capilla de los frailes capuchinos en Roma como en la *Casa Milá* de Gaudí, de ahí su nombre²²¹. Se trata de una de las joyas más vendidas de Tiffany ya que, desde su lanzamiento, no han dejado de reproducirla habiéndola además realizado de varias maneras y en materiales distintos; tanto es así que se le ha visto en la muñeca de muchas actrices de edades muy dispares como Liza Minnelli, Sophia Loren, Catherine Deneuve, Carrie Bradshaw o Naomi Watts, sólo para citar a algunas. Se trata de una pieza de carácter orgánico que contribuyó a romper los tradicionales esquemas del Diseño de Joya jugando con la abstracción, superando la rigidez de la geometría, a la par que con los elementos de la naturaleza. Otra pieza interesante es un colgante en forma de pañuelo realizado en malla de oro de 18 quilates inspirado en un bolso de un material parecido y de manufactura india que Elsa vio durante uno de sus viajes a Oriente. A raíz de utilizar esta técnica para el pañuelo, diseña otras joyas, como pendientes y collares, con la misma malla. Merece la pena mencionar también las gargantillas en forma de serpiente o escorpión, las piezas denominadas *Bean*, en forma de haba, o el cinturón con la hebilla ecuestre, que simula una herradura estilizada. Se trata de unas obras muy sexys y de volúmenes escultóricos inspiradas en las formas y texturas de la naturaleza y en las que el paso del tiempo no ha dejado huella, sino que, al contrario, se han vuelto de rabiosa actualidad habiéndose convertido en algunos de los *must have* más codiciados de Hollywood y, en general, por las mujeres famosas de todo el mundo. Hoy en día, actrices como Rossy de Palma o Isabella Rossellini, han rendido homenaje a Elsa Peretti y honrado su memoria.

Otra faceta de Elsa Peretti que es importante recordar es aquella que la ve financiando la restauración de algunas partes del casco antiguo del pueblo de San Martivell, incluida la iglesia, además de la excavación de áreas arqueológicas con vestigios romanos. Es de hecho gracias a su contribución que se han podido recuperar algunos edificios antes de que se echasen definitivamente a perder, lo que ha contribuido a la revalorización de los pueblos, algo necesario en la España vaciada. Finalmente cabe mencionar su *Fundación Nando y Elsa Peretti*, situada en Roma y nacida en el año 2000. Gracias a ella se apoyan proyectos humanitarios de vario tipo que van desde la lucha contra la pobreza, la defensa

²²¹ El tema de los huesos es, a la luz de este estudio, también muy surrealista y, de hecho, está presente en varias obras de Dalí. Por lo tanto, un estudio sobre las posibles influencias de Dalí en Elsa Peretti sería cuando menos necesario.

de los más desamparados y la protección del medio ambiente además de otras áreas de interés. Eso nos hace pensar que Elsa Peretti tenía un sentido circular de la vida según el que lo que se ha recibido de la naturaleza (inspiración y belleza, en el caso de ella) es devuelto en forma de acciones humanitarias y de salvaguarda del planeta, algo que nos habla de su nobleza de sentimientos y generosidad.

A Milena Canonero (Turín, 1946) hay que presentarla como se suele hacer en el mundo del espectáculo diciendo que es tan conocida que no requiere ninguna presentación. Diciendo que es ganadora de cuatro *Premios Óscar*, tres *Bafta* y un *Davide di Donatello* en la categoría de Mejor diseño de vestuario, nos quedamos con sólo una parte del curriculum vitae de esta italiana que ha triunfado de manera indiscutible en el mundo del cine. Nacida en Turín se forma primero en su ciudad de origen y posteriormente en Londres hasta aterrizar en los Estados Unidos donde comienza a forjarse la leyenda de esta diseñadora extraordinaria.

Con sólo veinticinco años trabaja con Stanley Kubrick y se encarga del diseño de vestuario de *La naranja mecánica* (1971), una película de culto cuya curiosa indumentaria contribuyó a alimentar el inquietante mito de Alex y sus amigos. Para aquella ocasión la Canonero optó por una indumentaria intemporal que se inspiraba en el concepto sesentero de antimoda y que se oponía al *establishment* británico representado por los sombreros burgueses que llevan los cuatro personajes. La colaboración con Kubrick acaba de empezar y no se termina aquí, ya que Milena trabaja con el director neoyorkino también en *Barry Lyndon* (1975), con la que gana su primer Óscar por el vestuario del siglo XVIII, y en *El resplandor* (1980) siendo ella la diseñadora del famoso vestido celeste conjuntado con los largos calcetines blancos que lucen las gemelas asesinadas. En 1982 llega su segundo Óscar por *Carros de fuego* (1981) de Hugh Hudson y, ya en el siglo XXI, su tercero por *María Antonieta* (2007) de Sofia Coppola y el cuarto y último (hasta el momento) por *El Gran Hotel Budapest* (2014) de Wes Anderson. Suyos, además, son los vestuarios de películas como *Memorias de África* (1985) de Sydney Pollack, *El padrino: Parte III* (1990) de Francis Ford Coppola o *Life aquatic* (2004) de Wes Anderson y protagonizada por Bill Murray que interpreta Steve Zissou (un personaje de ficción que rinde homenaje a Jacques Cousteau), sólo para citar algunos de los muchos largometrajes en los que trabajó.

Siempre ha reconocido que su maestro y fuente de inspiración es Piero Tosi, diseñador de vestuario que trabajó con grandes directores del cine italiano de la talla de Luchino Visconti, Mauro Bolognini, Dino Risi, Mario Monicelli, Vittorio De Sica, Pier Paolo Pasolini, Liliana Cavani, Franco Zeffirelli y un largo etcétera. Y es a la vida de este insigne

diseñador de vestuario que está dedicado un corto que la propia Canonero ha dirigido la única vez que se ha puesto detrás de la cámara. De su mentor, Milena Canonero dice que ha aprendido la meticulosidad, la atención al detalle, el rigor histórico, la coherencia y sobre todo que el vestuario de una película tiene un protagonismo fundamental ya que condiciona el resultado final, como si de un actor más se tratara.

En 2017 ha sido galardonada con *Oso de Oro honorario a la carrera* en el 67º *Festival Internacional de Cine de Berlín* y es, junto a Gabriella Pescucci, una de las diseñadoras de vestuario más importantes de la Historia del Cine comparable sólo con Edith Head o Colleen Atwood.

Además de Elsa Schiaparelli, en el sector de la moda italiana, ha habido muchas mujeres que han cosechado importantes éxitos en el último siglo. Entre ellas, cabe recordar nombres como Rosa Genoni (1867-1954), diseñadora de moda y feminista pionera del pacifismo, Jole Veneziani (1901-1989), considerada una de las creadoras del Alta Moda italiana; Germana Marucelli (1905-1983), la única diseñadora de moda, además de Schiaparelli, que se acercó al Surrealismo cuando, en 1948, colaboró con el pintor Piero Zuffi para unas creaciones inspiradas en el Surrealismo o cuando encargó a Massimo Campigli el diseño de unos estampados. Fundamentales fueron también las hermanas Fontana²²²; Gigliola Curiel (1919-1970) y su hija Raffaella Curiel (1943) creadoras del vestido icono de los años 60 que, en Italia, se apodó con el nombre de *curielino*²²³. Importantes fueron también Maria Mandeli (conocida como Krizia, 1925-2015) y Rosita Jelmini (1931), quien, junto a su marido Ottavio Missoni, fundó la casa de moda *Missoni*, viviendo con humildad a la sombra de su esposo. Finalmente hay que recordar a las diseñadoras Laura Biagiotti (1943-2017), Alberta Ferretti (1950), Donatella Versace (1955), actual vicepresidenta de Versace, empresa que lidera desde la muerte de su hermano Gianni, así como a las más jóvenes Elisabetta Franchi (1968), creadora de la marca que lleva su nombre, y Frida Giannini (1972), quien fue directora creativa de Gucci desde 2002 hasta 2015. Una mención especial merece la joven diseñadora recientemente fallecida, Federica Cavenati (1993-2021), cofundadora, junto a su marido Marco Capaldo, de la exitosa empresa

²²² Nacidas en Traversetolo, provincia de Parma, las hermanas Fontana eran Zoe (1911-1978), Micol (1913-2015) y Giovanna (1915-2004). Crearon una de las primeras marcas de moda italiana a la que hay que reconocer el mérito de haber sido pionera en el reconocimiento del *Made In Italy*. Su *atelier*, fundado en Roma en 1943, sigue en activo todavía hoy en día.

²²³ El *curielino* fue el vestido icono de los años 60 italianos. Lucido por las mujeres adineradas de Milán y conocido por haber sido llevado en más de una ocasión al *Teatro alla Scala*, se trataba de un vestido de falda *evasée* y cintura estrecha que se podía conjuntar con una chaqueta corta. Fue símbolo del estilo de la calle *Montenapoleone* de Milán y contribuyó a forjar el mito de la ciudad italiana como cuna de la moda.

16 *Arlington*, mediática y ubicada en Londres, con la que se han vestido mujeres famosas tanto para las alfombras rojas, como para el escenario. Para terminar, hay que reconocer que, dentro del amplio catálogo de diseñadoras italianas de moda, es Miuccia Prada, con sus empresas *Prada* y *Miu Miu*, la que representa, por lo menos en la actualidad, una de las marcas más reconocidas a nivel internacional y la más popular entre el público en general. Además, una exposición celebrada en 2012 en el Museo *Metropolitan* de Nueva York la ha relacionado directamente con Elsa Schiaparelli, algo que comentaremos en el presente trabajo y que nos resulta de especial interés por el enfoque con el que se ha estudiado la obra de Schiaparelli poniendo el acento en su vigencia y legado.

Miuccia Prada (Milán, 1949), tras doctorarse en Ciencias Políticas, toma las riendas de la empresa de marroquinería de lujo *Fratelli Prada* que su familia había abierto en 1913 en Milán y, en 1978, se convierte en propietaria y directora de la misma. Es de la mano de Miuccia y del empresario Patrizio Bertelli, que la empresa se transforma, a partir de la segunda mitad de 1980, en la marca *Prada* de notable proyección internacional que todos conocemos. La creatividad de Miuccia y las intuiciones empresariales de Bertelli resultan ser un tándem ganador hasta el punto que los dos deciden sellar este entendimiento uniéndose en matrimonio en 1987 y ampliando la familia con la llegada de sus dos hijos: Lorenzo y Giulio.

Miuccia ha declarado en varias entrevistas que su formación universitaria, así como sus ideales estaban estrictamente vinculados al feminismo y a las políticas de Izquierda, de hecho, militaba en el Partido Comunista cuando se convirtió en heredera de una gran fortuna económica, algo que le resultó difícilmente conciliable, como ella misma ha declarado en varias ocasiones. Es partiendo de esta base, intelectual y social, que Miuccia ha ido concibiendo así su idea del Diseño de Moda como medio para dar proyección y visibilidad a un sector considerado frívolo, en demasiadas ocasiones, también por el hecho de estar relacionado con la esfera de lo femenino, vista en contraposición a las “elevadas” preocupaciones masculinas. Miuccia, desde el primer momento, ha querido reivindicar la importancia de este sector, también de cara al *Made in Italy*, promoviendo un enfoque social de la moda. Sus diseños parten de la base de que no tienen que ser necesariamente bellos, sino dar un mensaje de libertad y practicidad, y eso, siempre partiendo del reconocimiento del pasado y la historia del sector, lo que se aprecia en los contantes guiños que hace en sus colecciones al mundo del arte o de la moda del pasado.

Con la entrada de Miuccia en la empresa familiar, se van notando, así, ciertos cambios que conllevan la modernización de la marca, incluyendo la incorporación del *prêt-à-*

porter que presenta por primera vez en 1988, en Milán, con la colección otoño-invierno. Con el pasar del tiempo, añadirá a la marca nuevos campos de producción que incluyen mochilas de nylon, zapatos, gafas, perfumes etcétera, demostrando su capacidad de estar al paso con el tiempo. Además, la elección de patrocinar el equipo de vela *Luna rossa* (cuyo armador es el propio Bertelli) sitúa la marca en la dimensión de la aventura lo que da a la marca una imagen activa y comprometida con el deporte.

Es en 1993 cuando nace una nueva casa de moda dentro del grupo *Prada*. Se trata de *Miu*, un brand menos sofisticado y más instintivo que *Prada* y cuyo nombre se inspira en el apodo con el que Miuccia es conocida en el ámbito familiar. A partir de entonces, la diseñadora trabaja contemporáneamente en *Prada* y *Miu*. Uno de los momentos que marcan el reconocimiento oficial de su trayectoria es en 2012, cuando el *Instituto del Vestuario del Museo Metropolitan de Nueva York* organiza la exposición *Schiaparelli and Prada: impossible conversations*, en la que se simulan digitalmente conversaciones entre ellas y se comparan algunas creaciones de las dos italianas poniendo el acento en su modernidad y en las implicaciones intelectuales que revestían sus creaciones. De hecho, sus diseños, lejos de ser exclusivamente prendas para vestir, han elevado el Diseño de Moda a los niveles de las artes plásticas. La muestra explora las posibilidades de las referencias intelectuales y oníricas en el ámbito de la moda y como éstas puedan resultar actuales, a pesar del paso del tiempo. Además, las dos mujeres tienen varios elementos en común que trascienden la mera cronología para ser vistas como ejemplos de una nueva feminidad: ambas son mujeres fuertes y cultas que han concebido las prendas como objetos que han ido más allá de la función y han llevado el Diseño de Moda a aquellas cotas complejas dominadas hasta entonces sólo por la Historia del Arte.

Otro hito importante dentro de la vida de esta empresaria y diseñadora de moda ha sido la inauguración de la *Fundación Prada*, abierta en Milán en 2018; se trata de un conjunto de edificios de carácter expositivo que subrayan la relación entre el grupo *Prada* y el mundo de las artes con el que la empresa ha tenido siempre un compromiso importante. Además, este espacio ha dotado a la ciudad de Milán de un nuevo centro cultural y de arte contemporáneo donde poder ver las obras de algunos de los artistas más importantes del panorama actual como Pino Pascali o Damien Hirst, entre otros.

3

VIDA Y OBRA CREATIVA
DE ELSA SCHIAPARELLI



3.1. Un espíritu independiente y una surrealista ante litteram

El 10 de septiembre de 1890 nació en Roma, en el seno de una familia culta y acomodada, la que estaría destinada a revolucionar el mundo de la moda: Elsa Luisa María Schiaparelli (1890-1973). En aquel momento su familia, originaria de Piamonte, vivía en el antiguo y tradicional barrio de *Trastevere* y Elsa nació justo delante de la *Villa Farnesina*, en el espectacular *Palacio Corsini*, hoy en día lugar de la conocida *Galleria Corsini*, donde se conservan obras de Caravaggio o Rubens entre otros, y sede de la *Accademia dei Lincei*, una institución nacida en siglo XVII con la finalidad de realizar encuentros e investigaciones en el campo de las ciencias. En 1875, el padre de Elsa, Celestino Schiaparelli, había sido encargado por el entonces Rey de Italia, Víctor Manuel II, que compartía los orígenes piamonteses de la familia Schiaparelli, para que dirigiese la *Biblioteca dei Lincei*, vinculada a la prestigiosa Academia de Ciencias. La familia de Celestino se instaló, entonces, en unas estancias privadas del Palacio y allí, unos años después, nació la célebre modista²²⁴. Merece la pena detenernos un momento en el marco increíble en el que Elsa dio sus primeros pasos, ya que nacer en *Palacio Corsini* no es algo común, sino más bien una suerte extraordinaria que posiblemente haya marcado, ya desde la infancia, el amor por el arte de la futura modista. Se trata de un edificio del siglo XV, reformado en el XVIII por el insigne arquitecto Fernando Fuga. Éste lo amplió de manera considerable para convertirlo en un lugar de gran elegancia, como demuestra el hecho que fue elegido como residencia personal por José Bonaparte durante la ocupación napoleónica de Roma. Los jardines del Palacio son un auténtico parque que, además, hoy en día conserva en su interior el Jardín Botánico de Roma cuya extensión es de doce hectáreas.

²²⁴ MIR BALMACEDA, María José, *La moda femenina en el París de entreguerras*, op.cit.



Man Ray, retrato de Elsa Schiaparelli, 1934, tiraje al gelatino-bromuro de plata (solarized).

Fuente: banco de imágenes de internet.

A la joven Elsa, su nombre, como declara en la autobiografía²²⁵, nunca le gustó; por otra parte, su apellido era impronunciable para los extranjeros, así que a lo largo de toda su vida se hará llamar simplemente Schiap, aprovechando la costumbre francés de cortar las palabras utilizando sólo la primera o las dos primeras sílabas. Sus vestidos y complementos serán el objeto del deseo de muchas mujeres, aun así, no se conformará con la fama y el éxito, puesto que apostará siempre por la experimentación y la experiencia. Y esta actitud rebelde ya la demuestra en la juventud. Inquieta y determinada, Elsa Schiaparelli, como muchas otras mujeres de su época, se mueve entre emancipación y marginalidad, reflejando aquel espíritu trasgresor e independiente que a principios del siglo XX constituirá un fundamental revulsivo para la sociedad.

Nunca renegó de sus orígenes, aunque vivió la mayor parte de su vida entre París y los Estados Unidos, y su vínculo con Italia se mantuvo sobretodo como consecuencia de los lazos familiares que la unieron siempre con su tierra de origen²²⁶. Realmente, pasó poco tiempo en Italia, pero quizás lo suficiente para que quedasen forjadas en ella unas inquietudes artísticas y culturales, que acabarán aflorando, dadas también por su entorno culto y exigente, además que por su ciudad natal, Roma, impregnada de un increíble espíritu artístico y llena de bellezas inspiradoras²²⁷.

Los hombres de la familia de Elsa Schiaparelli fueron ilustres estudiosos de la época. A parte de su padre, Celestino (1841-1919), que, además de estar a cargo de la *Biblioteca dei Lincei*, era un importante orientalista y docente en la *Università di Roma*, su tío, Giovanni Schiaparelli (1835-1910) era un conocido astrónomo, muy apreciado aún en la actualidad. De hecho, en 2013 se dio su nombre al vehículo espacial construido por la *Agencia Espacial Europea* dentro de la misión *ExoMars* cuyo objetivo es la exploración del planeta Marte. A Giovanni Schiaparelli, en efecto, se atribuye el descubrimiento de los canales de Marte. Por otra parte, un primo de su padre, Ernesto (1856-1928), fue

²²⁵ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, Ediciones Danoël, París, 1954, (edición italiana: *Shocking life*, Alet, Padova, 2007).

²²⁶ *Ibidem*.

²²⁷ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

un prestigioso egiptólogo que, con sus hallazgos (entre los que se encuentra la tumba de Nefertari en 1904), constituyó el núcleo originario de la colección del *Museo de Arte Egipcio* de Turín²²⁸ y a él y sus excavaciones se dedicó la exposición *Missione Egitto 1903-1920* que se celebró en el Museo del 11 de marzo al 10 de setiembre de 2017. Por otra parte, las mujeres de su familia eran su madre, Maria Luisa Madera de Dominicis, napolitana de origen y perteneciente a una familia aristocrática, y su hermana mayor, Beatrice Schiaparelli, muy religiosa y quien se dedicó a la restauración de arte sacro e ilustró una Biblia para niños. Una figura interesante es la de su tía materna, la hermana de su madre, Liliana, quien se casó varias veces hasta llegar a vivir en Egipto con su tercer marido. Desde esta tierra, Liliana enviaba a su hermana Maria Luisa varias telas orientales bordadas que, según relata Marisa Berenson (1947), nieta de Elsa Schiaparelli, eran para la joven «maravillosas cosas exóticas que trajeron sueños a mi severo entorno»²²⁹. Además, en el álbum de fotos publicado por la Berenson, encontramos una imagen de la madre de Elsa con un ganchillo en la mano y rodeada de estas telas orientales y se cuenta que, según le decía Elsa Schiaparelli a su nieta, esto, junto a los elegantes vestidos de polisón que conservaba su madre en un arcón en la buhardilla, influyeron en su amor por la moda (de hecho, la diseñadora incorporará a una colección suya los polisones, también como guiño a sus recuerdos de juventud). Hasta los treinta y siete años Schiap dedicó su vida a sobrevivir, como ella misma declara en su autobiografía²³⁰, en un mundo cambiante y sorprendente y su mayor compromiso fue encontrar su sitio en él. Es por esto que empieza a dedicarse relativamente tarde y de forma casual a la alta costura. Aun así, artista por vocación,



Man Ray, retrato de Elsa Schiaparelli, 1931.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

²²⁸ *Ibidem*.

²²⁹ BERENSON, Marisa, *Elsa Schiaparelli's Private Album*, New York, 2014.

²³⁰ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 66, (nota: las traducciones de las citas de la edición italiana están realizadas por la autora del presente trabajo).

siempre tuvo un gran aprecio al mundo de la moda, considerando un arte más que un oficio el dedicarse a ello: «considero que diseñar vestidos no es una profesión sino un arte», declara en su autobiografía²³¹.

El entorno aristocrático romano y las escuelas religiosas a las que sus padres la enviaban, resultaban muy claustrofóbicas para una joven rebelde que disfrutaba escandalizando, así que, con 21 años, cuando pudo decidir por sí misma el camino de estudios a seguir, se matriculó en la Universidad en la Facultad de Filosofía al mismo tiempo que estaba escribiendo un libro de poesías. Esta obra, titulada *Arethusa* fue publicada por la editorial milanesa *Quintieri* en 1911. En ella se podía leer acerca de sus inquietudes y sensibilidad²³² y, como la misma Elsa afirma, se trataba de un libro lleno de misticismo y espontaneidad, una producción típica de su juventud. En lo que concierne el libro *Arethusa*, Elsa Schiaparelli habla de él en su autobiografía (pp. 40-42). En la edición italiana, hay una nota del editor en la cual se afirma que una copia de *Arethusa* se conservaba en la *Biblioteca Nazionale di Firenze*, pero que se perdió durante el aluvión de 1966. Actualmente, este libro no se encuentra a la venta y tampoco está en ninguna Biblioteca; posiblemente quede algún ejemplar en colecciones particulares (incluida la de Marisa Berenson que conserva un ejemplar que Elsa dedicó a su hermana y cuya foto se publicó en el álbum personal²³³). Puesto que tampoco Palmer White, el más importante biógrafo de Elsa Schiaparelli, cita *Arethusa* entre sus fuentes, hemos de suponer que al día de hoy no esté disponible. Las poesías publicadas en el libro trataban del amor, el dolor y la sensualidad y fue su primo Attilio, el hijo del astrónomo, quien dio el libro a su amigo, el editor Quintieri que decidió publicarlo²³⁴. Afortunadamente de *Arethusa* y Elsa Schiaparelli y se habla en el libro *Poetesse d'Italia* de Camilla Bisi²³⁵ publicado en 1916²³⁶ y en el que se presentan a más de cincuenta poetisas italianas (desde el Renacimiento hasta sus días) como Gaspara Stampa, Ada Negri, Amalia Guglielminetti, Vittoria Aganoor, entre otras. Así que nos queda la brillante lectura que Camilla Bisi hace de esta joven poetisa, algo que aporta detalles interesantes sobre la personalidad de Elsa. *Poetesse d'Italia* es una obra que, además del

²³¹ *Ibidem*.

²³² *Ibidem*.

²³³ BERENSON, Marisa, *Elsa Schiaparelli's Private Album*, op.cit.

²³⁴ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit.

²³⁵ Camilla Bisi (1893-1947) fue una escritora y periodista muy importante en lo que a la emancipación femenina de principios del siglo XX se refiere ya que fue pionera, en Italia, en la publicación de libros sobre mujeres. Una obra suya es *Essere donna* (1934), una recopilación de relatos e historias de mujeres que constituye una aportación literaria a los estudios de género.

²³⁶ BISI, Camilla, *Poetesse d'Italia*, Quintieri Editore, Milán, 1916.

valor intrínseco que tiene por hablar sólo de escritoras, sin mencionar a los homólogos hombres, algo atípico para la época, se ha convertido en el único testimonio tangible de *Arethusa*. De la Schiaparelli, después de describirla como ágil y vibrante y tras hacer una fugaz referencia al collar en forma de serpiente que la joven llevaba con orgullo, Camilla Bisi escribe con su pluma poética:

«Alma oriental, llamé a Elsa Schiaparelli; pero tal vez, no.

Oriental por la exuberancia, como de magnífica flora, del verso; por las ardientes imágenes; por la belleza plástica que sentimos en ella y que, quizás, adora por encima de todo; por la pasión que se revela y se oculta en un juego de luces cerúleas; pero también nórdica, por la nebulosa, el simbolismo más bien, con el que se complace en velar todas sus letras, para una profundidad más de concepto e intención que a primera vista se escapa.

Poesía que al principio se revela simplemente como canto y que, poco a poco, sin embargo, se hace más profunda, penetra hasta donde ya no es sólo inspiración, sino también pensamiento y razonamiento.

También ésta es un alma precoz, pero ciertamente más juvenil, más viva, más sedienta y alegre; un alma bendecida con el calor de un corazón que late, venas palpitantes; alma en flor embriagada de su propio perfume y belleza.

La niebla nos impide seguir los acontecimientos de su vida, verla vivir de verdad. La sentimos, pero no la vemos, sin embargo nos basta y no pedimos más. A veces, es cierto, el énfasis le hace daño: tiene la inmensidad casi nietzscheana de ciertas visiones, sin tener el vuelo del águila para esparcir libremente; está en ella la búsqueda exasperada de profundidades íntimas donde sólo hay belleza de forma y color; está en ella la modestia de decir demasiado sobre sí misma que la envuelve en un velo profundamente estético, pero no siempre eficaz. Ella nos da la impresión de que alguien le haya sugerido: «No hables demasiado de ti: no es de buen gusto. No hay que cantar por cantar. Hay que cantar algo». Y ella busca ese algo con ansiedad; intenta encerrarlo dentro de los límites del mejor gusto, pero el hermoso río se desborda.

Absolutamente apasionada, creo que las canciones de amor más bonitas que tiene las ha encerrado por miedo a la profanación. Estas pocas que nos revela están envueltas en un manto simbólico, pero esto no las perjudica; impersonales, se prestan por tanto a toda alma lectora, se ajustan a todos los acontecimientos y a todos los corazones.

Pero no siempre consigue ocultarse y quizás, creo, que esconda una secreta satisfacción de misterio.

La sentimos profundamente aborrecida por todo lo que es calma, indiferencia, estancamiento de energías y sentimientos, mutismo de bocas y corazones.

El desprecio por los “pálidos indiferentes”; el horror por los mudos, es en ella un verdadero grito del alma, amargada de juventud, deseosa de vivir en la alegría y en el dolor, en el canto y en el llanto, en el amor y en el sufrimiento»²³⁷.

Sorprende la sensibilidad con la que Camilla Bisi logra entender la personalidad de Elsa. Ella ya manifiesta, según la escritora nos indica, en una edad bastante temprana (cuando publica *Arethusa*, Elsa tiene 21 años y aún no sabe ni que será modista, ni conoce, por supuesto, al ambiente surrealista que, de hecho, en 1911 no existía), cierta inquietud hacía mundos visionarios y simbólicos. La Bisi habla de «la inmensidad casi nietzscheana de ciertas visiones», de «manto simbólico», nos dice que quizás «esconda una secreta satisfacción de misterio» y finalmente resalta su vitalidad y su aborrecimiento por todo lo que es «calma, indiferencia, estancamiento de energías y sentimientos, mutismo de bocas y corazones». Sin duda un retrato fiel y muy atinado de lo que era Elsa Schiaparelli hasta el punto de que estos aspectos se mantendrán como una constante a lo largo de toda su vida y empararán sus creaciones de moda. Por lo tanto, no es descabellado opinar que el Surrealismo era para Elsa, como tendremos ocasión de demostrar a lo largo del presente trabajo, una actitud vital, un sentimiento con el que ella vivió siempre ya desde niña. Como cuando, acomplejada por la fealdad de su cara con respecto al bello rostro de su hermana (algo que todo el mundo, incluida su madre, resaltaba, al parecer, a menudo), decidirá llenar los orificios de su cara con semillas para que brotasen flores de su nariz y orejas al fin de embellecer sus facciones, o mejor ocultarlas. Esta anécdota, que la llevó al hospital, no puede no recordarnos a las cabezas recubiertas de flores que protagonizarán muchas obras de Salvador Dalí y sobre las que tendremos ocasión de volver. Un espíritu surrealista *ante litteram*, una creatividad que, para usar el símil de la Bisi, era un río caudaloso que fue canalizado gracias a su trabajo, lo que le permitió experimentar y dar riendas sueltas a sus visiones y materializar este mundo tan personal que afloraba ya desde la niñez.

²³⁷ Traducción realizada por la autora del presente trabajo.

Es justo porque animada por esta energía y este fuerte espíritu de independencia, que la joven Elsa, a la edad de 24 años, decide alejarse de su familia para ir a vivir a Londres en 1914, el mismo año en que comienza el primer conflicto bélico. Elsa va a Londres para colaborar un tiempo con una amiga de su hermana, quien había abierto un centro para cuidar de niños huérfanos. Allí conoce a su marido, con quien se casa el mismo año: el conde Wilhelm de Wendt de Kerlor, un teósofo franco-suizo, seguidor de *Madame Blavatsky*²³⁸, del cual, tal y como cuenta en su autobiografía²³⁹, queda fascinada de inmediato y con el que va a vivir a Niza primero y a Nueva York posteriormente. Durante los años de la Primera Guerra Mundial, alejados de Europa, viajan por Estados Unidos. La pareja se ve obligada a desplazarse a Boston, luego a Washington y nuevamente a Nueva York para cumplir con los compromisos laborales de él. En esta época representa un significativo apoyo para Elsa su nueva amiga, Gabrielle, esposa del artista Francis Picabia (1879-1953), a quien conoció en el barco que las llevaba a ambas a Nueva York²⁴⁰. Con ella intenta comercializar, sin grandes éxitos, algunas prendas francesas, con la intención de contribuir a la bastante escasa economía familiar. 1919 y 1920 son para Schiaparelli unos años importantes en su vida personal puesto que fallece su padre y, poco después, nace su única hija, Maria Luisa Yvonne Radha, a la que ella llamará siempre Gogo. Es en este momento cuando Elsa conoce a Marcel Duchamp y a Man Ray (1890-1976). En efecto, Gabrielle Picabia la introduce en su círculo de amistades y la presenta a los artistas y fotógrafos de la época²⁴¹ dando inicio una relación que introducirá a Elsa en el mundo del arte, lo que despertará su sensibilidad y su afán creativo. De esta amistad quedan varios retratos que el genial artista surrealista Man Ray fue realizando en su estudio a la modista italiana a lo largo de unos años. La amistad con Gabrielle Picabia es, entonces, una fuente indiscutible de contactos influyentes que introducen a Elsa Schiaparelli en el ambiente Dada, primero, y surrealista, posteriormente, lo que representa un importante cambio en su vida, modificando, de forma muy significativa, su futuro²⁴². La frecuentación de Elsa Schiaparelli con esta ambiente resulta muy estimulante y contribuye a definir el

²³⁸ *Madame Blavatsky* fue una de las fundadoras de la Sociedad Teosófica y contribuyó a la difusión de la Teosofía moderna.

²³⁹ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 48.

²⁴⁰ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

²⁴¹ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit.

²⁴² DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Catálogo de la exposición *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli* celebrada en el Museo de Philadelphia, Yale University Press, Yale, 2003.

carácter de esta mujer emancipada y valiente. Como ella misma declara²⁴³, su hija Gogo y las amistades que la ayudarán a lo largo de su vida, son realmente lo más importante para Elsa, en efecto, a pesar de los entusiasmos iniciales, su matrimonio con de Kerlor se termina en 1922, como consecuencia de un romance de él con la bailarina Isadora Duncan. Este hecho obliga a Elsa a empezar de cero; en esta época ella y su hija conducen una vida precaria y sin recursos, puesto que su marido las había dejado sin el dinero ahorrado y además a Gogo le había detectado una parálisis infantil que necesitaba de unos cuidados especiales. Esta separación marca un cambio radical en su vida, y Elsa decide volver a París e intentar encontrar allí su camino; de hecho, será en esta ciudad donde empezará a dar sus primeros pasos en el mundo de la moda a la vez que ayudará a su hija a superar las dificultades derivadas de su delicado estado de salud.

Al principio vive en casa de Gabrielle Picabia, que también se había mudado a la capital francesa, y luego con Blanche Hays, la ex mujer de un abogado americano de renombre. Ambas mujeres serán muy importantes en su vida, puesto que Elsa siempre contará con ellas, tanto en los momentos difíciles como en los días de éxito. En su autobiografía reconoce abiertamente la importancia que tuvieron para ella sus amigas. Afirma, «fueron todas mujeres las que siempre la ayudaron»²⁴⁴.

Se podría decir que la vida profesional de la modista Elsa Schiaparelli nace ahora, con el apoyo de estas mujeres y basándose en su fuerza de voluntad y coraje. Finalmente, en 1927, Elsa consigue ir a vivir por su cuenta porque puede permitirse alquilar un piso en *Rue de l'Université*.

3.2. Los primeros pasos como modista

En París, Schiap conoce, una vez más, gracias a Gabrielle Picabia, al gran modisto parisino Paul Poiret, auténtica estrella de la moda. Si Duchamp y Man Ray le habían enseñado el camino del arte, sin duda es Paul Poiret quien le enseña el de la moda, introduciéndola en el mundo de la alta costura y representando para ella un referente importantísimo, así como una inagotable fuente de inspiración. Esta amistad marca un antes y un después en la vida de Elsa, puesto que Poiret le regala vestidos de su creación

²⁴³ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit.

²⁴⁴ *Ibidem*, p. 66. En su autobiografía la autora habla siempre en tercera persona.

y la invita a fiestas en su *atelier*, acercando a la joven italiana al mundo fascinante y extraordinario²⁴⁵ de la creación de moda.

En 1925 Mrs. Hartley, una amiga de la actriz Blanche Hays, abre una pequeña *Maison (Lambal)* en París y Elsa empieza a trabajar allí como diseñadora. Sin embargo la experiencia dura muy poco puesto que al año siguiente la casa de costura tiene que cerrar por razones económicas²⁴⁶. Se trata de una pequeña empresa de la apenas ha quedado rastro en la amplia historia de la moda parisina, sin embargo, en lo que al estudio de Schiaparelli concierne, merece la pena valorar el hecho de que es allí donde recibe su primera formación como costurera.

En 1927 la vida personal de Elsa da un vuelco importante, no solo porque se va a vivir a su propio piso, sino también porque da sus primeros pasos como diseñadora de moda. «En un par de ocasiones me había parado a pensar que, en lugar de pintar o esculpir, actividades que se me daban bastante bien, podría haber inventado trajes. Dicho de paso: considero que el diseñar vestidos no es una profesión, sino un arte. Un arte muy difícil y de poca satisfacción, puesto que un vestido, nada más nacer ya es algo que pertenece al pasado. [...] el vestido, una vez creado, ya no te pertenece»²⁴⁷.

El 5 de diciembre del mismo año, Elsa Schiaparelli registra su empresa en sociedad con Charles Kahn que aporta el capital de 100.000 francos y empieza así su aventura de modista y nace, en 1927, la marca Schiaparelli. Inicialmente, trabaja en su casa de *Rue de l'Université* y las primeras satisfacciones no tardan en llegar (desde enero hasta agosto las creaciones de la joven modista se suceden cosechando un éxito tras otro).

Es en este año, en 1927, cuando lanza su primera colección, *Display No. 1*, en la cual presenta, entre otras cosas, unas prendas que empiezan a dar a Elsa Schiaparelli la fama²⁴⁸: se trata de unos suéteres de lana, que, en lugar de terminar en las caderas, conforme a la costumbre de la moda *garçonne*²⁴⁹, acababan justo en la cintura devolviendo esta parte del cuerpo a las mujeres. Creaciones confeccionadas a mano por *Madame Azarian*, una mujer de Armenia, que



Elsa Schiaparelli, suéter de lana con líneas geométricas, 1927.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

²⁴⁵ BAUDOT, François, *Elsa Schiaparelli*, op.cit.

²⁴⁶ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

²⁴⁷ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 66.

²⁴⁸ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

²⁴⁹ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

se caracterizaban por la utilización de lana blanca y negra o negra y otros colores que, combinada con arte, creaba un bonito efecto de «puntitos» que «recordaba la pintura impresionista»²⁵⁰ y en los cuales aparecía una novedad absoluta para la moda de la época: un moderno y surrealista efecto trampantojo que causó furor entre las mujeres. Además, el corte recto de estos jerséis hacía que la silueta de la mujer pareciese esbelta y torneada, así que debieron de resultar muy favorecedores²⁵¹. En el catálogo de la exposición sobre Elsa Schiaparelli que se celebró en el *Musée de la Mode et du costume Palais Galliera*, en París, del 21 de junio al 30 de agosto de 1984, se publicó una entrevista a *Madame Azarian*, quien trabajó para Schiaparelli desde 1927 hasta 1954. En dicha entrevista se destaca la importante labor de las tejedoras armenas que, coordinadas por *Madame Azarian*, trabajaron en el *atelier*. Además de los famosos jerséis, la entrevistada cuenta que confeccionó también chalecos, vestidos, gorros, turbantes e incluso un pasamontaña para los deportes de invierno. Es muy probable que uno de estos cubre cabezas, en versión *rosa shocking*, fuese utilizado por Salvador Dalí para vestir a uno de los maniqués que presentó en la *Exposición Internacional del Surrealismo* de 1938 en París.

*Vogue France*²⁵² se hace eco en seguida de esta primera colección y ya aparecen reseñados los famosos suéteres, sobre los que se lee: «Las rayas negras sobre gris van a dibujar una especie de injerto que se repite en la parte delantera como en la trasera» y también: «unas minúsculas manchas forman [...] una decoración diferente [...] y un borde marrón subraya la línea del escote y de los puños». Se entiende claramente que la revolución que estas piezas protagonizan no concierne tanto al tipo de tejido utilizado, sino el tipo de dibujo, original e informal, que se representaba en ellos. De hecho, ya Coco Chanel había cambiado el rumbo de la indumentaria femenina adoptando los trajes de lana como prendas cómodas y de uso cotidiano, así que la lana para esta tipología de prendas no representaba un hecho novedoso. Esta ropa de Chanel era muy apreciada porque había constituido una válida alternativa a la indumentaria en boga entonces y era o muy elegante o demasiado sencilla²⁵³. La revolución que protagonizan los suéteres de Schiap está en el dibujo original de estos jerséis: «La francesa trabajaba para la vida cotidiana de la mujer creando ropa funcional, sencilla, bella, moderna... mientras que Elsa seduce por el color, la fantasía, el humor, el juego, el ornamento y, en ocasiones, por la

²⁵⁰ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 69.

²⁵¹ *Vogue France*, París, agosto, 1927.

²⁵² *Vogue France*, París, febrero, 1927.

²⁵³ MIR BALMACEDA, María José, *La moda femenina en el París de entre guerras*, op.cit.

mezcla con hilos de plata que otorgan un toque brillante²⁵⁴. Si bien, en el fondo, ambas participaban del espíritu de una época», aparece escrito en un documento elaborado por el Museo del Traje de Madrid²⁵⁵.

Por lo tanto, más que la técnica con la cual se realizan, lo más extravagante y lo que más llama la atención son los diseños en los que se combinan originales y graciosos efectos ópticos con elegancia y sofisticación y empiezan siendo geométricos y rígidos (ver la ficha del muestrario). Estos engaños visuales no habían estado hasta este momento aplicados al mundo de la moda, así que es Schiaparelli quien se encarga de trasladar este recurso, tradicional de las artes plásticas, a la estética de la costura, abriendo una veta que resultará muy prolifera dentro de la moda. Sus jerséis de punto con estos efectos representan, de hecho, un *unicum* dentro de la Historia de la Moda y será sólo a partir de su lanzamiento cuándo empezarán a verse prendas con trampantojos en los escaparates de los grandes almacenes primero y luego en alguna *boutique* de aclamados modistos (como Hermés, por ejemplo, quien empleó efectos de collares, perlas y cadenas sobre todo para sus renombrados pañuelos).

En el mes de agosto de 1927 llega el éxito definitivo en lo relacionado con los suéteres: se lanza a la venta el famoso suéter con un lazo bordado alrededor del escote, que simula el efecto de un pañuelo. Esto es solo el inicio, de hecho, de aquí a tres años, la decoración de trampantojo de los suéteres se multiplica y va a complementar a los estampados geométricos que se mantienen. Los colores que predominan en los jerséis de Schiaparelli son el blanco y negro a los que se añaden de vez en cuando notas rojas, verdes o amarillas, lo que acentúa la idea de síntesis cubista y de cierto esencialismo geométrico de carácter constructivista. Así que en estos jersey surgen corbatas, pañuelos y lazos de todo tipo colocados alrededor del cuello o cruzados



De arriba-abajo. Elsa Schiaparelli, sueter de lana con líneas geométricas, con trampantojo de lazo y de cuello marinero, 1927.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

²⁵⁴ *Vogue France*, París, agosto, 1927.

²⁵⁵ CARDONA, Coco, *Los modelos más representativos de la exposición*, op.cit., p. 4.

en el pecho, collares, cinturones o pañuelos alrededor de la cintura²⁵⁶, cuellos marineros, dibujos africanos²⁵⁷, tatuajes inspirados en aquellos de los marineros²⁵⁸ e incluso bolsillo o puños. Nada es real en estas prendas, pero todo es posible, si el ojo lo ve. Todos e estos jerséis, por supuesto, iban rigurosamente tejidos con lana de primerísima calidad y se podían combinar con faldas también de punto que salían del mismo *atelier*. Tanto es el éxito que acaban teniendo estos suéteres²⁵⁹, que Elsa Schiaparelli decide utilizar el mismo tejido y el mismo concepto del trampantojo también para unos bañadores y unas camisetas de tirantes, creados al año siguiente y decorados con motivos marinos²⁶⁰, además de pantalones holgados y cómodos (*pijama*²⁶¹ en francés) o bermudas para la playa. El bikini no se inventará hasta los años 40, así que estas prendas son muy novedosas para la época. Además, hay que tener en cuenta que el traje de baño entero fue inventado por *Speedo* en 1928 que lo diseñó para hombres deportistas, así que a Schiaparelli va el mérito de haberle dado la vuelta a esta prenda para transformarla en un bañador femenino. A partir de finales de los 40, el bikini será una pieza fundamental de la estética de las *pin-up* que mucha influencia tuvo en la moda, así como en el mundo del cine y la publicidad, gracias al auge de la fotografía.

Elsa Schiaparelli, introduce un importante elemento estético que va a sumarse a la defensa de lo original como complemento de lo práctico: la creación artística. Una prenda de uso diario, sin renunciar a la comodidad de la misma, se convierte, de la mano de Schiap, en una propuesta plástica que refleja la personalidad, irónica y sutil, no solo de su creadora sino también de quién la lleva puesta. Este concepto artístico es de hecho

²⁵⁶ En este caso concreto se combina el efecto trampantojo con un lazo real: el pañuelo alrededor de la cintura es un dibujo, mientras que el lazo que cuelga lateralmente es real. El efecto es muy divertido y se encuentra también en otros suéteres donde la parte real va cambiando (el cuello, en ocasiones).

²⁵⁷ *Femina*, París, noviembre, 1928.

²⁵⁸ Como un estampado que aparece en un conjunto de playa de una publicidad de los almacenes *Bonwit Teller* de Nueva York de mayo de 1929.

²⁵⁹ *Vogue France*, París, noviembre, 1927.

²⁶⁰ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

²⁶¹ Según explica Clotilde Félix-Fromentin en su ensayo *Autour du pyjama de Le Corbusier. Le vêtement comme modèle de pensée fondateur* (Universitat Politècnica de València, 2015): «El pijama, en hindi, “prenda de pierna”, especie de pantalón ancho a menudo acompañado de una kurta (túnica con aberturas), llega a Francia a principios de siglo. Reinterpretado (en particular por Gabrielle Chanel, Paul Poiret, Sonia Delaunay y Elsa Schiaparelli) y combinado con una chaqueta-camisa, se usó en la década de 1920 como traje adecuado para nuevos deportes o para prácticas balnearias. No se usó como traje de noche en el guardarropa masculino hasta la década de 1940 en sustitución del camisón». Una versión sofisticada fue diseñada para los paracaidistas (hombres y mujeres). Es en estos momentos (1920) cuando, de la mano también de Schiaparelli, se convierte en una prenda sobre todo femenina práctica y original, especialmente adecuada para la playa o la piscina ya que es muy fácil de quitar y poner. Estos “monos” tendrán, además, una nueva vida cuando se popularizará la música *Disco* y empezarán a confectionarse en tejidos brillantes de lamé que les otorgará mucho glamur.

resaltado por la revista *Vogue* de diciembre de 1927 que, haciendo hincapié en la parte creativa de los suéteres de Schiaparelli, los define como «una artística obra de arte»²⁶². El increíble éxito de estas prendas y del estilo Schiaparelli, hizo que en todo el mundo se copiasen sus jerséis, convirtiéndose en una de las indumentarias más imitadas de la época. Anita Loos, autora de *Los caballeros las prefieren rubias*, fue una de las clientes de Elsa y, como ella misma declara «En poco tiempo, el restaurante del Ritz de París se llenó de mujeres de todo el mundo que llevaban suéteres en blanco y negro»²⁶³.

En diciembre de 1927, Elsa Schiaparelli, como consecuencia del aumento de las ventas, tiene que mudarse a *Rue de la Paix*, donde comparte vivienda y casa de costura, por razones de espacio. *Rue de la Paix* es, desde finales del siglo XIX, una de las calles más elegantes y glamurosas de París²⁶⁴: allí tuvieron sus *boutiques* los dos primeros grandes modistos de la historia, Charles Frederick Worth y Jacques Doucet y para Schiap es un inicio extraordinario que lanza, por todo lo alto, a una joven diseñadora. Cuando la joven modista traslada su sede al número 4 de *Rue de la Paix*, un letrero blanco y negro indica *Schiaparelli pour le sport*. Con esta expresión se quieren indicar dos tipologías de indumentaria: aquella, como el nombre indica, para el deporte, pero también vestimenta práctica y cómoda, ligada a la idea del *prêt-à-porter* que estaba contribuyendo a difundir²⁶⁵, unas prendas de uso diario, cómodas y bonitas a la vez, que correspondan a la idea de una mujer joven, dinámica y coqueta a la vez, viva imagen de las reivindicaciones de la época.

El hecho de volver la mirada hacia las prendas de los deportistas es una tendencia típica de la época, como observa James Laver²⁶⁶, en efecto, desde que los primeros bañadores aparecen en el atuendo femenino como consecuencia de la costumbre de tomar el sol, que se empieza a difundir en esta época como algo benéfico y saludable para el cuerpo, el



Escaparate de Gimbel Brothers en Nueva York con copias de Schiaparelli, noviembre, 1927.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

²⁶² DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit. p. 13.

²⁶³ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit. p. 69.

²⁶⁴ LAVER, James, *Breve historia del traje y la moda*, op.cit.

²⁶⁵ SEELING, Charlotte, “Elsa, la escandalosa”, en *Moda. 1900-1999. El siglo de los diseñadores*. Editorial Könemann, Madrid, 2000.

²⁶⁶ LAVER, James, *Breve historia del traje y la moda*, op.cit.

mundo de la moda se abre a las propuestas que vienen del ámbito deportivo. Con respecto a las prendas para el deporte, el referente directo es sin duda el diseñador francés Jean Patou que, en su primera colección de 1919, se había dirigido a la nueva mujer activa proponiendo una línea de indumentaria para el deporte que cosechó un éxito enorme y que constituye un precedente directo de algunas creaciones de Schiaparelli.

El *sportware* interesa hasta tal punto a la modista italiana que a menudo completa su colección con vario tipo de prendas para el deporte (y así lo hará durante muchos años). Indumentaria para el esquí, la piscina, la playa, para ir por senderos de montaña o para jugar al golf o al tenis. La falda plisada y el jersey para jugar al golf²⁶⁷ se convierten rápidamente en un gran clásico de la indumentaria *pour le sport* de Schiaparelli, de hecho el jersey, tal y como lo entendemos hoy en día, es una consecuencia directa de los suéteres de Schiaparelli cuya utilización se difundió entre las jugadoras de golf, dando origen al nombre de esta prenda que, en muchos idiomas, entre los cuales el italiano, es conocida también como *golf*. En estos años son varias las prendas que diseña para este fin: para pasear por el monte, propone largos jersey de punto con motivos geométricos²⁶⁸, para esquiar empieza proponiendo unos pantalones anchos a la altura de los muslos²⁶⁹, pero, con el paso del tiempo, los pantalones se volverán bombachos²⁷⁰ y se prendas impermeables²⁷¹, como complemento invernal versátil y práctico lanza una bufanda que cumple también la función de manguito²⁷², para la piscina unos zapatillas de punto a juego con una camiseta de tirantes²⁷³.

En las mismas fotografías o ilustraciones que se encuentran en las revistas de moda de esta época, es frecuente encontrarse con la ambientación deportiva o de viaje para contextualizar las prendas y transmitir su esencia práctica: mujeres jugando al golf²⁷⁴, a punto de subirse a un avión del Imperial Airways²⁷⁵, en el borde de una piscina (como en el caso de la famosa foto de George Hoyningen-Huene)²⁷⁶, paseando por el monte²⁷⁷,

²⁶⁷ *Femina*, París, France, mayo, 1929.

²⁶⁸ *Femina*, París, France, noviembre, 1928.

²⁶⁹ *Vogue France*, París, diciembre, 1928.

²⁷⁰ *Femina*, France, París, diciembre, 1934.

²⁷¹ *Vogue France*, París, diciembre, 1930.

²⁷² *Vogue France*, París, diciembre, 1929.

²⁷³ *Vogue France*, París, julio, 1928.

²⁷⁴ *Vogue France*, París, abril, 1928 y *Vogue France*, París, mayo 1929.

²⁷⁵ *Vogue France*, París, mayo, 1928.

²⁷⁶ *Vogue France*, París, julio, 1928.

²⁷⁷ *Femina*, París, noviembre, 1928.

esquiando²⁷⁸ o en la playa o descansando en un jardín mientras lleva en una mano una regadera de notables dimensiones, como si fuera un bolso²⁷⁹.

Se trata de unas prendas que contribuyen a crear el *Schiaparelli style* y que, aunque nazcan *Pour le sport*, entran en seguida en el atuendo femenino de uso diario²⁸⁰, es más, la diseñadora sigue trabajando esta línea durante muchos años y siempre tratando de presentar creaciones muy estudiadas, usando telas sofisticadas y sin olvidarse de combinar gamas cromáticas, así como líneas refinadas²⁸¹.

Aunque la tendencia entre los diseñadores era la de separar las prendas de deporte de las de la calle, Schiaparelli hasta 1930 sigue con su moda *Pour le sport*, introduciendo la moda deportiva pensada para las mujeres y defendiendo, así, la libertad de elección de las mujeres. Procede aclarar que el concepto de *moda deportiva*, en estos años, además de referirse a la indumentaria técnica, se usaba también para definir la *ropa de calle*, que se distinguía de aquella de noche y que, por obvias razones, tenía que ser más práctica, mucho menos voluminosa e incluso más barata. Con la moda *Pour le sport* Schiaparelli contribuyó a una importante defensa del *prêt-à-porter*, muy vinculado a las prendas definidas *para el deporte*, aunque la manufactura de sus prendas era totalmente artesanal y no tenía relación con el sector industrial; incluso después de 1935, cuando Elsa abrirá su *Maison* en la mítica *Place Vendôme*, la sección de prendas *para el deporte* estará presente junto a otras de más “prestigio” porque ella siempre apostó por el derecho a ser elegante incluso en el día a día.

En enero de 1928, entonces, Schiaparelli presenta su segunda colección, en la cual destacan propuestas como aquella comentada anteriormente o los bañadores realizados con el mismo efecto de trampantojo de los jerséis. También aparecen unas prendas que

²⁷⁸ *Vogue France*, París, diciembre, 1928.

²⁷⁹ *Vogue France*, París, julio, 1931.

²⁸⁰ En tiempos recientes, por ejemplo, cabe mencionar el caso de la marca *Adidas* que fue popularizando el *sportwear* hasta tal punto que lo popularizó convirtiéndolo, a partir de la década de los 70, en toda una tendencia en lo que a las prendas de uso diario se refería. De hecho, los jóvenes a partir de aquel momento y durante más de una década, estuvieron vistiendo prendas de Adidas porque eso les permitía identificarse con un grupo, una tribu urbana (como en el caso de los raperos americanos), ya que se caracterizaba por ser ropa práctica y adecuada a gente activa que pasaba mucho tiempo en la calle. Otro ejemplo de esta transición del *sportware* hacia el uso cotidiano, lo encontramos en las zapatillas *All star* que, nacidas en 1917 para los jugadores de baloncesto se convirtieron en un icono de la moda urbana en los 70. Lo mismo pasó con las *Nike air* que finalmente se acabaron usando más en la calle, a partir de los 80, que, en las pistas, o las zapatillas “bailarinas” que, nacidas para el ballet, fueron re-interpretadas por Salvatore Capezio quien las modificó un poco y en los años 40 se pusieron de moda entre las mujeres de todas las edades de la mano de la diseñadora americana Claire McCardell que las presentó en una colección.

²⁸¹ *Femina*, France, París, diciembre, 1932.



Fotografía de Glenna Collett, campeona de golf, recibiendo un premio en 1929 con un suéter de Schiaparelli.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

se convertirán en todo un clásico de Schiaparelli: los ya mencionados *pijamas*, a veces tipo monos, que en varias ocasiones volverá a proponer en sus colecciones.

Es en este año cuando lanza su primer perfume al que le da el nombre de “S”, lo que da inicio a una especie de tradición, o quizás superstición, según la que la mayoría de los perfumes de la casa Schiaparelli empezarán por la letra “S”, como el apellido de su creadora. Se trata de una fragancia de toques afrutados y frescos que, según algunos que la han probado, podría valer tanto para hombres, como para mujeres, así que representaría quizás el primer perfume unisex, aunque no se vendía como tal²⁸². Es probable que el toque fresco y masculino fuera una elección debida a dos factores: por un lado, el querer relacionarla con un contexto deportivo e informal, en línea con lo que estaba haciendo en aquel momento, y, por otra

parte, el hecho de asemejar ciertos elementos masculinos al mundo femenino.

París es ahora el centro de todas las miradas: como consecuencia de la crisis económica de 1929 a la cual se enfrentan los Estados Unidos, Francia se vuelve el corazón de la vida cultural e intelectual. Capital indiscutida de la moda, en París se organizan desfiles importantes y eventos mundanos que atraen a personalidades de todo el mundo.

Es en este contexto exuberante en el que se desarrolla la parte más importante y brillante de la fase inicial de la carrera de Elsa Schiaparelli, la cual en 1929 pasa a ocupar el bajo comercial del mismo edificio de *Rue de la Paix* e incluso, en 1932, su *Maison* se extenderá hasta la segunda planta. Además, es en este año cuando empieza a trabajar con los Estados Unidos a través del sistema de licencias: con su visión empresarial, se da cuenta de la importancia de autorizar otras marcas a explotar, con fines comerciales, algunos de sus diseños o patentes y, de hecho, esta estrategia se convertirá en un estándar de la marca Schiaparelli. En concreto, en 1929 concede su primera licencia que va a ser para la ropa impresa, al estilo de lo que estaba haciendo en Europa en aquel momento. De hecho, será una jugadora estadounidense de golf, Glenna Collett-Vare, quien será fotografiada recibiendo un premio en 1929 con un suéter de Schiaparelli.

²⁸² *Vogue USA*, New York, septiembre, 2015.



Fotografías del salón y cuarto de dormir de la casa de Schiaparelli en Rue Barbet-de-Jouy, cerca de Boulevard Saint-Germain, decorada por Jean-Michel Frank. Publicadas en la revista *The Studio Yearbook*, 1931.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

Un año antes Elsa había tomado la nacionalidad francesa y se había mudado a vivir a un piso más grande en *Boulevard Saint-Germain* donde había podido plantearse decorar su casa a su gusto, por lo que había encargado la decoración a su amigo Jean Michel Frank (1895-1941)²⁸³. Algunas fotografías de la sala de estar de esta casa son publicadas en la revista *The Studio Yearbook*, de 1931²⁸⁴. La arquitectura y la moda en la vida de Elsa van de la mano puesto que una es el reflejo de la otra. En *Harper's Bazaar* se indica: «Ella da a sus prendas la esencia de la arquitectura moderna, moderna reflexión y moderno movimiento»²⁸⁵. «Un vestido Schiaparelli es como un cuadro de arte moderno», escriben, por otra parte, en el *New Yorker*²⁸⁶.

De hecho, el predominio del blanco y negro y de las escuetas geometrías en sus primeras creaciones, además de estar influenciado por el concepto sintético del Cubismo, es también

²⁸³ Jean-Michel Frank (1895-1941) fue un decorador francés caracterizado por un estilo minimalista: sobrio y sencillo. A la edad de 40 años abrió en París un estudio de decoración que llevaba su propio nombre; a partir de este momento colaboró y trabajó con varios artistas y diseñadores, entre los cuales Elsa Schiaparelli, Alberto Giacometti o Hermès. Reseñable es la colaboración con Salvador Dalí quien diseñó mobiliario para él, aunque estos muebles nunca se llegaron a realizar en su momento. A partir de los años 90 es la empresa catalana BD, coordinada por Oscar Tusquets (quien conoció personalmente a Dalí), la que produce y comercializa el mobiliario diseñado para Frank por Dalí. Además, BD recrea algunos de los objetos que figuran en los cuadros del pintor. Todas las creaciones que BD hace bajo el nombre de Dalí están avaladas por la *Fundación Gala-Salvador Dalí*, que gestiona los derechos de autor del artista y vela por los intereses de su obra.

²⁸⁴ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 36.

²⁸⁵ *Ibidem*, p. 33.

²⁸⁶ FLANNER, Janet, "Profiles: Comet", en *The New Yorker*, New York, junio, 1932, p.19.



Elsa Schiaparelli, vestido con cremallera, 1935-1936.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

un reflejo de este concepto arquitectónico basado en líneas claras, pura geometría de formas, de herencia Art Decó²⁸⁷, que tiene en Jean-Michel Frank un referente fundamental en lo que concierne la decoración de interiores²⁸⁸. La afición de Schiaparelli por el contraste blanco y negro, perdurará a lo largo de toda su carrera y el color negro, a pesar de que su estilo se acabará caracterizando por el uso de colores intensos, estará siempre presente de manera profusa tanto como en sus colecciones como en su guardarropa personal.

En 1929 ha de destacarse el primer uso que Schiaparelli hace de las cremalleras visibles, dentro del ámbito de la alta costura. Contrariamente a Coco Chanel, quien, en más de una ocasión, declaró que nunca hay que poner cremalleras en los vestidos de fiesta²⁸⁹, Schiaparelli, a partir de este momento, las usará de colores, plásticas y de metal brillante²⁹⁰, las pondrá en los bolsillos, en el pecho, en los puños, incluso en el cuello, y no sólo rectas, sino también en diagonal o en

zig zag y, además, propondrá para ellas colores en contraste con la tela del vestido, haciéndolas resaltar sobre el conjunto. Con ella, la cremallera pasará de ser un elemento puramente funcional a uno estético y con valor decorativo como se puede apreciar, a modo de ejemplo, en un indumento que lleva la actriz Frances Drake en la película *Daríá mi vida* (1936): un vestido oscuro con una cremallera blanca en la



Elsa Schiaparelli, vestido Museo del traje, Madrid, hacia 1929.

Fuente: CARDONA, Coco, *Los modelos más representativos de la exposición*. Modelo del mes de febrero. Vestido de Elsa Schiaparelli. Ciclo 2005, Museo del traje de Madrid, 2005.

²⁸⁷ D'AMATO, Gabriella, *Moda e design*, Ediciones Mondadori, Milano, 2007.

²⁸⁸ A.A.V.V., *Diseñadores del siglo XX*, Ediciones CEAC, Barcelona, 1991.

²⁸⁹ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

²⁹⁰ *British Vogue*, Londres, octubre, 1936, p. 19 y *British Vogue*, Londres, abril, 1937, p. 65.

parte frontal que corre verticalmente de arriba a abajo²⁹¹. Schiaparelli, con clara visión empresarial, solía utilizarlas de distintos fabricantes, según el lugar donde se vendería la prenda, así que se convirtió también en el símbolo de la marca de la *Maison* y, más allá de uso funcional, indudable por la buena sujeción que ofrecía, tenía una finalidad estética y de identidad de marca.

3.3. Coco Chanel y Elsa Schiaparelli

Es en esta época (hacia 1930) cuando nace y se consolida la famosa rivalidad entre Coco Chanel (1883-1971) y Elsa Schiaparelli. A partir de ahora la comparación entre estas dos mujeres será una constante a lo largo de sus vidas y, por lo tanto, es un tema inevitable a tratar a la hora de realizar un estudio acerca de una u otra²⁹².

Por las diferencias que las separaban, tanto en la idea de la moda como en las experiencias de vida²⁹³, fueron eternas rivales y este conflicto fue absolutamente insalvable. Para comprender las razones de esta falta de entendimiento, hay que empezar por las opuestas circunstancias vitales que vivieron, antes que por sus conceptos de moda y elegancia. Ya sus orígenes, en efecto, marcaron una diferencia importante. De familia humilde y sencilla, Gabrielle Chanel creció en un orfanato y empezó a trabajar de jovencita como

²⁹¹ Un modelo muy parecido, lo encontramos también publicado en *Vogue France*, París, enero, 1936. En este número de *Vogue* también sale una blusa de día que presenta cremallera en la espalda y encima de los hombros.

²⁹² MIR BALMACEDA, María José, *La moda femenina en el París de entreguerras*, op.cit.

²⁹³ La biografía de Gabrielle Chanel siempre ha sido ocasión de debate entre sus historiadores, en efecto ella misma, a lo largo de su vida, contó diferentes versiones de su infancia e incluso inventó anécdotas e historias ficticias para aumentar el misterio y la intriga hacia su persona. Incluso la fecha de nacimiento ha sido durante mucho tiempo una incógnita, aunque la mayoría de los historiadores parecen ponerse de acuerdo con la de 1883. Lo que sí es cierto es que nació en *Saumur*, una localidad de la Loira, y que sus orígenes eran humildes (su padre era un vendedor ambulante y su madre ama de casa). Cuando su madre falleció de tuberculosis, su padre dejó a las tres hijas en un orfanato donde Gabrielle aprendió a coser para ayudar a las monjas que la cuidaban. En 1905 empezó a cantar en los *cabarets*, por las noches, mientras que por el día trabajaba de costurera, lo que le permitió independizarse. Fue en uno de estos locales donde conoció a Balsan, un hombre adinerado que la ayudó a montar su primer negocio en París: una sombrerería y con el cual fue a vivir. Coco dejó a Balsan por Arthur Capel, que ella siempre llamará Boy, un inglés de rica familia que fallecerá trágicamente en 1919 en un accidente de coche. Es gracias a Boy que, en 1910, puede abrir su primera *boutique*: *Modas Chanel*, situada en el número 21 de la *rue Cambon* y es a partir de 1913 cuando empieza su éxito como diseñadora de moda. En 1921, Chanel conoce al compositor Igor Stravinsky con el cual mantiene una relación. La fama la acompaña hasta 1940, fecha de inicio del Segundo conflicto bélico, en la que se ve obligada a cerrar su *atelier*. En 1954, después de catorce años de ausencia, Chanel vuelve a abrir su *boutique* cosechando de nuevo enormes éxitos. En 1971, Mademoiselle Coco fallece, por exceso de morfina, en una habitación del *Hotel Ritz* de París a los 87 años de edad. Desde 1983 la casa de moda Chanel está dirigida por el diseñador Karl Lagerfeld quien ha sabido re-interpretar con fidelidad los preceptos de sencillez y pureza de líneas de Coco. (Estas informaciones biográficas, han sido extrapoladas del libro: MIR BALMACEDA, María José, *La moda femenina en el París de entreguerras*, op.cit.).



Izquierda: Horst P. Horst, *Retrato de Elsa Schiaparelli*, 1934.
Derecha: Horst P. Horst, *Retrato de Coco Chanel*, 1934.

Fuente: banco de imágenes de internet.

cantante de cabarets para sobrevivir (de ahí, su apodo *Coco*, que deriva del título de una de sus canciones favoritas *Qui a vu Coco dans le Trocadéro*)²⁹⁴. Por otra parte, Elsa, unos seis años más joven que la francesa, que, como hemos visto, nace en un ambiente acomodado y culto y que no empieza a trabajar hasta los treinta años aproximadamente. A pesar de ser las dos amantes del arte, Schiaparelli siempre se rodeará de obras de artistas notables como Dalí o Picasso, sin embargo, Chanel nunca adquirirá una obra de arte. Coco se refugiará siempre en los hombres y, una vez tomada la determinación de dedicarse al mundo de la moda, empezando con abrir una sombrerería, buscará la forma de financiarse a través de sus amigos influyentes y de la relación con caballeros adinerados. Schiap, sin embargo, como hemos visto, se apoyará siempre en las mujeres, amigas y conocidas, que le ofrecerán un hogar, si necesario, o un puesto de trabajo, hasta ayudarla a lograr su independencia.

Y luego están sus ideas opuestas en lo referente al mundo de la moda. Empezando por la figura de Poiret, rechazada y hasta despreciada por Chanel y, sin embargo, adorada de forma incondicionada por Schiaparelli, estas dos mujeres concibieron un estilo y un concepto de elegancia diferente. Poiret, por su parte, tampoco sentía aprecio hacia Chanel que acusaba de querer transformar a las mujeres en «pequeñas telegrafistas subalimentadas» por culpa de su estilo de “miseria de lujo”, en referencia el estilo “pobre” que ella impulsaba²⁹⁵. Sin embargo, la simpatía que el modisto francés sentía hacia Schiaparelli es cosa conocida

²⁹⁴ VILMORIN de, Luise, *Memorias de Coco*, Ediciones Nortedur, Barcelona 1999.

²⁹⁵ MIR BALMACEDA, María José, *La moda femenina en el París de entreguerras*, op.cit., p. 81.

y corroborada por los diferentes regalos que él le hizo a la modista italiana, además que por los numerosos encuentros que mantuvieron. Tampoco hay que olvidar que, durante un tiempo, Elsa Schiaparelli trabajó para la hermana de Poiret que también se dedicaba al mundo de la moda, aunque con éxitos menores. Chanel consideraba que vestir vestidos llamativos (al estilo Sherazade, decía, era fácil, mientras que lo difícil era hacer algo elegante con sencillez. Por esta razón la francesa rehuía de los colores llamativos y prefería el negro, blanco, azul, beige etc. Lo contrario opinaba Schiaparelli que, a pesar de trabajar el color negro, apreciaba sobremanera la alegría de los colores vibrantes y amaba jugar con combinaciones atrevidas como el rosa y el naranja (ver pañuelo reseñado en la ficha del muestrario).

Sin embargo, las dos tenían un amigo en común: Salvador Dalí, quien supo colaborar con ellas a pesar de la rivalidad existente, manteniendo las debidas distancias y relacionándose con cada una en función también del entendimiento profesional.

La mujer de Coco es sencilla, discreta y práctica, mientras que la de Elsa es sofisticada y atrevida. Para Chanel el refinamiento y la elegancia pasan por la limpieza de las formas y los colores naturales, para Elsa, al contrario, esas son fruto de la personalidad y la capacidad de saber innovar con coraje; los colores que elige, de hecho, son intensos y llamativos, porque según la italiana no cabe diferencia entre ser y aparecer. Otra diferencia importante entre los diseños de ambas está en el hecho de que, para poder llevar sus creaciones, la mujer de Chanel debe ser delgada y de figura esbelta, sin embargo, la mujer de Schiaparelli no tiene que tener un físico predeterminado, puesto que sus vestidos se adaptan a cualquier silueta, favoreciendo incluso a las menos agraciadas. En efecto, aunque Schiaparelli declarará lo contrario diciendo que es el cuerpo que tiene que adecuarse al vestido, lo cierto es que sus creaciones siempre se ajustaban a los volúmenes de sus clientas luciendo sus curvas, en vez de ocultarlas²⁹⁶.

Sin embargo, estas dos personalidades tan distintas y estos mundos opuestos, creemos que, al final, tienen en común más de lo que ellas mismas creían y hasta, diría yo, se complementan, representando las dos caras de una misma moneda. En 1934 el fotógrafo de *Vogue*, Horst P. Horst²⁹⁷, realiza unos retratos de las dos modistas²⁹⁸ que me gusta

²⁹⁶ A.A.V.V., *Iconos de la moda. El siglo XX*. Ediciones Electa, Barcelona, 2007.

²⁹⁷ Horst Paul Albert Bohrmann, conocido como Horst P. Horst (1906 - 1999), fue un fotógrafo alemán que destacó en el sector de la moda. Conoció a George Hoyningen-Huene y Cecil Beaton que lo ayudaron a entrar a trabajar en la revista *Vogue*. Vinculado al ambiente Art Decó y al Surrealismo se ha convertido en uno de los fotógrafos más importantes de su generación.

²⁹⁸ De Chanel existen varias fotografías tomadas en una única sesión, entre las cuales he elegido una.

pensar que las acomunan, de alguna manera. Es como si el fotógrafo, a nuestro entender, haya querido representarlas en base a lo que las unía, más que por los elementos que las separaban. Ya la propia estética de las dos fotos es parecida: Horst nos las representa con un aire romántico, en un momento de descanso, en la intimidad, con la mirada perdida, en actitud pensativa y melancólica. Tanto Schiap como Coco salen favorecidas en las fotos porque el fotógrafo consigue captar su belleza y, además, ambas son representadas con sus creaciones: el vestido corto negro en el caso de Chanel y uno de sus sombreros turbantes en el caso de Schiaparelli, además Elsa lleva una chaqueta de su creación en la cual se aprecian unos racimos de uva bordados por la famosa *Casa Lesage*, considerado el más grande *atelier* de bordados de París²⁹⁹, que trabajó también para Elsa Schiaparelli. A Chanel, por otra parte, la vemos también con sus amados collares de monedas y sus pulseras que denotan la afición de la francesa al mundo de los complementos, los cuales representaban para ella la auténtica forma de distinción de una mujer que nunca debía prescindir de ellos.

Sabemos que también Elsa Schiaparelli valoraba enormemente los accesorios, así que, en este sentido, podemos decir que existe un elemento estético en común entre las dos diseñadoras. Ambas imágenes se sitúan en un interior, un lugar físico que podría hacer referencia a un lugar simbólico: ahondar en las emociones de cada una, entrar en su interior. Casi como a querer exaltar la complejidad de estas mujeres, elige para las dos una decoración recargada y de tintes barrocos: un espejo oval para Schiaparelli, rematado en la parte superior por unas complejas volutas y una *chaise longue* encima de la cual se eleva un rico entramado de madera que representa una parra completa de racimos y hojas para Coco. Quizás no sea una casualidad que unas uvas, como mencionado anteriormente, aparecen también en la foto de Schiaparelli y, en concreto, en la chaqueta que lleva puesta la diseñadora. Probablemente el autor esté aquí haciendo referencia a la prosperidad y el buen auspicio que esta fruta simboliza entendiéndolo con ello el éxito de sus respectivos negocios. Las dos mujeres, fotografiadas de medio cuerpo, están enmarcadas por un óvalo, más evidente en el caso de la foto de Schiaparelli, pero presente también en la foto

²⁹⁹ A François Lesage se le considera «el último de los grandes bordadores de París» (BAUDOT, François, *Moda y Surrealismo*, op.cit., p. 78). Nacido en París en 1929, hijo de una modista de Madeleine Vionnet, trabajó desde 1949 en la empresa familiar, en efecto sus padres relevaron, en 1924, la prestigiosa *MaisonMaison* Michonet, uno de los más importantes *ateliers* de bordados de París. Fallecido su padre, François asumió la dirección de la empresa, destacando por su refinamiento. Colaboró con Chanel, Schiaparelli, Dior e Yves Saint Laurent entre muchos otros. En 2007 fue galardonado con la medalla de la *Legión de honor*, la más importante condecoración francesa.

de Chanel, e incluso la iluminación, que viene desde la izquierda, es parecida y otorga un carácter introspectivo y recogido a las fotos. La composición que elige, en los dos casos, también es similar: en las dos obras nos retrata a la protagonista según en eje diagonal que corre de izquierda a derecha y la desplaza hacia el lado izquierdo de la superficie.

En los dos retratos, Horst nos presenta a dos mujeres melancólicas y pensativas, lo que puede responder a una soledad de fondo que quizás el fotógrafo percibía en ellas. Y, probablemente, a pesar de estar muy bien relacionadas y frecuentar el ambiente mundano y culto del París entreguerras, estuvieron solas de verdad. No tanto bajo el punto de vista sentimental, que también fue otro punto en común y que, de todas formas, poco importa si las satisfacciones y el amor vienen de otros lados, sino me refiero a una soledad frente a la sociedad. Ambas son la viva imagen de la mujer emprendedora y audaz que va abriéndose camino en un ambiente que se está preparando para aceptarlas; aun así, el espíritu machista es todavía el que predomina y lograr vencerlo para alcanzar el aprecio y la confianza es duro y tremendamente difícil. Es sobre todo el carácter determinado y el tesón con que ellas actúan que, en muchas ocasiones, hacen que queden solas, en su lucha diaria por la afirmación personal, y son justos estos aspectos que las acomunan y van a constituir un evidente punto en común, lo que, en nuestra opinión plasma magistralmente el que es sin duda uno de los fotógrafos de moda más importantes de la época³⁰⁰.

3.4. Unas notas sobre el trampantojo y los colores de Schiaparelli (blanco, negro, fucsia y azul)

Como acabamos de ver, las personalidades de Chanel y Schiaparelli son antitéticas, algo que se refleja, como no podría ser de otro modo, en sus creaciones. Atrevida y siempre original, la italiana, clásica y más bien conservadora la francesa. Es este atrevimiento lo que hace de Schiaparelli todo un personaje, interesante aún a la mirada actual, de hecho, sus aportaciones al mundo de la moda siguen siendo muy actuales y son muchos, como veremos, los diseñadores que se inspiran en ella. Dentro de las principales aportaciones de Elsa Schiaparelli al mundo de la moda está sin duda el hecho de haber aplicado el trampantojo a sus prendas, como en el caso de los jerséis que constituirán su primer éxito y que son imitados todavía hoy en día. Por otra parte, también el uso de los colores estaba

³⁰⁰ La comparación entre estas dos fotografías de Horst es una iniciativa personal de la autora del presente trabajo, así que no existe bibliografía al respecto. Sin embargo, para organizar el análisis de forma coherente, han sido fundamentales las lecturas relativas a la *Historia del Arte*, *Historia de la Fotografía* e *Historia de la Moda* citadas en las fuentes.

muy estudiado por la diseñadora italiana que, a pesar de ser identificada, hoy en día, con la invención del famoso *rosa shocking*, sin embargo usó profusamente el blanco y negro, algo que recorre todo su trayectoria creativa, así como un azul muy especial, el *sleeping blue*, que usó en bastantes ocasiones³⁰¹.

En lo que concierne al trampantojo («trampa ante ojo»), ya se venía usando en arte desde hace mucho tiempo³⁰² y desde siempre se lo ha relacionado con el reto, tan antiguo como el hombre, planteado por las artes plásticas (inicialmente, por la pintura) de poder imitar la naturaleza lo mejor posible. Famosa es la disputa, relatada en *Naturalis Historia*, libro 35, de Plinio el Viejo, entre los pintores Zeuxis y Parrhasius: éstos consiguieron engañar, respectivamente, a unos pájaros y al mismo Zeuxis, quien, finalmente, declaró ganador a Parrhasius. El reto consistía en pintar unas obras para determinar quien fuera, entre los dos, el mejor pintor y ambos se centraron en tratar de imitar la naturaleza de la manera más fiel posible hasta conseguir engañar la vista del observador. Estaríamos delante de los primeros trampantojos de la Historia del Arte que fueron seguidos por varios relatos anecdóticos de la Grecia antigua hasta llegar a obras tan ilustres, como las *xenia* o los *suelos sin barrer* (ambos antecedentes de los bodegones), realizados en la Antigua Roma, sin dejar de mencionar ciertas pinturas de Pompeya. En la Baja Edad Media, por otra parte, destacan algunos detalles de los frescos de Giotto en la Capilla de los Scrovegni y también las partes posteriores de varios retablos cuyas alas, pintadas al monocromo, simulan tanto hornacinas como la Anunciación, protagonizadas por esculturas de mármol. En el Renacimiento el trampantojo se convierte en un recurso muy habitual y se llega a aplicar en varias disciplinas que van desde la escultura a la arquitectura, pasando por la pintura y las artes aplicadas. Es el caso, sólo para citar unos pocos ejemplos, de los frescos de Andrea Mantegna en el *Palazzo Ducale* de Mantua o de Paolo Veronese en la *Villa Barbaro* o del ábside de Bramante en *San Satiro* de Milán. No hay que olvidar el *Studiolo* de Federico III de Montefeltro en el Palazzo Ducale de Urbino, altísima obra de taracea renacentista y el Teatro Olímpico de Vicenza diseñado por el arquitecto Andrea Palladio en 1580. Muy conocido por su originalidad y por el reto estilístico que plantea es también el *Autorretrato en el espejo* de Parmigianino. Sin embargo, es en el Barroco cuando el arte del engaño se desarrolla hasta tal punto de convertirse en un género independiente, aunque afín al retrato o al bodegón, lo que se debe al interés que despierta en esta época todo reto artístico; además el trampantojo adquiere un valor simbólico ya

³⁰¹ FALCINELLI, Riccardo, *Cromorama*, Einaudi, Torino, 2017.

³⁰² GUALDONI, Flaminio, *Trampantojo*, Skira Editore, Florencia, 2008.

que a menudo es interpretado como metáfora de lo engañoso y traicionero en oposición a la única verdad, la de la fe. Dicho virtuosismo alcanza, en el Barroco, cotas muy altas ya que, además, está respaldado por un vivo coleccionismo que se ve fascinado por este tipo de arte³⁰³. En esta época, en lo que al trampantojo se refiere, destacan obras como, a modo de ejemplo, el *Autorretrato* de Esteban Murillo (1670-1675), los bodegones de Juan Sánchez Cotán, la Capilla Cornaro de Bernini (en la iglesia romana de Santa María de la Victoria), la Galería con la falsa perspectiva de Palazzo Spada de Borromini o, en otro estilo, la fastuosa bóveda de la iglesia de San Ignacio en Roma pintada por Andrea Pozzo. Asimismo, dentro del Barroco, cabe mencionar las pinturas de Edwaert Collier o Samuel Van Hoogstraten y sus series de estantes de cartas y otras cosas en las que se pintan los objetos más identificativos de una persona, a modo de retrato. De Van Hoogstraten cabe destacar también las cajas de perspectivas (1650 aprox.), unas increíbles habitaciones en miniatura. Otra obra que sorprende por su originalidad e increíble actualidad es *En el reverso de una pintura enmarcada* (1668-1672) de Cornelis Norbertus Gijsbrechts. En los siglos XVIII y XIX el trampantojo pierde su popularidad y su uso en las artes plásticas decae bastante. En el siglo XVIII, de hecho, nos encontramos delante de varios bodegones de inspiración barroca como en el caso de *Estantería con libros de música* (1725) de Giuseppe Maria Crespi, o el violín colgado de la puerta en Chatsworth House pintado alrededor de 1723 por Jan van der Vaardt, así como varios detalles en obras de Canaletto quien destaca por su luz e increíble realismo de los paisajes venecianos. Sin embargo, es quizás en los detalles de algunos palacios neoclásicos o en su mobiliario (como los biombos o las contraventanas, por ejemplo) donde este recurso está más presente, casi como si de un lujo burgués se tratara. Un ejemplo muy peculiar de trampantojo en arquitectura lo encontramos en la iglesia de Santa María de los Jesuitas en Venecia que, a pesar de haber sido edificada entre 1714 y 1729 está realizada en puro estilo barroco. En el púlpito de la nave central se encuentra una cortina con dosel de grandes dimensiones que, a pesar de parecer de brocado, está tallado en mármol con gran esmero y riqueza de detalles. Por otra parte, en lo que al siglo XIX se refiere, hay que mencionar una obra de 1840 en la que se aprecia todavía una fuerte influencia barroca de carácter nostálgico. Se trata de la obra *Joven campesina con tres niños en la ventana* de Ferdinand Georg Waldmüller. Otro referente de la época en este sentido es sin duda la pintura *Escapando*

³⁰³ Sobre el tema del trampantojo y la habilidad para engañar el ojo se ha celebrado una exposición en el museo Thyssen-Bornemisza de Madrid titulada *Hiperreal. El arte del trampantojo* celebrada del 16 de marzo al 22 de mayo de 2022.

de la crítica (1874) de Pere Borrell del Caso, de clara estética barroca y también muy irónica. Este siglo vive la fascinación de la recién inventada fotografía, así que el trampantojo pasa en segundo plano, mientras que en los siglos siguientes el arte contemporáneo reinterpretará el trampantojo, además de ampliar sus campos de aplicación. Obras de Édouard Manet como *Muchacho haciendo pompas de jabón* (1867) o *El balcón* (1868) se inspiran en el trampantojo tradicional y lo adaptan al sentir de su época. Por otra parte, William Harnett destaca en los Estados Unidos especializándose en la pintura de trampantojo como *Objetos para un rato de ocio* (1879) que se encuentra en el *Museo Nacional Thyssen-Bornemisza* de Madrid³⁰⁴. En el siglo XX artistas como M. C. Escher, con sus obras entre las que se cuenta *Mano con esfera reflectante (Autorretrato en el espejo esférico)* de 1935, retoman el trampantojo dotándolo de un carácter ilustrativo y haciendo de la ilusión óptica un juego gráfico y alejándose de la carga simbólica barroca. Por otra parte, Magritte, Dalí o Carlo Carrà lo utilizan a menudo dentro de su estética surrealista y tratan el tema del engaño visual asociándolo a lo onírico. De hecho, en el Surrealismo, el trampantojo se convierte en un perfecto aliado para jugar con el subconsciente, con el engaño, en suma, con las apariencias. Finalmente, cabe destacar dos movimientos: el Hiperrealismo, que ha hecho de este reto su principal objetivo, tanto en pintura como en escultura, y el *Street Art*, que tanto en el caso del uso que hace de la anamorfosis como en el caso de los murales de Banksy, sorprende a los transeúntes con juegos visuales llamativos, a veces de carácter social o político, o como los murales de Richard Haas que transforman aparentemente los edificios en algo que no son. Para terminar, creemos que es interesante mencionar los ensamblajes del suizo Daniel Spoerri, quien, a través de sus mesas, deja para la posteridad una especie de arqueología social. Hoy en día el trampantojo se encuentra, como motivo ornamental, en muchas disciplinas que van desde el Diseño de Interiores, pasando por el Diseño de Producto (basten como ejemplo algunos muebles de P. Fornasetti) o el Escaparatismo, hasta llegar al Diseño de Producto, a la fotografía (mírese, por ejemplo, la serie de retratos que hizo a Grace Kelly en 1955 el fotógrafo de moda Erwin Blumenfeld) o incluso al cine. Llegamos así a los efectos especiales cinematográficos, entendidos en su evolución desde los orígenes hasta la actualidad, y al 3D. Este constituye una vuelta más de tuerca al tema del trampantojo ya que resulta tan innovador como en su momento lo fue el holograma (inventado en

³⁰⁴ En el siglo XVIII hay algún ejemplo del uso del trampantojo en los complementos, como en el caso de los abanicos que al cerrarse simulaban un ramo de flores. Estas creaciones representan un uso pionero del trampantojo en moda.

1948 por el físico húngaro Dennis Gabor, que recibió por esto el premio Nobel de Física en 1971), y de hecho está abriendo un sinfín de posibilidades que permiten seguir emocionando a un público cada vez más exigente y hambriento de nuevas experiencias.

Schiaparelli usó el trampantojo, además que en sus famosos jerséis, también en otras ocasiones. Es el caso de la capa de red que, conjuntada con el vestido de estampado de mariposas, hace el efecto de una redecilla que tiene aprisionados a los insectos, o de los sombreros de ala ancha de plástico realizados con un trenzado que simula el mimbre. También el bolso en forma de ramo de flores, o aquello inspirado en una maceta u otros en forma de cajas de sombreros son reinterpretaciones del tradicional concepto de trampantojo que ella hace suyo y reelabora una infinidad de veces. Notable por su hechura y estética es la tela con el efecto de pliegues que Schiaparelli mandó pintar al artista Jean Dunand en un vestido de 1931 con el que fue retratada por Man Ray. Original y de gran efecto el estampado de 1936 que simula una cinta dorada que serpentea como si fuera una aplicación real, como también hay que recordar el estampado de corteza de árbol de 1938. Finalmente, no hay que olvidar los famosísimos vestidos, esqueleto y harapiento, que, sólo para citar algunas prendas que usan el trampantojo típico de sus creaciones, demuestran el interés de la modista por los efectos visuales, algo, sin duda en relación, además que con su espíritu creativo, también con el Surrealismo y la esfera perteneciente a lo onírico, al engaño; constantes reflexiones que evidencian el contraste entre la imaginación y la realidad. Porque Schiaparelli se mueve constantemente entre estos límites que no ama sobrepasar de manera clara para permanecer en un limbo visual que deja abiertas tantas interpretaciones como ojos que contemplan sus creaciones.

Por otra parte, con respecto a los colores, mucho antes de que la empresa *Pantone* comenzase, en 2000, a indicar el de tendencia del año, los artistas ya se guiaban por unas modas cromáticas que han caracterizado la Historia del Arte desde siempre (es el caso del azul en el Antiguo Egipto o del oro en la Edad Media). La Historia de los colores es un tema muy interesante que, en el contexto que nos interesa, no viene al caso desarrollar más que en lo referente a los colores usados y, en un par de ocasiones patentados, por Schiaparelli. Además, en un momento en el que se está investigando sobre el amarillo de Joan Miró, que se está deteriorando por culpa de la humedad hasta perder su tono original, o se ha vuelto a estudiar el famoso *Verde París* que, por su toxicidad, envenenó a más de una persona en el siglo XIX, consideramos que una breve referencia a la historia de ciertos colores, es un tema de actualidad que merece la pena tocar en el presente trabajo.

En el sector de la Moda, como es lógico, la elección del color siempre ha sido capital para determinar el éxito de una colección y esto Elsa Schiaparelli lo sabía, como demuestra el cuidado que ponía en el uso de los colores, sin contar el hecho de que patentó dos nuevos colores ella misma, algo que resulta de gran interés.

El contraste entre el blanco y el negro fue una constante en las creaciones de Schiaparelli (podríamos atrevernos a decir que el uso reiterado y combinado de estos dos colores podría ser el único aspecto que Chanel y Schiaparelli tenían en común, a parte, claro está, de la amistad que ambas mantenían con Dalí).

El color blanco siempre tuvo una presencia fundamental a lo largo de la Historia. En el Neoclasicismo era asociado a la pureza, tanto moral como estética, vinculada al mundo clásico, a sus esculturas y arquitecturas y así nos ha sido legado hasta hace relativamente poco tiempo. De hecho, notorio fue el disgusto de la sociedad del siglo XX cuando descubrió que, en realidad, aquellas magníficas y pulcras obras de arte eran policromadas. Y eso se debe a que, parafraseando a Riccardo Falcinelli (*Cromorama*, Einaudi, Torino, 2017), la contraposición entre una imagen en blanco y negro y otra en color, es, en realidad una contraposición moral, donde el blanco y negro representa la rectitud, mientras que el colorido, sobre todo si muy vistoso, la excentricidad y frivolidad. No es una casualidad, en efecto, de que la Iglesia haya hecho del color blanco todo un símbolo de pureza y ausencia de corrupción, física y moral. En el Minimalismo, por otra parte, el blanco pasa a ser ausencia de todo, de lo superfluo, metáfora de una sociedad que vive con hartazgo cierta profusión de elementos visuales, del *kitsch*³⁰⁵. Además, este concepto de esencialidad desde Adolf Loos pasando por la *Bauhaus* y Le Corbusier se va asociando a una sociedad moderna, actual, contemporánea, que deja atrás, de golpe y porrazo, la trasnochada estética decimonónica; un gesto, ya no sólo simbólico, de rebeldía y renovación de espíritu y costumbres.

El color negro, por otra parte, ha tenido varios usos y simbologías según la época histórica o el área geográfica. En muchas civilizaciones en toda Europa fue desde siempre un color asociado a la pobreza de recursos, de economía de medios y a la practicidad por ser muy sufrido, además de estar asociado a telas baratas. Sin embargo, a partir del siglo XVI este concepto fue cambiando a raíz de su uso en la corte española de los Hasburgo y sobre todo desde Felipe II cuando el negro se convirtió en símbolo de recato y austeridad, a pesar de que las prendas estuviesen confeccionadas en tejidos nobles como correspondía

³⁰⁵ El término *kitsch*, nace en Alemania alrededor de 1860 e identifica una operación estética de imitación de un objeto, lo que va a desvirtuar el valor estético del objeto originario.

a la realeza, y se convirtió en elemento fundamental del llamado *traje a la española*, hasta convertirse en un color emblemático de esta época. En el siglo XIX el negro se fue asociando al luto, así que vestían de negro sólo aquellas personas (mujeres y niños sobretodo) que tenían que guardar el luto. Asimismo, dentro de la joyería existía toda una línea, definida de luto, que se caracterizaba por el uso del color negro (perlas y diamantes negros, azabache, ónice, esmaltado negro etc.) en vez del empleo de las tradicionales piedras de colores. Como curiosidad en este ámbito cabe mencionar los medallones guardapelo que permitían conservar un mechón de pelo del difunto. A modo de ejemplo, cuando la Reina Victoria de Inglaterra quedó viuda, decidió vestir de negro durante el resto de su vida, lo que le otorgó ser considerada como una viuda virtuosa (muy interesante es su colección de joyas de luto que solían traer impresa la letra “A”, en honor de su difunto esposo, Alberto de Sajonia). Es a partir de los años veinte cuando empieza a ser sinónimo de elegancia y glamur ya que muchos vestidos de fiesta de las *flappers* se realizaban en este color porque añadía un toque de misterio y sofisticación acorde con los tiempos y a la vida nocturna. Es en este momento cuando intervienen las posiciones de Chanel y Schiaparelli. Ambas diseñadoras hicieron un uso profuso del negro, sin embargo, para Schiaparelli era un color más, que en muchas ocasiones venía sustituido por gamas alegres, mientras que para Chanel era absolutamente fundamental y casi insustituible (de ahí su famosa creación del *little black dress* un sencillo vestido negro que pasó a verse como algo elegante y refinado, a la par que sencillo). En épocas recientes el negro ha estado asociado a muchas tribus urbanas como el punk o el estilo gótico ya que se relacionaba con una estética *bondage* y agresiva que se remitía a los castigos medievales. Incluso el uso de tachuelas y punzones en las prendas tiene este origen y se asocia a mensaje de rebeldía, fuerza, carisma y anarquía, sirviéndose de este patrimonio cultural que la Edad Media dejó en herencia. En el mundo del arte actual no puede no mencionarse al artista Anish Kapoor (1954) quien llegó a comprar los derechos del pigmento acrílico de lo que él considera «el negro más negro del mundo» (*Vantablack*) capaz de dar aquella sensación de vacío que sólo la oscuridad auténtica puede dar, debido a su capacidad de absorber el 99.96% de la luz, lo que se traduce en una casi absoluta ausencia de brillo y profundidad. Una obra hecha con este color es *Bajada al limbo* (1992), un agujero de 2,5 metros de profundidad que representa un engaño visual ya que parece un descenso hacia lo infinito de la oscuridad. La adquisición de los derechos de este color por parte de Anish Kapoor en 2014 generó muchas polémicas por la imposibilidad por parte de otros artistas de utilizar este pigmento y dio pie a la que se conoce como la “guerra de los colores” entre él y el artista Stuart Semple (1980) de quien hablamos a continuación por

haber comprado el *SuperPink* que está a la venta para todo el mundo (se puede comprar en su página web) menos que para Anish Kapoor.

La combinación del blanco y el negro, por otra parte, ha sido muy utilizada en diversos ámbitos, desde la pintura (como no recordar Giacomo Balla, Picasso o Mondrian), hasta la arquitectura (pensemos en el Románico de Cerdeña o el Gótico genovés), el Diseño de Producto (el caso de Fornasetti es emblemático, así como el diseño de muchos objetos del años 60, en pleno auge del *Optical Art*), el Diseño Gráfico (baste con citar algún logotipo como el de Adidas o Chanel) hasta llegar al mundo del Cómic³⁰⁶, sin contar las referencias al mundo del ajedrez del que hablaremos más adelante. A modo de ejemplo, para hablar del éxito de esta unión muy utilizada en el ámbito del Diseño de Moda por Schiaparelli, citaremos sólo dos testimonios: el del vestuario que Cecil Beaton diseña para la película *My fair lady* (1964) protagonizada por la siempre elegante Audrey Hepburn y el mono de pantalón ancho que Kansai Yamamoto diseña para David Bowie en 1973. En el caso del vestuario del musical de George Cukor, el fotógrafo se dedica a una de sus grandes aficiones, el Diseño de Moda, y nos regala una estética de los más cuidada y exquisita en la que reside sin duda parte del éxito del largometraje y que quedó inmortalizada en la icónica fotografía de la protagonista delante de un fondo prospectico de rayas blancas y negras luciendo un tocado de gran personalidad, lo que demuestra que elegancia no va reñida con la personalidad. Totalmente diferente es el caso de la prenda de Bowie, que se ha vuelto puro icono gracias al conocido reportaje fotográfico de Sukita, que hace un guiño al estilo japonés, planteando fusiones estéticas entre sencillez oriental y sofisticación occidental, que tanto predicamento encontrarán en las décadas posteriores a los años setenta.

Con respecto a la historia del color fucsia, tomamos en consideración lo que dice Falcinelli sobre el color púrpura, un pigmento extraído del molusco *Murex Brandaris*. Al antiguo color púrpura le correspondían muchas gamas diferentes, dependiendo del tratamiento que se le daba, siendo una de ellas lo más parecido al color *rosa shocking* de Schiaparelli. Fueron los Fenicios quienes se especializaron en la comercialización de la púrpura del que se suelen considerar los inventores entre 1450 y 1400 a. C. (aunque este dado es imposible de contrastarse al día de hoy). Los Fenicios criaban estos moluscos a orillas del Mediterráneo, conocían la receta y tuvieron el mérito de hacer de Tiro y Sidón los principales centros de producción y comercialización de la púrpura que vendían a un

³⁰⁶ Es el caso, por ejemplo, del diseñador de cómic, el asturiano Alfonso Zapico, quien diseña sus viñetas en riguroso blanco y negro.

precio muy alto. Fue justo el enorme valor económico de la púrpura, lo que llevó a los Antiguos Egipcios a producir una imitación, bastante lograda, obtenida trabajando un tipo de líquen. Y fue siempre su enorme valor lo que estuvo a la base de que se considerase el color de los privilegiados, desde la Antigua Roma (senadores) hasta la esfera eclesiástica (obispos y cardenales). En el caso de Schiaparelli, obviamente, se utiliza un tinte sintético. Estos tintes se empezaron a conocer a raíz de la Revolución industrial y, en concreto, desde 1856 de la mano del químico William H. Perkin, quien logró sintetizar el color malva por casualidad mientras realizaba una investigación de carácter farmacéutico. En 1859, Verguin, crea el color magenta (*fucsina*), a partir del cual se pueden hacer mezclas que permiten la obtención de un amplio abanico de colores. El *rosa shocking* de Schiaparelli se puede entender como una versión contemporánea de cierta gama de púrpura, así como una variante del magenta. Las características principales del *rosa shocking* de Schiaparelli, que hacen que sea único, son la brillantez, la intensidad y el hecho de no perder poderío a la hora de ser usado como tinte de tejidos. Hoy en día, la denominación *rosa shocking* se suele utilizar, casi exclusivamente, para identificar este color en su aplicación a objetos de la moda (prendas, complementos, maquillaje...etc.). Así que podemos deducir que este uso del término creado por Schiaparelli haya acabado, muy probablemente, por influir en el lenguaje común. En 2016, el artista Stuart Semple, mencionado con anterioridad, compró el *SuperPink*, un rosa intenso de tono casi fluorescente, que definió como «el rosa más rosa del mundo», para parafrasear al artista Anish Kapoor con el que emprendió la llamada “guerra de los colores”.

El azul, en casi todas sus variantes y matices, ha sido otro color, junto a blanco, negro y *rosa shocking* muy usado por Elsa Schiaparelli, hasta el punto que patenta su propio tono de azul con el nombre de *sleeping blue*, de matices algo grisáceos. Otra diseñadora de moda que hizo del azul su color insignia fue Jeanne Lanvin quien, en la época de los *Locos años veinte*, apostó por gamas cromáticas intensas entre las que se encuentra el conocido como *azul Lanvin* que se caracteriza por un tono eléctrico y vivaz. A lo largo de la Historia del Arte, el azul siempre ha sido un color que, sobre todo en el mundo de la pintura, fue considerado muy lujoso. En el Antiguo Egipto, por ejemplo, era símbolo de la realeza, debido a las elevadas dificultades para obtenerlo ya que el color índigo (o añil) que usaban era el resultado de largas maceraciones de ciertos tipos de plantas. Esta constante se ha mantenido a lo largo de toda la Historia de la Pintura ya que se ha considerado siempre un color asociado a privilegios, por el elevado coste del lapislázuli que se empezó a utilizar para hacer el pigmento. De un azul intenso son, por ejemplo, algunas páginas

de uno de los manuscritos más bellos del Tardo Gótico, *Las muy ricas horas del Duque de Berry*, y azul es el manto de la Virgen a lo largo de toda la Historia del Arte. En este último caso, el azul representa la limpieza moral, la entrega incondicional a Dios de la Virgen María, su aceptación del misterio, su lado celestial a pesar de la naturaleza humana. Un color asociado al prestigio, entonces, y a la espiritualidad, relacionado con elevadas dotes morales. En 1704 el químico Heinrich Diesbach descubrió un pigmento que se denominará *Azul de Prusia* y que empezó a utilizarse en pintura a partir de la década de 1720, ampliando así la gama de los azules. Por otra parte, desde la invención de la fotografía, el azul cian del proceso fotográfico llamado *cianotipia* fue el único elemento pigmentario que existía en fotografía hasta que se inventó la fotografía en color, así que algunas fotos antiguas tienen este color que se caracteriza por el monocromo y el intenso colorismo. Es a partir del siglo XIX cuando la simbología de este color cambia para volverse más “pagana”, aunque sí siempre relacionada con el lujo y el azul es ahora llevado hasta la idea de ostentación. Muchas damas del XIX son retratadas con vestidos en tonos azules (un ejemplo claro es el *Retrato de la Princesa de Broglie* de 1851-53, pintado por Ingres). A partir de la invención de la anilina (1856) por parte del químico francés François Verguin, las gamas de los azules se multiplican de manera exponencial ampliando la escala de tonalidades, hasta llegar al magenta. Es así como el azul pasa a tener aplicaciones diferentes en base a su intensidad, siendo, por ejemplo, más utilizado para vestidos de noches el azul intenso, casi turquesa, mientras que el azul marino se convierte en un color más propio de la infancia o el celeste pasa a considerarse adecuado para los frescos vestidos de entretiempo. De este modo, este color, a través de su infinita gama cromática, se ha vuelto versátil ya que se puede utilizar a lo largo de todo el año, en contextos y ocasiones muy variadas, siendo adecuado para personas de todas las edades. De todas formas, claro está que aún hoy en día el azul sigue estando relacionado con la idea de limpieza, de hecho, no es una casualidad que muchos productos para la limpieza del hogar tengan tradicionalmente este color. (Mientras que, por ejemplo, el verde, asociado a la naturaleza como algo refrescante y sano, es más utilizado en productos de limpieza personal). Nuevos tonos de azules se introdujeron a lo largo del tiempo, como cuando se patentó el pantalón vaquero (1873) que aportó el tono de azul con el mismo nombre. Por otra parte, en 1960 el artista francés Yves Klein (1928-1962), en colaboración con el proveedor de pinturas, el parisino Edouard Adam, presentó el color *International Klein Blue (IKB)*, universalmente conocido como *azul Klein*, con el que realizó muchas obras de arte, como, por ejemplo, la *Victoria de Samotracia* (1962). El artista, que lo empezó

a utilizar desde 1958, buscaba un color que diera un sello inconfundible a sus acciones performáticas, así que llegó a este tono de azul que se caracteriza por ser mate y a la vez muy luminoso. En tiempos recientes (2021) se ha patentado el *Azul Stampone*, producido por la marca de bolígrafos *Bic*, nacida en 1945. El nombre de esta nueva gama de azul se debe a que el artista italiano Giuseppe Stampone (1974) realiza sus dibujos hiperrealistas exclusivamente con los famosos bolígrafos, y en concreto con aquellos de tinta azul, lo que otorga a sus obras el tradicional color que todos conocemos y hemos usado en múltiples ocasiones.

3.5. De 1930 a 1934, los años del viraje

A principios de la década de 1930 Schiaparelli empiezan a diseñar sus trajes de *soldado de madera* (así llamados por la rigidez de su silueta), de hecho la primera imagen que he encontrado de un figurín con cintura entallada y hombros bastante marcados es de 1930³⁰⁷ y, en concreto, es una ilustración de Jean Pages en la que vemos a cinco personajes: un hombre y una mujer paseando por el parque y dos mujeres solas, una de ellas (la que va del brazo del hombre) lleva un abrigo negro de Schiaparelli con cuello de armiño blanco. Como se puede observar, se trata de la línea más entallada de los tres figurines femeninos y, sobre todo, lo que más llama la atención, es la presencia de las fuertes y rectas hombreras del abrigo³⁰⁸.

La cintura marcada, a veces embellecida por cinturones de lo más original y, sobre todo las marcadas hombreras, que aparecen tanto en abrigos como en vestidos y trajes de día, le valdrán a esta silueta identificativa de la *Maison* Schiaparelli la definición de *wooden soldier*, es decir *soldado de madera*. Se trata, sin duda, una de las más grandes aportaciones que hace Schiaparelli al mundo de la moda (la forma rígida, de hombros grandes y rectos y cintura marcada, que ésta crea volverá décadas más tarde y será de hecho una tendencia imperante en la década de 1980³⁰⁹). *Hard chic* se definió este estilo, en referencia a la dureza de la línea y al gusto renovado de la elegancia. Destacan por ser una innovación importante: «las había creado para dar la impresión que las mujeres

³⁰⁷ *Vogue France*, París, marzo, 1930.

³⁰⁸ Las hombreras marcadas, que desaparecerán a finales de los años 40, volverán con fuerza en los años 80 cuando se impondrá el estilo extra grande y las prendas serán muy voluminosas. Giorgio Armani fue uno de los diseñadores de moda más importantes de los 80 y supo reinventar el traje de chaqueta (de pantalón o de falda). Le quitó aquella rigidez típica de los años 40 así como el aspecto marcial, para crear líneas suaves y confortables, gracias también al uso de tejidos muy ligeros y maleables.

³⁰⁹ A.A.V.V., *Iconos de la moda. El siglo XX*, op.cit.

tuviesen una cintura más estrecha»³¹⁰. Con éstas, Elsa consigue reforzar la parte superior del cuerpo, eliminando los hombros caídos, y dotando el cuerpo femenino de una rígida estructura, además de dar a la cintura un papel importante y, por ende, a los cinturones que, en la *Maison Schiaparelli* se vuelven un complemento de lo más importante³¹¹. En una fotografía tomada por Edward Steichen en 1932, y publicada en *Vogue USA*³¹², vemos a Joan Crawford con un vestido y una chaqueta de *crêpe* de amplias hombreras de Schiaparelli.



George Hoyningen-Huene, fotografía la actriz Ina Claire con el gorro de Schiaparelli denominado *Mad cap*, 1932.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

En 1930 Schiaparelli lanza un gorro que cosechará un éxito increíble: se trata de una especie de cilindro que se podía portar de diferentes formas, como se puede observar en dos icónicas fotos: una de la actriz Ina Claire, fotografiada por George Hoyningen-Huene (1900-1968)³¹³, y otra de la misma Schiaparelli, de Man Ray en 1931, en las que ambas lo llevan puesto, aunque de dos formas diferentes. El gorro causó furor y fue copiado por todos los grandes almacenes que lo llamaron el *Mad cap* y con él obtuvieron mucho beneficio sin que Elsa se llevase nada. En realidad, confesará Elsa más adelante, que fue tal y tanta la difusión del gorro que hasta se arrepintió de haberlo inventado, en efecto, cuenta ella misma que, cuando lo vio encima de la cabeza de un bebé,

dio inmediatamente la orden de hacer desaparecer los ejemplares que quedaban y parar definitivamente la producción³¹⁴.

Este año marca también el inicio de la colaboración de la casa de moda con los artistas, de hecho, es en 1930 cuando colabora por primera vez con una artista. Se trata de Elsa Triolet (1896-1970), escritora, intelectual y diseñadora de joyas de origen ruso, quien, en

³¹⁰ *Ibidem*, p. 84.

³¹¹ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, septiembre, 1934.

³¹² *Vogue USA*, New York, octubre, 1932.

³¹³ *Vogue USA*, New York, marzo, 1932.

³¹⁴ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 75.

colaboración con la *Maison*, diseña el llamado collar de aspirinas, hecho a base de piezas de cerámica que recordaban las famosas pastillas³¹⁵.

De este año es también un vestido que deja la espalda descubierta a través de un escote posterior bastante pronunciado³¹⁶ que, a partir de 1930, empezará a verse en las revistas de moda con cada vez más frecuencia. Se puede considerar el primer traje de noche de Schiaparelli que deja la espalda descubierta y es llevado por la modelo y ayudante de Schiaparelli, Bettina Jones con suma elegancia. En realidad, ya desde principios del siglo XX, diseñadores como Paul Poiret, Madeleine Vionnet o Mariano Fortuny, que se caracterizaron por querer liberar a las mujeres del corsé y de todas las estructuras que constreñían el cuerpo, empezaron a proponer vestidos escotados en la espalda, también como prueba tangible de esta liberación. Por esta razón, no se puede afirmar que Elsa Schiaparelli haya sido la primera en diseñar vestidos que dejaran la espalda al descubierto, sin embargo, sí se puede afirmar que, en su caso, estos escotes se vuelven muy pronunciados y a veces provocadores. Es por el atrevimiento y la profundidad del escote en la parte posterior de la espalda, donde Schiaparelli marca una nueva tendencia. No es, de hecho, de extrañar que en más de una ocasión la llamasen «Elsa la escandalosa». En la página web del Getty images, a cuyo archivo pertenece esta fotografía de George Hoyningen-Huene, se lee: «La modelo Bettina Jones lleva un vestido de noche Schiaparelli de raso de cera con un lazo en el costado y un escote en V bajo que se extiende hasta la cintura en la espalda». Se trata del primer vestido de noche que realiza la diseñadora y, de la descripción, resultan sorprendentes dos elementos: los escotes atrevidos, tanto en la parte delantera como en la posterior, y el tejido, raso de cera, que le da un acabado brillante y un aspecto casi plastificado. Se trata sin duda de una de las creaciones de Schiaparelli de la década de 1920 más logradas y rotundamente perfectas. Dentro de unos años, en 1932, Schiaparelli volverá a tocar el tema del escote y presentará un vestido de escote posterior cuadrado, como se observa en una fotografía de Edward Steichen³¹⁷. Por otra parte, en 1936, alargará la sisa de tal modo que, en vez de cerrarse debajo de la axila, se prolonga hasta la cintura y así un sinfín de propuestas que replantean todas las veces la sensualidad de la mujer, el concepto de desnudez, a través del escote posterior.

³¹⁵ En 1932, Man Ray utilizó un collar con lazo y una pulsera de Elsa Triolet para uno de sus famosos *rayogramas*. El material usado por la diseñadora (crin de caballo blanco trenzado, flexible y de acabado casi transparente) le debió de resultar ideal al fotógrafo por las texturas que conseguiría a la hora de entrar en contacto con el papel sensible e iluminar los objetos.

³¹⁶ *Vogue France*, París, enero, 1930.

³¹⁷ *Vogue USA*, New York, octubre, 1932.



Elsa Schiaparelli, conjunto de blusa de chiffon con falda de crêpe de chine, 1930.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

En agosto de 1930 *Vogue* publica dos abrigos de Schiaparelli bajo el título *Los abrigos deportivos* (n.d.r.: de uso diario) *pueden ser más cortos que el vestido*. Llama la atención el cuello hecho con dos extremos largos que se anudan detrás de la cabeza para volver a ceñirse en la parte delantera del cuello, cuello y pañuelo en uno³¹⁸.

En la colección de otoño de 1930 podemos ver lo que ella consideró como una de las prendas más logradas de toda su carrera porque representaba fielmente su compromiso entre elegancia y comodidad: una blusa de chiffon, cruzada en la parte delantera y atada lateralmente. Esta pieza iba conjuntada con una sencilla falda negra larga en crespón satén. Podemos apreciar como la silueta sinuosa de la mujer va reforzada, en la parte superior, por unas hombreras que dan una estructura más firme a la blusa blanca. Es la consagración de un nuevo estilo que se basa en conjuntar, para la noche, una falda con una blusa cruzada, conjunto elegante que se impondrá como

una alternativa válida, y muy llevable, a los trajes de noche de una pieza.

El 13 de diciembre de 1930 Elsa patenta un bañador de una pieza para tomar el sol. Se trata de un bañador de punto de cuerpo entero, sin espalda, que permitía a las mujeres broncearse para lucir los vestidos de noche que, como hemos comentado, empezaban a dejar la espalda al descubierto. El bañador incorporaba un sistema de tirantes que sostenía el pecho cumpliendo también la función de un sostén. Gracias a Schiaparelli los bañadores dejan de ser aquellos graciosos monos de rayas típicos de las primeras décadas del siglo XX, que cubrían la espalda, los muslos y los hombros, para convertirse en prendas más prácticas y útiles a la hora de frecuentar las piscinas (la moda de bañarse en el mar aún tardará un poco en extenderse, sin embargo las piscinas y los balnearios viven, hasta bien entrada la primera mitad del siglo XX, un auge importante, de hecho, por ejemplo, es de esta época el edificio Art Decó de la mítica piscina parisina *Molitor*³¹⁹).

³¹⁸ *Vogue France*, París, agosto, 1930.

³¹⁹ Fue en la piscina Molitor donde Louis Reard, el ingeniero francés que patentó el bikini, lo presentó oficialmente en 1946. Además, como anécdota, cabe recordar que el protagonista del libro *La vida de Pi* del escritor canadiense Yann Martel, se llamaba Piscine Molitor Patel como homenaje a la piscina pública parisina. Hoy en día la piscina se encuentra en un estado deplorable de conservación, de hecho, aunque se haya aprobado un proyecto de recuperación, sigue siendo un lugar de encuentro de skaters y grafiteros, lo que está poniendo en peligro su arquitectura Art Decó.

Es así como Schiaparelli contribuye al cambio del concepto de femineidad, y es aquí donde encontramos en la moda un potente aliado de las mujeres que buscan también cierto pragmatismo, incluso en el vestir. A modo de ejemplo, se pueden apreciar unas sandalias para mujer realizada en tela que permiten ser utilizadas tanto dentro del agua como fuera de ella³²⁰. Dignas de mención son también dos fotografías de George Hoyningen-Huene: en una, de 1930, vemos a una estupenda Lee Miller vistiendo un conjunto de pantalón ancho y blusa³²¹, mientras que en otra de 1931 vemos a Simone Demaria con un mono negro, de pantalón holgado, del cual se indica que es para la playa³²². Aquí Schiaparelli nos está enseñando el lado más práctico y confortable de la moda ya que no escatima en plantear esos pantalones anchos como prendas de uso diario, aunque, eso sí, en un contexto más bien veraniego e informal. Una apuesta clara por un concepto que marcará tendencia: lo cómodo no tiene por qué ir reñido con lo sofisticado. No se trata de excentricidades finalizadas a sí mismas, o extravagancias estivales, sino de demostrar inteligencia, ausencia de complejos y alegría de vivir. Además, el pantalón ancho es sin duda una prenda con un gran potencial unisex, aunque quizás, esto no esté todavía entre los objetivos de Schiaparelli. De todas formas, lo cierto es que existe una fotografía de los años 30 que retrata a Salvador Dalí y Gala llevando cada uno los mismos pantalones de corte ancho. A pesar de que no tenemos ninguna indicación sobre el autor del diseño de la prenda que llevan, sin embargo, es interesante notar que está en la misma línea de los pantalones anchos mencionados que estaba diseñando Schiaparelli en aquellos años. Esto hace que se pueda llegar a adelantar, de aproximadamente unos treinta años, la llegada del concepto unisex, aunque está claro que no se hace todavía con total toma de conciencia, ni con la repercusión social, que tendrá Pierre Cardin cuando lanzará “oficialmente”, en la década de los sesenta, el concepto de moda unisex. Schiaparelli, de todas formas, sabe encontrar un genial compromiso entre la comodidad de sus creaciones y la originalidad de las mismas, además de saber combinar diseños sorprendentes, a través de los que define su marca, con otros más ponibles, creando un constante juego entre sencillez y personalidad. Es el caso también de un abrigo tres cuartos que aparece en una ilustración de Pierre Mourgue de 1930³²³ y que termina por encima de la falda cuyo borde acaba, de este modo, sobresaliendo por debajo del abrigo. Es a partir de este momento que los

³²⁰ *Vogue France*, París, junio, 1930.

³²¹ *Ibidem*.

³²² *Vogue France*, París, julio, 1931.

³²³ *Vogue France*, París, marzo, 1930.

abrigo empiezan a poder ser más cortos que las faldas, lo que habría resultado imposible sólo unos pocos meses antes. Es también así, incluso a base de pequeñas innovaciones, que Schiaparelli va creando un nuevo concepto de moda y estética.

A partir de 1931 vemos aparecer varios trajes de línea *soldado de madera* en las páginas de las revistas de moda; en algunos de ellos, la diseñadora vuelve a plantear el contraste blanco y negro. Se aprecia cómo coloca elementos en blanco puro, lo que le permite crear una oposición cromática y luminosa que le quita pesadumbre al negro de los trajes³²⁴. Y es en pos de este concepto, donde el blanco se convierte en el color ideal de los complementos. De hecho, se puede apreciar como muchos figurines y fotografías de esta época nos devuelvan imágenes de trajes o abrigos adornados por pañuelos, bufandas o cuellos de piel enteramente blancos³²⁵. Otro ejemplo de eso lo encontramos en una fotografía de George Hoyningen-Huene en la que se observa como la modelo de Schiaparelli lleve un amplio pañuelo blanco como complemento a un traje de seda gruesa cuyo cuello cae hasta la cintura para dar la vuelta al busto y amarrarse en la parte posterior (cabe destacar, en esta misma foto, el llamativo bolso, tipo *pochette* de asa horizontal, de rabiosa actualidad)³²⁶.

La tendencia de la moda de estos años de presentar una mujer con un atuendo de día que evidencia los hombros, podría interpretarse, con una lectura *a posteriori*, como una toma de conciencia, un deseo de alejarse de la frivolidad para crear una imagen más determinada y enérgica, acorde con las reivindicaciones de la época. Como se indica en *L'Officiel de la Couture et de la Mode* de noviembre de 1933 hablando de la renovación del estilo, «Las mujeres han aceptado, después de la Primera Guerra Mundial, las líneas masculinas, la dureza de la indumentaria, el lado frío y mecánico de la decoración que las rodeaba»³²⁷. No es de extrañar, de hecho, que esta silueta pasase a ser definida como de *soldado de madera*, porque es indudable que, tras esta indumentaria, se esconde una idea de mujer combativa, dispuesta a luchar por ser más visibles y por ver reconocidos sus derechos. La mente va, de hecho, a aquellas mujeres que sustituyeron a los hombres ya que sus maridos estaban en los frentes bélicos de la Primera Guerra Mundial, asumieron responsabilidades antes desconocidas y así tomaron conciencia de su potencial, ahora no quieren volver a ser apartadas como antaño y luchan para encontrar reconocimiento

³²⁴ *Vogue France*, París, mayo, 1931.

³²⁵ *Vogue France*, París, octubre, 1931.

³²⁶ *Ibidem*.

³²⁷ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, noviembre, 1933.

social y de derecho. Estas mujeres que habían encontrado en el anterior estilo *garçonne* una forma juvenil de vestirse, aceptando incluso esta estética masculina.

Está claro que la mayoría de estas mujeres no podían permitirse el lujo de ser clientes de la *Maison Schiaparelli*, a pesar de que Elsa se esforzase de hacer prendas asequibles para todas las mujeres. Sin embargo, es también evidente que este sentimiento va impregnando la sociedad de la época, así que muchas mujeres, aunque perteneciente a una clase privilegiada (nobles, actrices, empresarias etc.), no dejan de ser el reflejo de una época. Es comprensible, entonces, que, a la esfera diurna, le correspondiese la imagen de una mujer fuerte y determinada, mientras que, la estética de noche, más difícil de erradicar, sigue estando asociada a los tradicionales clichés de elegancia. De hecho, asistiremos, dentro de unos pocos años, a uno de los grandes logros de los diseños de Schiaparelli; eso reside justo en el haber conseguido transformar también los trajes de noche, dotándolos de carácter, dejando de lado las frivolidades y desvinculándolos de todo esnobismo social. La mujer de Schiaparelli pasará, entonces, de ser elegante por el propio glamur de un traje, a serlo por su personalidad, aquella personalidad sexy y arrolladora que hay detrás de cada elección, detrás de la elección de una prenda, de un complemento, de una tela, de un estampado, de un bordado etc.

La falda-pantalón es otra gran innovación de Schiaparelli, así como un paso hacia adelante en la liberación de los estereotipos y condicionantes de género. Directa consecuencia de los pantalones anchos pensados para el verano, de los que hablamos con anterioridad, la falda-pantalón es ahora propuesta para la ciudad y todas las épocas del año y es así lanzada al mercado por Schiaparelli en 1931. En realidad, un concepto parecido ya había sido difundido en la década de los años 20, por otros estilistas entre los cuales estaba el mismo Paul Poiret, quien hasta entonces la había planteado sobre todo para mujeres activas. Aun así, no había calado en la sociedad, quizás también debido al concepto exclusivo asociado a la primera generación de modisto. Sin embargo, cuando la propone Schiaparelli incluso llega a tener cierta repercusión mediática. El escándalo llega cuando la tenista Lili de Álvarez se presenta al *North London Tennis Tournament* (Highbury) de 1931 con una de estas faldas-pantalón, desatando las polémicas en el país y también, claro está, unas cuantas manifestaciones de admiración³²⁸. A partir de este momento, se pondrá cada vez más de moda entre las jugadoras de tenis y también se empezará a utilizar como traje de viaje. La prensa británica criticó duramente la

³²⁸ *Ibidem*, p. 81.

introducción de esta prenda en la vida cotidiana considerándola anti-femenina. Incluso el carácter masculino de esta prenda y el rechazo que esta conllevó, hizo que las mujeres, por el simple hecho de llevar una falda pantalón, fuesen automáticamente consideradas lesbianas, con el consecuente rechazo que esto significaba en aquella época³²⁹. Sin embargo, Elsa defiende continuamente su creación; en su autobiografía escribe: «Eran graciosas, femeninas y, a mi modo de ver, menos pretenciosas que las faldas. Por otra parte, en los países en los cuales llevan una vida retirada y están sometidas a restricciones de vario tipo, las mujeres llevan los pantalones, mientras que los hombres se ponen sobre todo túnicas»³³⁰. Ella misma, que solía llevar sus creaciones a diario, será fotografiada en 1935 en el *Hyde Park* de Londres, donde viajaba con frecuencia tras haber abierto su tienda allí, con una falda pantalón conjuntada con una chaqueta y unos zapatos de tacón.

En la edición francesa de *Vogue* de 1931³³¹ se lee que, en el caso de los vestidos de noche, se siguen prefiriendo las líneas verticales, que, hemos de suponer, resulten más glamurosas, mientras que por la mañana y por la tarde la tendencia es la de resaltar la cintura de las mujeres a través de líneas oblicuas que «evidenciarán la reducción del busto en medio de grandes mangas y voluminosos cuellos de piel» y, cómo no, la imagen que ilustra el texto es un traje de chaqueta y falda de Schiaparelli muy ceñido en la cintura, de corte geométrico. El recurso de un cinturón por encima de la chaqueta es muy utilizado por Schiaparelli, como se puede observar en unos figurines de *Vogue*, en los que, además, cabe destacar los cuellos de las chaquetas que se van a cruzar en el pecho para terminar amarrados por botones en la cintura, incluso por debajo del cinturón³³². Por otra parte, un buen ejemplo de vestido de noche de esta época lo publicó la revista *Femina*³³³ al año siguiente: se trata del figurín de un vestido de corte estilo imperio, de líneas fluidas, adornado con un pequeño bolero de armiño blanco rematado con unos tirantes dobles. Otro ejemplo de un elegante conjunto de fiesta, lo encontramos en una fotografía tomada por Edward Steichen y publicada en la edición americana de *Vogue*, que empieza en este momento a seguir de cerca las creaciones de la diseñadora italiana, en la que vemos a una modelo, con posado clásico, que lleva, según pie de foto, «una chaqueta de terciopelo en color morado con hombros acolchados sobre un vestido

³²⁹ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 31.

³³⁰ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 80.

³³¹ *Vogue France*, París, agosto, 1931.

³³² *Ibidem*.

³³³ *Femina*, París, septiembre, 1932.

escotado de crespón satén gris»³³⁴. Se trata exactamente del mismo conjunto que lleva la propia Elsa Schiaparelli en 1931 en St. Moritz, cuando estrena su corte de pelo plateado, tal y como se observa en una fotografía de *Madame d'Ora*³³⁵. En el mismo número de *Vogue USA*³³⁶, George Hoyningen-Huene retrata a la modelo Agneta Fischer con un traje de baño entero tejido a mano de Schiaparelli que presenta un cinturón. El año 1931 nos deja otro hito importante del diseño de moda: la colaboración de Schiaparelli con el pintor Jean Dunand; fruto de este encuentro afortunado es el famoso vestido de noche largo con unos pliegues en la parte delantera pintados de color lila. Este vestido, conjuntado con una capa de plumas, fue el que llevó Elsa para una sesión fotográfica que le hizo Man Ray en 1934.

En 1932 pasa a ocupar la segunda planta del edificio de *Rue de la Paix* y la tienda incorpora el título: *Pour le sport, Pour la ville y Pour le soir*; la decoración corre a cargo, una vez más, de Jean-Michel Frank que crea para ella un característico ambiente, parecido al de un barco. Incluso la guía de París escrita por las hermanas Bonney en la cual se indicaban las tiendas a la moda en las cuales ir de compras³³⁷, hace referencia a la tienda de *Rue de la Paix*, un salón en blanco y negro con algunos muebles diseñados por Jean-Michel Frank. El carácter informal y elegante a la vez es perfectamente interpretado por el ilustrador español Eduardo García Benito, quien, en una imagen que realiza este año para *Vogue*, nos presenta a dos mujeres en un campo de polo; una de las dos, en concreto, lleva un traje beige a juego con una chaqueta corte del mismo color y, como complementos, lleva un pañuelo azul, colocado a modo de lazo, y un gorro de color salmón. En lo que al estilo de la moda se refiere destaca el refinamiento de las prendas de ambas mujeres y el contexto deportivo, subrayado por la presencia de un jugador de polo. Por otra parte, en lo que al aspecto más plástico de la ilustración se observan algunas características del estilo de García Benito, como el aspecto esquematizado de las figuras,

³³⁴ *Vogue USA*, New York, noviembre, 1931.

³³⁵ BERENSON, Marisa, *Elsa Schiaparelli's Private Album*, op.cit.

³³⁶ *Vogue USA*, noviembre, 1931, op.cit.

³³⁷ DILYS, E.Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 16.



Schiaparelli, traje de día, hacia 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Man Ray, retrato de Elsa Schiaparelli, 1933, tirada al gelatino-bromuro de plata (solarized).

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

casi sintético, y el alargamiento de las mismas, aunque alejado de la rigidez geométrica que lo caracterizó en el Art Decó³³⁸.

Un traje de noche muy refinado es también aquello en blanco y negro que aparece en una fotografía de *Madame D'Ora*³³⁹ publicada en 1932 en la que se aprecia por primera vez un bolero (negro) Schiaparelli conjuntado con un vestido blanco. El hecho de poner chaquetas o boleros a juego con los trajes de noche será una constante en el tiempo para la diseñadora y una de las características de se marca de fábrica.

De 1932 nos queda quizás una de las fotografías más famosas de Elsa Schiaparelli que fue realizada por Hoyningen-Huené³⁴⁰, quien en esta época trabajaba con ella, en la que la vemos retratada con un vestido blanco y un vistoso cuello de plumas, con las manos cruzadas a la izquierda de la composición y el rostro mirando hacia el lado opuesto. En la foto se aprecia el corte de pelo de los años treinta que refleja el espíritu de la mujer de aquel momento. La renombrada casa de peluqueros parisinos *Antoine*³⁴¹, que había lanzado el estilo *garçon* de los años veinte, se reinventa ahora y se adecua a la tendencia del pelo corto a la altura de las orejas (lejos de las convencionales melenas antiguas), ondulado rizado, de unos rizos muy definidos, y femenino (muy distinto estilo *garçon*). Hombros y espaldas quedan al descubierto desvelando un cierto gusto por el mundo clásico³⁴², como queda patente en el conocido retrato que le

³³⁸ Eduardo García Benito (Valladolid, 1891-1971) fue uno de los ilustradores del mundo de la moda durante el periodo Art Decó más reconocido y apreciado de España, ya que trabajó el extranjero (Nueva York y París). Con su estilo geométrico de herencia cubista, con sus imágenes aparentemente sencillas y hechas a base de colores planos, supo representar el mundo desenfadado y extravagante de aquel entonces, deleitándonos con imágenes exquisitas, delicadas y que parecían pintadas a ritmo de jazz. En la sociedad de los años veinte, las mujeres adquieren un rol primordial en el avance hacia la modernidad, y eso se refleja también en las ilustraciones de García Benito en la mayoría de las que las mujeres, de aires sofisticados y orientalizantes, son las auténticas protagonistas. Realizó portadas para las revistas de Condé Nast y trabajó como ilustrador en general para las parisinas *Femina* y *La Gazette du Bon Ton* o las neoyorquinas *Life*, *Vogue* y *Vanity Fair*. Además, hizo dibujos, figurines y pinturas al óleo, como el conocido retrato de Paul Poiret y su esposa Denise Boulet.

³³⁹ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, abril, 1932.

³⁴⁰ *Vogue France*, París, septiembre, 1932.

³⁴¹ Antoine (1885-1976) fue un peluquero polaco, afincado en Francia, que, tras empezar con el renombrado *Salon Antoine* en la calle Cambon en París, acabó abriendo varios salones, hasta 121. Se dio a conocer por inventar el corte de pelo a lo *garçon* que se puso muy de moda en los años veinte. Entre sus clientas destacan: Joséphine Baker (quien fijaba sus rizos con clara de huevo, así que parecían pintados), Sarah Bernhardt, Eleonora Duse, Coco Chanel, Elsa Schiaparelli, Edith Piaf, Brigitte Bardot.

³⁴² *Vogue France*, París, diciembre, 1933.

hace Man Ray a Schiaparelli en el cual la retrata sobreponiendo su cabeza a un torso de estética clasicista. Podemos observar como la mujer lleva un sorprendente corte de pelo laqueado, creado por *Antoine*, que causó sensaciones cuando Schiaparelli lo estrenó en 1931, en versión plateada, durante unas vacaciones en St. Moritz, como relata ella misma³⁴³ y como indicado con anterioridad en el presente estudio.

Como reconocimiento a su gran aportación al mundo de la moda, unos años después, en diciembre de 1936, un traje de día *soldado de madera* de Schiaparelli, con chaqueta de bolsillos altos y dos grandes botones de cierre, será elegido como portada de la revista *Mode pratique*³⁴⁴. Ha de notarse, además, como el nombre de la publicación remita claramente a aquellos planteamientos de comodidad que caracterizaban el estilo Schiaparelli desde sus inicios.

De 1932 es un retrato de Schiaparelli que el diseñador italiano Elio Costanzi (1913-1985)³⁴⁵ hace como homenaje a la diseñadora (ver ficha del muestrario) ya que trabaja para la *Maison* en estos momentos. El propio Costanzi, con respecto a Schiaparelli, dijo en una charla en la *Accademia della Moda e del Costume* de Roma: «*Todo aquello que*



Portada de la revista *Mode pratique-Françoise*, en la cual aparece una modelo con un traje de día de Schiaparelli, 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.

³⁴³ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 82.

³⁴⁴ *Mode pratique*, París, 5 de diciembre, 1936.

³⁴⁵ Elio Costanzi nace en Orvieto (Italia) en 1913 y, a partir de la década de los 30, trabaja para varias casas de moda, tanto en Italia como en Francia, entre las que se cuentan las de Patou, Lanvin y Schiaparelli. Paralelamente a su labor como diseñador de moda, trabaja para el vestuario teatral estando en estrecho contacto con el fotógrafo del Futurismo italiano, Anton Giulio Bragaglia y colaborando con la compañía de ballet del ucraniano Serge Lifar. Como ilustrador y redactor trabaja para revistas de moda como *Femina*, *Vogue*, *Esquire*, entre otras. Desde 1936 comienza a dedicarse al mundo del vestuario cinematográfico de la mano de directores de la talla de Vittorio De Sica, Dino Risi, Roberto Rossellini, Giuseppe De Santis, Lina Wertmüller, Mauro Bolognini etc. Al diseño de escenografía y, sobre todo, de vestuario, se dedica de manera casi exclusiva durante las décadas de los 40 y 60, llegando a rodar muchísimas películas italianas. Entre los largometrajes en los que trabajó destaca *Dos mujeres* (1960) de De Sica, para cuya interpretación Sophia Loren recibió en 1962 el Premio Óscar a la Mejor Actriz Protagonista, además de contar con muchos otros reconocimientos como aquel del Festival de Cannes o de la Academia del Cine Italiano. En la última etapa de su vida se ha dedicado a la labor docente siendo profesor en la *Accademia della Moda e del Costume* de Roma hasta su fallecimiento, acontecido en 1985.

no es Schiap no existe, éste era el eslogan que invadió el mundo después de los tristes acontecimientos de la crisis del 29 [...] Sus mujeres, extremadamente excéntricas en los colores y la línea sinuosa, alegre e incomparablemente agradable, se convirtieron en una manera de ser».

3.6. De 1933 a 1934: la arquitectura de las formas y los doce mandamientos para las mujeres

Desde agosto de 1933, Schiaparelli combina entre sí formas geométricas con una extraordinaria sencillez que se ajustará al cuerpo femenino del modo más natural posible. La arquitectura de las formas no desaparece, al contrario, es en este año cuando aparecen las formas aerodinámicas que se apoderan de todo el cuerpo, desde el cuello hasta los pies, pasando por supuesto, por las muy conocidas mangas. A pesar de la incesante defensa de la sinuosidad de cuerpo femenino, en su autobiografía, Schiaparelli declara: «No hay que adaptar nunca el vestido al cuerpo, sino hay que acostumbrar el cuerpo a que se adapte al vestido»³⁴⁶. Con esta frase, yo entiendo que la modista no estaba poniendo en duda su principal precepto, sino, a nuestro entender, recordaba a sus clientas que la creación es libre y sigue otros cánones que no son aquellos de la belleza y estética convencionales. La verdad, luego, era otra: que eran sus creaciones que se amoldaban a los volúmenes de sus clientas y era por esto que las mujeres vestían Schiaparelli.

En 1933, la modista presenta unos trajes de llamativas mangas aerodinámicas, inspiradas en el fuselaje de los aviones, hechas a base de volantes más o menos rígidos; (unos años después, en 1937, la actriz y bailarina Ginger Rogers será fotografiada con un abrigo negro de terciopelo de Schiaparelli con hombreras en forma de fuelle). En ocasiones, también introduce boleros con mangas cuadradas y con forma de acordeón a juego con jersey bordado y falda alargada y entallada, como en el caso del conjunto que lleva la actriz Arletty en la película *Je te confie ma femme* de 1933. Finalmente, para hacer otro ejemplo, embellece con unas alas de pico vertical un vestido que lleva Daisy Fellowes³⁴⁷, una de sus clientas más importantes, adelantándose al motivo de las “alas”

³⁴⁶ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 279.

³⁴⁷ En el mes de agosto de 1933 la amiga y clienta de Elsa Schiaparelli, Mrs. Daisy Fellowes, es nombrada editora de *Harper's Bazaar* encarnando el mito de la moderna mujer de éxito. Conocida diva del mundo de la moda francesa, Daisy Fellowes era una de las mujeres más influyentes en la sociedad parisina de la época no solo por su trabajo de editora y escritora, sino también por su extraordinaria fortuna debida a que era una de los herederos de Singer, inventor de la máquina de coser, lo que le permitió ser todo un icono de la moda dentro de la élite francesa.



Izquierda: La actriz Arletty (Léonie Bathiat) en la película *Je te confie ma femme* (1933) con un vestido de marcadas hombreras de Schiaparelli.

Derecha: Elsa Schiaparelli, dibujos de traje de hombreras que recuerdan el fuselaje de los aviones, 1933.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



que será muy recurrente en 1934. La tendencia a poner en evidencia las mangas es típica de esta época. En la edición francesa de *Vogue* de octubre de 1932, dedican dos páginas a comentar las mangas que, en ocasión de la apertura del *Salon de la Mode* de París, se han convertido en protagonistas. De hecho, se lee en la revista: «Se podría decir que, en esta temporada es la manga que hace al vestido. Ellas atrapan directamente la mirada por su volumen y, a menudo, por sus telas y colores diferentes». A continuación, sigue explicando que las variantes son múltiples, desde aquellas abullonadas, hasta las que simulan una capa etc. En el caso del abrigo en cuestión, de Schiaparelli, la originalidad consiste en que estas mangas las encontramos en un abrigo, que se entiende que debería durar más tiempo que cualquier otra prenda sujeta a la temporalidad y volatilidad de la moda.

El vuelo transatlántico de Charles Lindbergh³⁴⁸ inspira a la modista italiana otra prenda de fuerte carácter futurista (es decir que interpreta con



Dos modelos con abrigos y complementos de Elsa Schiaparelli, destaca a la izquierda de la fotografía el abrigo *Aviatrix*, 1934-1935.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

³⁴⁸ Charles Lindbergh (1902-1974), en 1927, fue el primero en realizar un vuelo directo, sin escalas, desde Long Island (NY) hasta París, cruzando en solitario el Océano Atlántico.

optimismo los avances tecnológicos), el abrigo *Aviatrix*³⁴⁹ que celebra la modernidad y los logros del ser humano. Además, le interesa también anotar el papel de la mujer en este ámbito, así que en 1936 veremos a una modelo de excepción: la aviadora inglesa Amy Mollison retratada con un traje blanco de Schiaparelli. Una vez más, la diseñadora demuestra su sensibilidad con el universo de la mujer, dando visibilidad a una aviadora cuyo mérito ya no es sólo el haberse distinguido en su campo (que para cualquier otro individuo de sexo masculino podría ser suficiente), sino el haberlo hecho en un mundo de hombres tan cerrado como era, y en parte aún sigue siendo, el de la aviación.

Esa mirada hacia el mundo varonil y su asimilación a la esfera femenina, llevan a Elsa a acercarse a las formas, a los cortes militares, líneas que pronto la convierten en la primera diseñadora de moda en lanzar la *línea militar* para la indumentaria femenina³⁵⁰. En los vestidos de la serie de 1933, en los que celebra con optimismo la tecnología, además, vuelven a aparecer las cremalleras (utilizadas por ella una primera vez en los trajes de noche de 1929), aquellos instrumentos de la costura poco valorados porque no correspondientes a los cánones de bellezas y estética tradicionales.



Vestido de *celofán* de Schiaparelli, hacia 1940.

Fuente: BAUDOT, François, *Elsa Schiaparelli, Universe Publishing*, Nueva York, 1997.

En esta época Schiaparelli investiga también acerca de los tejidos, con un claro deseo de romper moldes. Utiliza seda, crespón, rayón³⁵¹, látex, texturas arrugadas, flexibles y elásticas, *Celofán*³⁵², tejidos casi transparentes y fibra de vidrio para algunas de sus famosas capas o lentejuelas de cristal o rhodoid para los bordados. En el número de septiembre de 1933, por ejemplo, la vemos posando para *Vogue USA*³⁵³, delante de la cámara de George Hoyningen-Huene, vistiendo un traje de tela acolchada a juego con una chaqueta capeada de mismo tejido. Este tejido acolchado volverá a estar presente unos años después en una portada de *Vogue*³⁵⁴, cuando el ilustrador Georges Lepape dibujará a una mujer con un abrigo

³⁴⁹ El término *aviatrix* indica el femenino de *aviador*.

³⁵⁰ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

³⁵¹ El rayón, que se llamó inicialmente con la denominación de “seda artificial” o “seda de madera”, por el hecho de estar realizado partiendo de celulosa, fue la primera fibra artificial y fue usado por primera vez en 1924.

³⁵² *Femina*, París, abril, 1934. El *Celofán* es una película de celulosa que fue inventada en 1908 por el suizo Jacques E. Brandenberger. En 1924 *DuPont* construyó la primera planta norteamericana de *Celofán* difundiendo este material en todo el mundo.

³⁵³ *Vogue USA*, New York, septiembre, 1933.

³⁵⁴ *Vogue France*, París, agosto, 1938.

de este estilo, mirando al mar, con un sombrero de ala ancha en las manos. De todas formas, es sin duda el tejido crespón de rayón arrugado lo que representa ya no sólo un producto muy original, si no también uno de los más duraderos ya que constituye el antecedente del tejido arrugados, de aire *vintage*, en ocasiones, que se utilizan mucho en la actualidad. Se trata de una tela parecida al crespón satén que ella ya usaba y con la que seguirá trabajando mucho a lo largo de su carrera. Se inspira, posiblemente, en el diseñador español Mariano Fortuny, para proponer un vestido que recuerda el *Delphos*³⁵⁵. El de Schiaparelli está confeccionado, sin embargo, en crespón de rayón y tiene formas sinuosas y sensuales: su vestido, dotado de hombreras, no cae de forma azarosa encima del cuerpo, sino el propio tejido le suministra una estructura. En cuanto al tejido usado para este vestido, tomará el nombre de *Écorce d'arbre*, es decir, *Corteza de árbol*, por el hecho de estar ligeramente arrugado (crespón), como si de una corteza de árbol se tratara; por otra parte, la chaqueta con la que se conjunta, de acabado también “arrugado”, es de tafetán, un tejido más rígido, menos suave que el crespón de rayón y de urdimbre más grueso, que se caracteriza por tener un punto de brillo. Incluso los estampados eran originales en las creaciones de Schiaparelli, y a menudo remitían a otros materiales, reforzando la idea surrealista de mezcla de elementos y cambios de texturas. Corteza de árbol, papel de periódico, partituras musicales, cualquier cosa puede ser fuente de inspiración para la diseñadora italiana, sobre todo si re-interpretada bajo la luz de modernidad. María José Mir Balmaceda escribe al respecto: «Podría desprenderse [...] la gran admiración que Elsa tenía por el desarrollo tecnológico, tal vez producto de la impresión que le causaron los futuristas en su adolescencia»³⁵⁶.

Ya tres años antes, en *Vogue USA*, enero, 1930, New York, se había publicado un artículo con finalidad comercial en el que se indicaba el



Andrè Durst, fotografía con capa Rhodophane de Schiaparelli, hacia 1935.

Fuente: WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris Fashion*, Rizzoli edition, Nueva York 1986.



Vestido de rayón y crêpe de chine de Schiaparelli, 1933.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

³⁵⁵ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, op.cit.

³⁵⁶ MIR BALMACEDA, María José, *La moda femenina en el París de entreguerras*, op.cit., p. 118.

interés que despertaba el rayón en Elsa Schiaparelli que es tomada en consideración como icono de estilo a nivel internacional. El artículo se titula *Alegría y elegancia combinan en el exquisito rayón*. En el texto se lee: «El rayón es como los tiempos en los que vivimos – alegre, coloreado, luminoso. [...] Schiaparelli con instinto infalible ha diseñado este conjunto [...] De gran elegancia e interés es el material empleado, rayón de seda y lana [...]. Para usar debajo (del abrigo), Schiaparelli sugiere su famoso vestido “delantal” en crepé de rayón negro. [...]». Esto demuestra que Schiaparelli es para Estados Unidos un ejemplo de buen gusto y modernidad, alegre y elegante, como el rayón... y los tiempos en los que vivían.

La moda que se desarrolla entre las dos Guerras Mundiales en la *Maison Schiaparelli* está especialmente liberada de los clichés anteriores y está dispuesta a arriesgar y a relacionarse con las artes visuales o con la literatura para experimentar el sueño del *arte total* y poner en práctica los ideales de libertad formal y conceptual. Sin embargo, más allá de su evidente vinculación con el arte que a lo largo del presente trabajo se ha intentado explicar y demostrar, creemos que es también necesario situar a Schiaparelli dentro del contexto de la alta costura que la rodea. Desde luego, lejos de los convencionalismos mundanos del París de esta décadas, muchas mujeres optaban por resaltar sus encantos de forma no convencional y preferían acudir a la *boutique* de Chanel o Schiaparelli más que a aquellas, más tradicionales, de Vionnet, Lanvin o Patou³⁵⁷. Independientemente de los extraordinarios objetos surrealistas que ella y su *atelier* lanzaron al mercado y que tuvieron un éxito y un impacto importante, creemos que es fundamental reflexionar sobre los cambios de visión estética que sus creaciones han conllevado hasta llegar a nuestros días en forma de provocación de Gaultier o Galliano entre otros. En efecto, es en este momento cuando Elsa Schiaparelli define ya para siempre su estilo.

En su autobiografía aparecen los conocidos *Doce mandamientos para las mujeres*; estos representan una buena herramienta a partir de la cual podemos resumir y sintetizar el estilo de Elsa Schiaparelli para lograr entender en qué consisten sus aportaciones al mundo de la moda:

1. Muchas mujeres no se conocen a sí mismas y deberían intentar hacerlo.
2. Una mujer que compra un vestido costoso y lo modifica, a menudo con resultados desastrosos, es una despilfarradora y una loca.

³⁵⁷ *Ibidem*.

3. La mayor parte de las mujeres (y de los hombres) no ve los colores. Deberían pedir consejo.
4. Recordad: el veinte por ciento de las mujeres tiene un complejo de inferioridad. El setenta por ciento cultiva ilusiones.
5. El noventa por ciento tiene miedo de ser vistosa y de lo que dice la gente, así que compra un traje gris. Deberían osar y ser diferentes.
6. Las mujeres escuchan y quieren críticas y consejos oportunos.
7. Deberían elegir los vestidos solas o en compañía de un hombre.
8. No deberían nunca hacer compras junto a otra mujer, quien, a veces de forma consciente y a menudo no consciente, tiende a ser recelosa.
9. Deberían comprar pocas cosas y solo las mejores o las más económicas.
10. No hay que adaptar nunca el vestido al cuerpo, sino hay que acostumbrar el cuerpo a que se adapte al vestido.
11. Una mujer debería hacer la mayoría de sus compras en un único lugar donde es conocida y respetada, sin precipitarse aquí y allá probando toda nueva moda.
12. Y debería saldar sus cuentas³⁵⁸.

A través de esta especie de manual de buenas prácticas relacionadas con el mundo de la moda, podemos intentar sintetizar el estilo de Elsa Schiaparelli, indicando los elementos que caracterizaron sus creaciones e hicieron de su firma un icono de los años treinta y cuarenta hasta el punto qué, toda mujer que podía permitírselo, aspiraba a tener un vestido Schiaparelli.

¿Cómo es posible que las mujeres de la alta sociedad parisina quisiesen pasear por el *Bois de Boulogne* con un sombrero en forma de zapato? Se pregunta Natalia Aspesi³⁵⁹ que en la prefación a la edición italiana de la autobiografía de Schiaparelli comenta «Que las mujeres, por muy intelectuales que fuesen, se volvieran locas por aquel sombrero, o por otros, en forma de tintero o chuleta de carnero, no es cierto, sin embargo ciertamente corrían para vestirse en la *Maison Schiaparelli* no tanto por las referencias surrealistas, sino porque los modelos de la señora italiana, de hombros rectos y cintura marcada, favorecían también a las figuras menos esbeltas»³⁶⁰. La silueta *soldado de madera* posiblemente sea

³⁵⁸ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 279.

³⁵⁹ *Ibidem*. La periodista italiana, Natalia Aspesi, hizo la prefación a la edición italiana de la autobiografía de Elsa Schiaparelli.

³⁶⁰ *Ibidem*, p. 9.

la respuesta. Las líneas airosas y frescas de principios de siglo que habían significado la libertad de la mujer del corsé, permitían lanzarse en bailes desenfadados. El *Charleston* conllevó una cierta libertad en las costumbres e hizo la felicidad de muchas mujeres, entre ellas las famosas *flappers* de *los locos años veinte* que con sus vestidos de flecos exhibían la libertad lograda lanzándose en bailes vivaces. Este estilo, basado en las faldas cortas, que se introducen por primera vez en 1925 constituyendo un revulsivo para la sociedad de la época, cintura muy baja, línea recta y holgada y zapatos de tacón alto, fue considerado irreverente por algunos³⁶¹. Al final de la década de 1920, muchos diseñadores lo consideraban el fin de la elegancia y la gracia femeninas y buscaron soluciones intermedias, como, por ejemplo, proponer vestidos asimétricos: de faldas cortas, hasta las rodillas, en la parte delantera y con una larga cola en la trasera³⁶². De hecho, el ideal andrógino dominaba tanto el panorama estadounidense como el europeo y las mujeres empezaron a cortarse el pelo y a fumar libremente. Este estilo masculino típico de los años veinte y de la estética Art Decó, lo vemos plasmado, por ejemplo, en las pinturas de Tamara de Lempicka, en las cuales aparecen mujeres con corte de pelo a *la garçonne* y sombreros *cloché* de la típica forma acampanada³⁶³. En la ola de esta emancipación, en 1919 las mujeres americanas obtienen el derecho al voto y en 1928 lo logran también en Gran Bretaña. Esto significa que, en estos años, se está asistiendo a unos importantes cambios sociales, y estos se visualizan y reflejan inevitablemente también en la imagen de una mujer diferente, libre y sin complejos, audaz y que se atreve, para hacer un ejemplo concreto, con la versión que la modista hace del tradicional e icónico sombrero tirolés³⁶⁴. Dos años después, Cecil Beaton diseñará para *Vogue* algunas de las creaciones más originales de Schiaparelli e incluirá un conjunto tirolés (cinturón, bolso y guantes) y una faja con flores tiroleses bordados. Llama la atención el interés que despierta el Tirol en el repertorio figurativo de Elsa, lo que posiblemente se deba a sus orígenes italianos y al contacto con el norte de Italia que comparte el Tirol con Austria³⁶⁵. Cecil Beaton, en ocasiones, dibujaba los complementos para *Vogue*, de hecho, hay que recordar que hasta los años 40's era frecuente que las creaciones de moda se publicasen

³⁶¹ CERRILLO RUBIO, Lourdes, *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*, op.cit.

³⁶² LAVER, James, *Breve historia del traje y la moda*, op.cit., p. 241.

³⁶³ NERET, Gilles, *Tamara de Lempicka*, Ediciones Taschen, Barcelona, 2001.

³⁶⁴ *Vogue France*, París, noviembre, 1933.

³⁶⁵ Esta referencia al sombrero tradicional de la zona italiana del Tirolo es una de las poquísimas que la diseñadora hace al mundo de los trajes tradicionales europeos, de hecho, su interés se centra más en prendas exóticas como el caftán o el sari, mientras que el traje tradicional tiene poca cabida en sus creaciones.

en las revistas especializadas a través de dibujos y menos a través de fotografías. Cecil Beaton era polifacético; se dedicaba al Diseño de Moda a la vez que a los decorados teatrales, a la coreografía a la vez que a la pintura y, por supuesto, a la fotografía, no porque fuera lo que más le gustase, sino porque era lo que le permitía de vivir entre todas sus aficiones. De todas formas, es llamativo ver cómo estos intereses confluyen en su fotografía que se ve influenciada por el teatro y la pintura de una manera muy evidente. Su labor como fotógrafo le dará fama universal, sobre todo como fotógrafo de moda. Cecil Beaton, a lo largo de su carrera, pasa por varios momentos, como es lógico, sin embargo, sus fotografías siempre transmiten una atmósfera de ensoñación. La época por la que es mayoritariamente conocido es su etapa surrealista, y de hecho de su labor como fotógrafo de moda y de su relación con Schiaparelli y el Surrealismo, se hablará en el presente estudio más adelante. De momento, recordamos algunas de sus fotografías icónicas como aquella de 1934 en la que vemos a la cabeza de la modelo saliendo de una bola de cristal (la finalidad es enseñar un sombrero Panamá), u otra de 1938 en la que vemos a la condesa Palfy tumbada en el suelo, en una esquina, completamente desubicada y desorientada (podríamos hablar, posiblemente, de un precedente de la serie de *Portraits in a corner* que Irving Penn empezará a realizar a partir de 1948).

Elsa Schiaparelli es sin duda el fruto del espíritu independiente y renovador que caracteriza a las mujeres de su época y el estilo que propone, a pesar de alejarse mucho de las formas de los años veinte, se adapta perfectamente a las necesidades de la nueva mujer emancipada que no quiere renunciar a la seducción. Para los trajes de día propone unas formas rígidas que, sin embargo, están en claro contraste con aquellas holgadas en boga en los *Locos años veinte*. Y como respuesta a los vestidos anchos que ocultaban las curvas naturales del cuerpo femenino, Schiaparelli opta justo por lo contrario y lanza con fuerza las curvas, elogia la sensualidad de la mujer, como se puede ver en muchas ilustraciones de *Vogue*³⁶⁶. Además, en ocasiones, resalta la silueta y la cintura, jugando con las abotonaduras que pueden hasta seguir una línea en zigzag (¿reminiscencias futuristas?), desde el escote hasta las caderas³⁶⁷. Para los vestidos de noche, por otra parte, propone una línea sinuosa que siga los volúmenes del cuerpo y deja la espalda al descubierto a través de un pronunciado escote posterior. Con sus vestidos tanto de día como de noche, Elsa exalta las curvas del cuerpo de las mujeres evidenciando su natural forma de reloj de arena. Las fuertes hombreras grandes y rectas, la cintura estrecha y las faldas alargadas y

³⁶⁶ *Vogue France*, París, agosto, 1931 y *Vogue France*, París, octubre, 1931.

³⁶⁷ *Vogue France*, París, diciembre, 1931.



Cecil Beaton, retrato de Elsa Schiaparelli, 1934.

Fuente: banco de imágenes de internet.

tableadas ajustadas a las caderas y sin mucho vuelo rompen con la androginia anterior y devuelven a las mujeres las formas y la femineidad perdida.

Schiaparelli lanza por primera vez las hombreras, las faldas tableadas y las espaldas escotadas, elementos todos ellos que aún hoy en día se consideran invenciones suyas. Además, hace una clara apuesta por resaltar la silueta del cuerpo de la mujer, de ahí su obsesión, y hasta, diríamos, su mirada morbosa y fetichista, compartida, por cierto, con toda su generación, por el cuerpo de Mae West (1893-1980) y su famosa silueta en forma de reloj de arena³⁶⁸. Sin duda, la década que por excelencia Elsa Schiaparelli protagoniza es la de los años treinta; durante estos años, reelabora e innova el estilo de la década anterior, sentando las bases de

la estética posterior, la de los cuarenta, a la cual sólo Dior dará un vuelco definitivo con el lanzamiento del *New Look*, otra revolución en el mundo de la moda.

Atraída por el *tweed* inglés y las múltiples posibilidades y combinaciones que ofrecía, en esta época viaja a menudo a Londres y visita unas cuantas fábricas de tejidos³⁶⁹. Es en 1933 cuando, de hecho, abre, en *Upper Grosvenor Street*, una filial en la capital inglesa, meca indiscutible del sector textil en Europa. La paleta de Schiaparelli, en este momento, se hace más intensa y la bicromía del blanco y negro, aún no abandonada, se combina con colores vivos, intensos y brillantes. Piezas sueltas, como boleros o capas de colores, se unen a vestidos lineales y de rigurosos tonos negros o blancos. Serán sobre todo estos trajes de sastre o abrigos oscuros, a veces de astracán³⁷⁰, que, a pesar de que llevaba ya algunos años proponiéndolos, empiezan ahora a cosechar un gran éxito y contribuyen a disparar la fama de la modista. Lo que más se aprecia de su indumentaria es que sabe ser práctica y favorecedora a la vez y que usa influencias orientales, árabes e hindú que gustan mucho y empiezan a estar presentes a partir de 1934 para tener mucho protagonismo en 1935.

³⁶⁸ En aquel momento, como ahora, el mundo del cine ejercía una enorme influencia sobre la moda y los estilos de vida. Hay muchos iconos de estilo que son auténticos referentes incluso para los diseñadores de moda. Mae West fue una figura muy influyente también en este sentido.

³⁶⁹ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit. p. 88.

³⁷⁰ *Vogue France*, París, septiembre, 1930.

En 1934, según escribe Palmer White, comienza «el primero de cinco años de innovación sin igual»³⁷¹. Una explosión de creatividad: vestidos conjuntados con americanas de corte masculino empiezan a aparecer en este momento y seguirán presentes en las colecciones de Schiaparelli durante varios años (véase la foto de André Durst de la colección de primavera de 1937 que se comentará más adelante); cuellos rectos, tipo chino, rematados con botones dorados y, en ocasiones desmontables, se van a colocar encima de vestidos de noche³⁷²; chalecos largos y, quizás lo más sorprendente, los boleros de noche, aparecen lujosamente bordados. Es en este año cuando diseña una blusa rasgada en la parte posterior³⁷³. Esta vez la espalda es dejada al descubierto ya no por un glamuroso traje de noche, sino simplemente por una blusa de día en la que ha aparecido una abertura posterior, como si se hubiera abierto por un golpe de aire, o, como diría Palmer White³⁷⁴, como si le hubieran salido alas. Es que en 1934 muchas creaciones de Schiaparelli presentan esas aberturas paralelas que recuerdan las alas y el vuelo de los pájaros, lo que se podría interpretar como una versión renovada de las líneas aerodinámicas de 1933. Un ejemplo de estos volúmenes lo tenemos en la ilustración de Alexandre Iacovleff en la que se aprecia un vestido de noche muy ceñido al cuerpo cuya falda presenta en la parte posterior dos largos volantes verticales³⁷⁵ (la imagen nos indica que el vestido puede ir acompañado por una capa de muselina fruncida); una silueta parecida la encontramos también en otro vestido de noche que se aprecia en una fotografía de la época: tanto en el escote, como en la parte posterior de



Elsa Schiaparelli, blusa rasgada en la parte posterior, 1934.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Elsa schiaparelli, chaqueta de tafetán, 1934.

Fuente: banco de imágenes de internet.

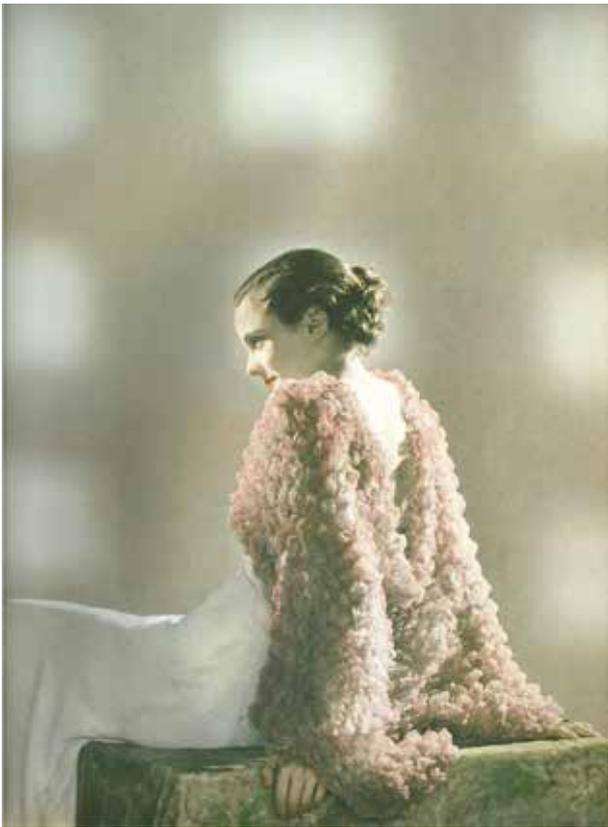
³⁷¹ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

³⁷² *Femina*, París, octubre, 1934.

³⁷³ *Ibidem*.

³⁷⁴ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

³⁷⁵ *Vogue France*, París, enero, 1934.



Dora Maar, capa de tulle de Schiaparelli, 1934.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

la falda, el tejido aparece sobrar y genera unos vuelos³⁷⁶. Estas protuberancias las encontramos también en la parte delantera de las prendas cómo se puede ver en *Vogue*³⁷⁷ donde se reseña una chaqueta de tafetán cuyas solapas se abren delante del pecho, como dos alas que corren de arriba abajo, simulando las antiguas chorreras barrocas. Tampoco ha de olvidarse un modelo que se publica en *Vogue*³⁷⁸: una blusa de mangas de pernil, inspiradas en aquellas de finales del siglo XIX, y cierre delantero drapeado a base de volantes que terminan en un faldón fruncido, una pieza de lo más experimental y acorde con la moda de aquel año que se decantaba por mangas anchas de las formas más dispares, como, por ejemplo, aquellas que se pueden ver en el misma publicación de Jeanne Lanvin. Un corte muy parecido volverá en 1935 cuando aparecerá en

*L'Officiel de la Couture et de la Mode*³⁷⁹ un traje de día de Schiaparelli de línea *soldier* en *moiré* azul marino y de escote delantero fruncido.

De este año es también un tocado azul con un velo que, en vez de cubrir los ojos o la cara entera, tapa sólo nariz y boca, al estilo del velillo *Harem* de 1914 citado con anterioridad. Como si de una mascarilla con glamur se tratara³⁸⁰, este complemento delata el lado más misterioso y creativo de Schiaparelli, de hecho aparecerá publicado, junto a otras creaciones, en un artículo titulado *Elogio de la fantasía*³⁸¹. En este texto se defiende la creatividad y la originalidad, ya no sólo como motor de la moda, sino como motor del mundo (no falta una referencia a los surrealistas) y, frente a la tendencia de los franceses

³⁷⁶ *Excelsior Modes*, n°18, París, 1933.

³⁷⁷ *Vogue France*, París, abril, 1934.

³⁷⁸ *Vogue France*, París, diciembre, 1934.

³⁷⁹ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, enero, 1935.

³⁸⁰ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, septiembre, 1934. Se trata de una imagen que, procesada en tiempos de COVID-19, no deja de resultar sorprendentemente actual.

³⁸¹ *Vogue France*, París, octubre, 1934.

de la época a ser bien pensantes y conservadores, se lanza una invitación a dejarse llevar por la fantasía y, por qué no, por un toque de locura.

Con respecto a las telas, se lee en *L'Officiel de la Couture et de la Mode*: «jersey a surquitos, tweeds, crespones de seda y *cloqués* en seda, en *rayonne*, terciopelo, cellophane, fibra de vidrio tirado; rasos flojos y rígidos; tela gruesa, algodones estampados; tul nuevo llamado *cosmic*; puntillas de hilo»³⁸². Llama la atención lo que viene indicada como «fibra de vidrio tirado», que, traducido literalmente del francés *tissu verre filé* puede leerse como un tejido parecido a chiffon, tulle u organdí. Se trata de lo que se llamará el *rhodophane*, un tejido tan transparente y aparentemente frágil como lo es el vidrio. Con este material, por ejemplo, está confeccionado una especie de delantal colocado por encima de un vestido de satén azul (fotografía de Hoyningen-Huene, aproximadamente de 1933)³⁸³ así como una capa que encontramos en una fotografía de André Durst de 1935.

Siguiendo con el tema de materiales y tejidos, de este año es también un abrigo con cierres de charol³⁸⁴, un vestido de novia de satén blanco encerado³⁸⁵, un vestido rosa de crespón de rayón o la famosa capa de tulle³⁸⁶ ajustada en el pecho y ancha y flotante en la espalda (fotografiada en versión rosa por Dora Maar) o una chaqueta negra en celofán de gran atractivo³⁸⁷. 1934 es también el año en el que la *Maison* lanza la línea “sirena”³⁸⁸ para los trajes de noche: una gran novedad dentro del mundo de la alta costura, una propuesta sobria y elegante, el vestido *Sirena*, así llamado por la forma de la falda que, a la altura de los pies, se abre ligeramente como si de la cola de una sirena se tratara y que resaltaba el cuerpo de la mujer. La tela que utiliza es el crespón de rayón con acabado *Écorce d'arbre*, que vimos en 1933 para el vestido marrón, sin embargo, ahora se aprecia que la línea ha cambiado y la falda se ha vuelto más larga, abriéndose en la parte inferior. Otro traje



Elsa Schiaparelli, vestido sirena, 1934.

Fuente: banco de imágenes de internet.

³⁸² *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París diciembre, 1934.

³⁸³ “ ‘Schiap’, une des reines de la couture parisienne, perd aux cartes mais gagne dans la vie”, en *Samedi soir*, París, 9 de junio, 1951. Artículo sin firma.

³⁸⁴ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, noviembre, 1934.

³⁸⁵ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, septiembre, 1934.

³⁸⁶ *Vogue France*, París, junio, 1934.

³⁸⁷ *Femina*, París, abril, 1934.

³⁸⁸ *Vogue France*, París, enero, 1943.

sirena lo confecciona este mismo año con una tela parecida a aquella acolchada utilizada con anterioridad, lo que otorga al vestido una mayor rigidez; en este caso el vestido es conjuntado con un bolero blanco. La modelo de la fotografía de Hoyningen-Huene posa como si estuviera en la costa, arrimada a lo que parecen unas rocas, justo como si fuera una sirena, eso sí, muy sofisticada y refinada.

En este año salen a la venta hasta tres perfumes de la *Maison*: *Soucis*, *Salut* y *Schiap*. «Tres estados de ánimo», como decía el eslogan. *Soucis* es una fragancia de notas especiadas, con aroma a sándalo, bergamota y naranja; *Salut* y *Schiap*, sin embargo, tienen acordes principalmente florales. Los frascos de los perfumes de la *Maison* son, hasta el momento, sin duda elegantes, pero sin aquellos elementos tan innovadores que los caracterizarán en el futuro. Aun así, en nuestra opinión, el frasco más bonito de entre las primeras fragancias de la casa Schiaparelli es *Salut*. Se trata de un frasco de líneas geométricas y rectas, en concreto con forma de pirámide truncada, diseñado por Jean-Michel Frank y que venía dentro de una caja de corcho en forma de paralelepípedo. De este modo, se generaba un juego de volúmenes muy en línea con el Diseño de Mobiliario que Frank realizaba. De todas formas, al margen de las notas aromáticas o los frascos, hay que subrayar que los perfumes de Schiaparelli representan para nosotros un pretexto también para recordar a los grandes ilustradores que trabajaron para ella, ya que representan creaciones importantes dentro de la historia de la Ilustración y del Diseño Gráfico. De hecho, algunos de los más renombrados ilustradores, sobre todo franceses, de la época, trabajaron para diseñar las publicidades y los carteles, sobre todo a partir de 1940, destacando Marcel Vertès³⁸⁹ o Raymond Peynet³⁹⁰. Muy interesante es la campaña publicitaria que se hizo para *Salut* para la que se utilizó la fotografía más que en el caso de otros perfumes. El tema recurrente de las tomas realizadas por la extraordinaria *Reina de la Leica*, Ilse Bing, es el de una chica durmiendo entre lirios. La fotógrafa dota de un

³⁸⁹ Marcel Vertès (1895-1961) fue un pintor e ilustrador de orígenes húngaros que vivió entre París y New York. Se le conoce sobre todo por los trabajos que realizó para la revista *Vogue* durante 1930 y 1940. Ilustró todos los perfumes de la Casa Schiaparelli, así que se conocen muchas publicidades de esta *Maison* hechas por él.

³⁹⁰ Raymond Peynet (1908-1999) fue un dibujante, diseñador gráfico e ilustrador francés conocido sobre todo por los personajes de su creación llamados *Les amoureux*, de los que hablamos con anterioridad. Él mismo relató que, en 1942, estando sentado delante del quiosco de música del parque de la ciudad francesa de Valence, imaginó a un violinista de pelo largo tocando mientras una chica le escuchaba. Fue así como nacieron sus célebres personajes que acabaron en postales, sellos, pañuelos etc. dando la vuelta al mundo. Incluso, en los años 50, Peynet firmó un contrato con la empresa italiana Lenci para producir unas muñecas inspiradas en estos personajes. El quiosco del parque de Valence se llama hoy en día *Quiosco Peynet* y es monumento histórico desde 1982. En la actualidad hay cuatro museos (dos en Francia y dos en Japón) dedicados a *Les amoureux* de Peynet.

aire surrealista a la composición, ya no sólo gracias al carácter onírico que le otorga, sino también en virtud de un tipo de solarización con la que ella trabajaba y que se diferenciaba bastante del proceso utilizado por Man Ray y Lee Miller.

1934 es para Elsa el año de las primeras creaciones de carácter surrealista, también llamadas *accessoires miniatures* para indicar que se trataba de miniaturas de objetos reales y cotidianos. Un ejemplo de estas primeras creaciones es representado por el cinturón, conservado actualmente en el *Metropolitan Museum de Nueva York*, lanzado en el otoño de 1934, cuya hebilla tiene la forma de dos manos que se estrechan, trabajando el tema de las manos que estará muy presente en sus creaciones futuras (ver ficha del muestrario). Este tipo de cierres decorativos ya se usaban en la época victoriana e indicaban el compromiso y la fidelidad, mientras que para Schiaparelli el encanto de las manos reside en su valor más surrealista de vehículo de comunicación no verbal.

La fama de Elsa Schiaparelli en este momento es tal y tanta que, tanto la portada de *Vogue USA* de abril de 1934³⁹¹, como la de agosto del mismo año³⁹² presentan ilustraciones, respectivamente de Carl Erickson (Eric) y Eduardo García Benito, inspiradas en modelos de línea *soldier* de Schiaparelli, así como en el uso de colores vivaces y de gorros anchos, típicos en ella. Además, en el agosto de 1934 Elsa Schiaparelli es incluso portada del *Time*, lo que representa un importante reconocimiento por la sociedad estadounidense: se habla de ella como el «árbitro de la ultra moderna alta costura»³⁹³ y Elsa Schiaparelli se convierte así en la primera mujer del mundo de la moda a ser portada del *Time*.

Desde 1933 hasta 1939 Schiap realiza vestidos para más de treinta películas inglesas, americanas y francesas. Durante un tiempo, con la intención de echar a andar su negocio londinense, se muda a Londres, donde frecuenta el ambiente intelectual así como el más elegante y refinado, encontrándose, en muchas ocasiones, con artistas, actores y directores de cine como el mismo Griffith, entre otros³⁹⁴.



Portada del Time, agosto, 1934.

Fuente: banco de imágenes de internet.

³⁹¹ *Vogue USA*, New York, abril, 1934.

³⁹² *Vogue USA*, New York, agosto, 1934.

³⁹³ *Time*, New York, 13 de agosto, 1934. Créditos de la portada: Stevens Rockwell.

³⁹⁴ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 91.



Plaza Vendôme.

Fuente: banco de imágenes de internet.

3.7. 1935: la llegada a la *Place Vendôme*

En 1935 la modista abandona el *atelier* de París en *Rue de la Paix*, que le resultaba excesivamente reducido, para abrir una nueva *boutique* en el número 21 de la eternamente glamurosa y elegante *Place Vendôme*. Se trata de un año clave ya que es cuando se va forjando una iconografía muy personal e identificativa de la *Maison*, (aunque no todos los diseños se realizarán este año) y se aprecia cómo empiezan a cobrar forma algunas creaciones que la llevarán al éxito. «A la sombra de Napoleón», utilizando una expresión suya³⁹⁵, Schiaparelli dará vida a una de las casas de moda más importante de la época.

El pintor y amigo Étienne Drian le dedica una poesía para celebrar el momento:

«La Caprichosa golondrina
Que nos viene de Italia,
A la sombra de Napoleón
Encaramada en su kazoo,
Sabe construir unos nidos extraños.
¿Broma o genialidad?
Revolviendo la moda,
Ella la viste de locura
Y firma – Schiaparelli!»³⁹⁶.

³⁹⁵ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 92.

³⁹⁶ *Ibidem*, p. 92.

La fórmula que Elsa plantea para su nuevo negocio es *Listo para llevar*, lo que le permite cosechar rápidamente grandes éxitos. Es el triunfo del *prêt-à-porter* y Schiap se vuelve rápidamente una de las principales defensoras de este concepto revolucionario: en su nueva tienda entran tanto piezas de alta costura, como los suéteres y las blusas, las faldas y las chaquetas³⁹⁷. Y, para resaltar la elegancia y originalidad de la *boutique*, es el amigo Jean-Michel Frank, en colaboración con Alberto Giacometti, quien se encarga una vez más de la decoración: diseña una extraordinaria jaula dorada para albergar a los perfumes de la *Casa Schiaparelli*. En la *Place Vendôme*, además, había obras de arte, entre las cuales destacan una escultura y una mesita diseñados por Giacometti y que se aprecian en unos retratos de Schiaparelli que se tomaron en su propio *atelier*³⁹⁸.

«La *boutique* de Schiap se convirtió en una de las atracciones de París. Los turistas venían para inmortalizarla, usaban sus últimas fotografías para congelarla en una imagen antes de volver a su casa. La *boutique* asumió el rol que le correspondía, convirtiéndose, junto con la *Torre Eiffel*, los *Inválidos*, el Palacio de *Versailles* y las *Folies Bergère*, en un símbolo más de París»³⁹⁹. La llegada a la *Place Vendôme* marca un hito en la vida de Elsa que, desde que había abandonado los Estados Unidos dejando a sus espaldas un matrimonio fracasado y llevándose consigo a su hija Gogo, entonces enferma, empieza a mirar la vida con otros ojos. El éxito es extraordinario y se prolongará hasta 1939, cuando las ventas



Atelier Schiaparelli en Place Vendôme, Paris, 1935.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



Interior de la boutique de Schiaparelli en Place Vendôme, con la jaula para los perfumes de Jean-Michel Frank, Paris, 1935.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

³⁹⁷ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

³⁹⁸ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

³⁹⁹ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 94.



Foulard (izqda.) y corbata (dcha.) de Schiaparelli con estampado de papel de periódico, 1936.

Fuente: (Izqda.) DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

Fuente imagen derecha: banco de imágenes de internet.

bajarán notablemente como consecuencia del estallido de la Segunda Guerra Mundial.

A pesar del *eslogan* escogido por la diseñadora para inaugurar su nueva tienda «Bonita indumentaria para el trabajo»⁴⁰⁰, la *boutique* de Schiaparelli se caracteriza por las creaciones extravagantes y originales, introduciendo en el mundo de la moda un fuerte componente creativo y provocador. Sus creaciones invitan a la reflexión acerca de la estética y la idea de belleza y rompen clichés; en definitiva: crean un nuevo estilo.

El 5 de febrero de 1935 Schiap presenta su primera colección en la nueva *boutique*. El título esta vez es: *Párate, mira y escucha*, siendo un vestido muy llamativo aquello de

tafetán azul que presenta una cremallera decorativa de plástico en diagonal en la parte frontal. La prensa comenta esta revolución en el campo de la moda con estas palabras: «La colección de Schiaparelli pone en tela de juicio el vocabulario. Las modas parisinas comparan la monarquía con la república»⁴⁰¹. A nuestro entender, en este fragmento, se compara la Monarquía, representada por la entonces reina de la moda, Coco Chanel, con la República, Elsa Schiaparelli, considerada un revulsivo respecto al pasado. Es en este momento cuando Elsa lanza una de las creaciones que mayor fortuna tuvieron a lo largo de la historia de la moda: un tejido en algodón y seda con páginas de auténticos periódicos impresos (ver ficha del muestrario). Una influencia que está muy presente en algunos de los diseños de Schiaparelli de este año es aquella que viene del ámbito militar⁴⁰². Ya el hecho de que la silueta de sus trajes fuese apodada *soldado de madera*, deja clara esta referencia, así como el aire marcial de sus trajes rígidos y de hombreras marcadas y recta⁴⁰³. De todas, formas, a parte este caso, también se observan influencias militares en

⁴⁰⁰ *Ibidem*, p. 94.

⁴⁰¹ Esta frase es citada por Schiaparelli en su autobiografía (p. 94 de la edición italiana), pero faltan las referencias bibliográficas, las cuales, al día de hoy, se desconocen.

⁴⁰² *Vogue France*, París, septiembre, 1935.

⁴⁰³ Esta estética queda patente en una ilustración de Christian Bérard publicada en *Vogue France*, París, septiembre, 1935.

el diseño de unas gorras con plumas⁴⁰⁴, en la presencia de bordados que recuerdan galones entorchados⁴⁰⁵, en guarniciones de cuero que recuerdan bandoleras⁴⁰⁶, así como en algunos cierres de alamares de abrigos o chaquetas⁴⁰⁷. La estética militar ejerce su encanto sobre la modista, hemos de suponer por la firmeza de sus líneas y por el lujo de detalles de bordados, insignias, cintos etc. de hecho las uniformes de los principales países europeos derivan del terno a la francesa, puesto de moda por Luis XIV, una indumentaria específica para la realeza y los miembros de la corte, compuesto por chaleco, casaca y calzones, de aire sólido y elegante. Con respecto a los bordados, tradicionalmente estaban más presentes en la indumentaria masculina que en la femenina, como es el caso de las levitas de corte militar, sobre todo aquellas de las uniformes de gala que presentaban ricos bordados de hilo de oro.

Otra influencia interesante en esta colección de Schiaparelli es la de la cultura hindú: fascinada por la elegancia de la princesa Karam, Elsa presenta un vestido inspirado en el sari de las mujeres hindúes⁴⁰⁸ que es representado magistralmente por el ilustrador Eric⁴⁰⁹. Confeccionado en tafetán de vivos colores y fileteado con hilos de oro, en su parte superior, podía llegar también a cubrir la cabeza como si fuera un velo y así lo llevan tanto la propia Elsa en una foto que le hizo Roger Schall bajando de un coche para acudir a un evento y Nush Eluard en una fotografía de Man Ray de la que hablaremos más adelante. Este tipo de vestido resulta muy interesante porque, apelando a una estética alejada de la idea de elegancia occidental, rompe todos los esquemas planteando una importante revolución en el mundo de la moda y siguiendo la estela dejada por Paul Poiret. Cuestionan el lenguaje



Elsa Schiaparelli con una odelo en su atelier en Place Vendôme, Paris, 1935.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁴⁰⁴ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, enero.

⁴⁰⁵ *Vogue France*, París, octubre, 1935.

⁴⁰⁶ *Femina*, París, abril, 1935.

⁴⁰⁷ *Vogue France*, París, septiembre, 1935, op.cit.

⁴⁰⁸ El sari o shari es una prenda que es utilizada por las mujeres en India, Pakistán, Bangladesh; Maldivas; Sri Lanka y Nepal. Se trata de una única tela sin costura, finamente bordada y de vivos colores, que se envuelve magistralmente alrededor del cuerpo, lo que evidencia el elegante drapeado haciendo que resulte muy femenina. Se lleva a juego con unos pantalones bombachos que cubren las piernas por motivos religiosos. En el caso del sari de Schiaparelli, estos pantalones no están ya que tampoco se trataba de un sari original, sino de un vestido con costuras que se inspiraba en la estética del sari.

⁴⁰⁹ *Vogue France*, París, abril, 1935.



Schiaparelli, traje de noche, hacia 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.

de la moda occidental, así como los fundamentos de la industria de la moda, a favor de la artesanía tradicional. Sabemos, en efecto, lo importante que resultan ser por Schiaparelli los bordados como prueba de su interés hacia las técnicas más tradicionales del mundo de la moda. Este respecto lo demuestra desde sus inicios ya que confió en una mujer armena la realización de sus jerséis sabiendo que parte del encanto residía justo en la técnica empleada por la mujer. Además, la artesanía hace que cada pieza sea única, lo que añade valor a una creación, más aun siendo de alta costura⁴¹⁰. Así que en 1935 vemos cómo se alternan creaciones más sólidas, como sus célebres trajes, a diseños de líneas suaves, como aquellos recién mencionados inspirados en el sari. Por lo general, en estos momentos, la suavidad de sus vestidos, a veces también de inspiración clásica, son para la noche, mientras que los aires marciales son para el día, especialmente adecuados para la mujer trabajadora y reivindicativa. De este año es también un vestido que, por su sencillez, puede recordar el corte griego clásico, un *quitón* actualizado, en lo que a los volúmenes se refiere. Este vestido presenta, como nota original, una faja que se puede soltar para quedar como una pequeña cola al lado del cuerpo y que puede, si así se desea, llevarse en la mano con elegancia, o bien envolverse alrededor del escote o incluso del cuerpo, lo que otorga a la prenda un toque drapeado. Un vestido que cosechó varios éxitos y que encontramos en muchas fotografías y revistas de la época⁴¹¹. Confeccionado en crespón de varios colores, se trata de una creación de las más intemporales de Schiaparelli y que incluso podría ser llevada en la actualidad. Como prueba de su modernidad, mencionamos el hecho de que la *Maison* lo volverá a confeccionar en la década de los 50, sin apenas modificaciones,

⁴¹⁰ La relación entre artesanía y alta costura es muy interesante y pertenece a la época contemporánea cuando, tras los éxitos seriales del concepto de *listo para llevar* industrial se empieza a buscar un lenguaje auténtico y único. El buen hacer de las sastrerías y de los talleres de bordados es un elemento clave de la alta costura. Así lo supieron interpretar los famosos modistos italianos que, en la década de los 80 supieron hacer revivir la alta costura tras su crisis histórica. Armani, Versace o Ferré hicieron una apuesta clara por la artesanía y por el producto *Made in Italy*. Quizás en la actualidad sería el momento de volver a preocuparse por este modelo basado en el buen hacer de los artesanos ya que el coloso chino nos impone sistemas y formas de trabajo muy cuestionables bajo múltiples puntos de vista.

⁴¹¹ *Vogue France*, París, junio, 1935.

cómo podemos apreciar, por ejemplo, de la publicación que aparece en *Vogue Pattern*⁴¹² de 1954.

Obviamente, a pesar de los éxitos de otros diseños, la línea *soldado de madera* sigue siendo la protagonista del *atelier* y con ella las hombreras y los cinturones que, en este momento más que nunca, junto a otros complementos, adquieren una importancia notable. Cinturones, bolsos, tocados, sombreros y hasta quitasoles, son cuidadosamente estudiados por la diseñadora que presenta creaciones muy divertidas.

Con respecto a los cinturones, en la década de 1930 se convierten en un complemento que aporta «una nota moderna. Así que se puede prever como Schiaparelli se distinga bien en este campo»⁴¹³ y diseña cinturones de varias hechuras: de cuero, con hebilla en forma de nudo o con doble asas que sobresalen al frente; de charol blanco; asimétricos, cuyo tamaño va variando según gira alrededor de la cintura; de celofán transparente, que pretenden camuflarse en el conjunto; de seda, tipo faja etc.⁴¹⁴.

Con respecto a los bolsos, también hay mucha variedad, desde aquellos que tienen forma piramidal⁴¹⁵, pasando por aquellos cuya empuñadura transversal en forma de aro permite llevarlo por la muñeca, como una pulsera⁴¹⁶, hasta llegar a unos muy planos que recuerdan las carpetas de los oficinistas⁴¹⁷.

Con respecto a los tocados, además de proponer colores como el dorado o el rosa, lanza también unas formas muy originales ya que se parecen a pequeños cojines⁴¹⁸ o a platos planos sostenidos por cintas alrededor de la cabeza⁴¹⁹. La forma de estos tocados planos nos recuerda aquella de los cubre cabezas de muchas *tanagras*⁴²⁰ que solían representarse con una especie de sombrero en forma de plato con un pico en la extremidad (aunque los tocados de Schiaparelli no traen este pico). Desconozco si puede haber habido influencias en este sentido, pero lo cierto es que Elsa vivió un tiempo en Londres y en 1935 pasa mucho tiempo allí, debido a sus negocios. Ya que hay unas *tanagras* en el *Museo Británico*

⁴¹² *Vogue France Pattern*, París, enero, 1954. Se trata de páginas agujereadas que venían con los patrones, los dibujos y las fotos de ciertas prendas y que las revistas, tras comprar ciertos derechos, podían incluir en sus páginas para uso y disfrute de las costureras y de los sastres.

⁴¹³ *Femina*, París, enero, 1935.

⁴¹⁴ *Ibidem*.

⁴¹⁵ *Femina*, París, mayo, 1935, op.cit.

⁴¹⁶ *Vogue France*, París, septiembre, 1935.

⁴¹⁷ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, noviembre, 1935.

⁴¹⁸ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, noviembre, 1935, op.cit.

⁴¹⁹ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, enero, 1935.

⁴²⁰ Figuras griegas de terracota. Son típicas de la región de Beocia y, sobre todo, de la ciudad de Tanagra, que, de hecho, les da el nombre por el que se las conoce. Son de finales del siglo IV a. C.



Elsa Schiaparelli, paraguas, 1935.

Fuente: banco de imágenes de internet.

de Londres, no sería de extrañar que ella las hubiera visto y la hubiesen inspirado para sus tocados. De hecho, las citas al pasado son constantes en sus creaciones, como, por ejemplo unas redecillas para el pelo que propone siempre en 1935 y que son muy parecidas a las goyescas, aunque, en ocasiones, vayan adornadas con pelo de zorro u otros elementos decorativos⁴²¹.

Con respecto a sombreros y gorros, los hay de todo tipo: inspirados en las capotas del XIX en paja azul que cierran, debajo de la barbilla, con un generoso lazo⁴²²; los hay como turbantes “abiertos” que se pueden colocar de varias maneras⁴²³ y que inspirarán una bonita portada de *Vogue* dibujada por Carl Erickson (Eric)⁴²⁴, y luego vemos bonetes de fieltro con plumas de avestruz⁴²⁵, gorros de lana que se elevan por encima de la coronilla formando unos pliegues y unas arrugas de lo más extraño⁴²⁶... En fin, hay que reconocer

que Schiaparelli no nos aburre en absoluto con sus cubre cabezas debido a la increíble variedad de formas que propone, ya no sólo en 1935, sino hemos de reconocer que esta característica la acompañará durante toda su carrera profesional ya que, si hay un tipo de complemento en el que sus diseños destacan sobremanera, éste es sin dudas el sombrero.

Con respecto a los paraguas, finalmente, llaman la atención los bastones largos y la forma de sombrillas antiguas, tipo victoriano, completas de volantes fruncidos de lo más coqueto e ilustrados por Van Dongen («no se trata propiamente de paraguas de bolsillo», se ironiza en la publicación)⁴²⁷.

En la *Union française des arts du costume* con sede en París, se encuentra una carpeta con figurines de Schiaparelli cuya fecha indica que pueden ser alrededor de 1935 y que son parte de una donación que hizo *Vogue France* en 1983. Resulta especialmente interesante ver estos dibujos en el marco de este estudio sobre la originalidad de las

⁴²¹ *Femina*, París, septiembre, 1935.

⁴²² *Vogue France*, París, febrero, 1935.

⁴²³ *Vogue France*, París, septiembre, 1935.

⁴²⁴ *Vogue USA*, New York, septiembre, 1936.

⁴²⁵ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, enero, 1935, op.cit.

⁴²⁶ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, noviembre, 1935, op.cit.

⁴²⁷ *Femina*, París, mayo, 1935, op.cit.

creaciones de Elsa Schiaparelli ya que se aprecian unas ideas novedosas (algunas de ellas no se llegaron a realizar) y que ejercieron una gran influencia en las generaciones venideras de diseñadores de moda. Entre los dibujos en cuestión, se encuentran algunas piezas interesantes que se describen y comentan a continuación. Encontramos un tocado en forma de máscara (estilo veneciano) que le da a la modelo un curioso aire a Jano bifronte y un broche extra grande en forma de mariposa (que recuerda aquel de 1952). Me llama especialmente la atención un vestido de día con un estampado de sobres de correo que podría estar en la línea de aquel de periódico que tanta notoriedad le dio a la diseñadora. Aunque no me consta que este estampado finalmente se llegase a producir, ni que este vestido se haya realizado, hay que mencionar dos vestidos posteriores que podemos relacionarlos con este figurín. Uno es un vestido de 1939 en cuya tela vemos unas golondrinas llevando en su pico cartas (de este vestido hablaremos más adelante), y otro, de 1954, está confeccionado con un estampado de paquetes de semillas de flores que pueden recordar la estética de unas postales (más que nada, supongo, debido a que los propios paquetes de semillas de aquel entonces debían tener una forma parecida a los sobres de correo). Otra cosa que llama la atención es la visera transparente que el figurín lleva puesta; una pieza pensada para ser realizada posiblemente en celulosa que en la década de los sesenta propondrá en varias ocasiones Pierre Cardin, cosechando grandes éxitos. Muy irónico es sin duda un sombrero con un pájaro bien asentado en él, simulando un nido en la cabeza que recuerda otro del mismo año en el que la copa del sombrero es sustituida por una jaula completa de pajarito⁴²⁸. Está claro que muchos complementos, como éste, que sorprenden de



Elsa Schiaparelli, vestido con estampado de sobres de semillas, 1935.

Fuente: metmuseum.org



Elsa Schiaparelli, vestido con golondrinas llevando en su pico unas cartas, 1939.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁴²⁸ *Illustrated London News*, London, 1939.

manera especial (como también, por ejemplo, el tocado en forma de chuleta de carne del mismo año), servían también para llevar al límite la creatividad y empujarla hasta el extremo (algo parecido a lo que pasó con las pelucas en el siglo XVIII). Además, la primera mitad del siglo XX es testigo de cómo la extravagancia estaba a la orden del día, y esta extravagancia tenía cabida también en las numerosas fiestas de disfraces, o excéntricas, que se solían organizar con frecuencia en una ciudad como París que, hasta 1940, vivió un fervor sin iguales. A modo de ejemplo, se pueden citar las famosas fiestas que organizaba el conde Étienne de Beaumont (diseñador de moda, pintor etc.) y su esposa Edith en su palacio de la *Rue Masseran* de París. Coco Chanel y Schiaparelli diseñaron, respectivamente, decorados para la sala de fiestas y vestidos para sus invitadas. Es el caso de la vizcondesa Benoist d'Azy que fue a uno de estos bailes de máscaras como la *Venus* de Botticelli gracias a Schiaparelli quien le confeccionó el vestido que, obviamente, tenía que simular la piel para dar la idea de que estuviera desnuda, mientras simulaba su nacimiento saliendo de una especie de concha gigante. Amante incondicional de las extravagancias, la propia Elsa Schiaparelli fue fotografiada en varias ocasiones con unos disfraces muy divertidos, destacando dos entre todos: en una ocasión fue fotografiada por Robert Doisneau con un sombrero de enormes proporciones en forma de barco de papel; otra vez la vemos con plumas y un tocado en forma de pico de ave, mientras participa a una fiesta organizada en 1952 por el célebre modisto Jacques Fath en el castillo De Courbeville.

Dentro de la carpeta se encuentra también un figurín con un cubre cabeza de estampado de papel de periódico que debió servirle de referencia a Cecil Beaton cuando dibujó para *Vogue* una página entera de complementos de Schiaparelli⁴²⁹. Además de todo lo indicado anteriormente, se encuentran varios dibujos de complementos embellecidos con mariposas, tema que retomará más adelante, en una colección muy conocida de 1937. De todas formas, estos bocetos demuestran que ella ya estaba trabajando a este tema, como mínimo dos años antes. Ha de notarse que 1935 es también el año de la primera colaboración que Schiaparelli hace con Salvador Dalí: una caja para los polvos compactos en forma de teléfono.

Es en este momento cuando Elsa decide emprender un viaje a Italia para reencontrarse con su familia y hacer que Gogo, su madre, su hermana y sus sobrinas, estén por fin juntas. De este viaje a Italia habla largo y tendido en su autobiografía⁴³⁰, en efecto, además de la alegría que siente por haberse reencontrado con antiguos amigos y familiares, cuenta

⁴²⁹ *Vogue USA*, New York, abril, 1935.

⁴³⁰ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 106.

que aprovecha la ocasión para entrar en contacto con el ambiente cultural y artístico romano y conocer de cerca las experiencias que se estaban llevando a cabo allí, así como los nuevos tejidos que en el sector textil se estaban utilizando. Sin embargo, lo que mayormente la sorprende, y negativamente, es el cambio político que en los últimos años se había dado y, en concreto, el ascenso al poder de Benito Mussolini. En más de una ocasión, durante su estancia, relata haber tocado con mano la falta de libertad de expresión, así como la sensación de estar controlado en todo momento, que se vivía en Italia en aquella época⁴³¹. Su rechazo al régimen fascista fue tal

que, cuando Mussolini quiso encontrarla, ella se negó rotundamente, lo que le costará la prohibición de entrar en Italia cuando, unos años después, querrá ir a visitar a una amiga enferma. Otra cosa que le llama la atención y la entristece mucho es el atractivo, por supuesto engañoso, que el fascismo italiano estaba ejerciendo sobre un número elevado de jóvenes; de hecho, los preceptos que difundía se basaban en un concepto que, en sus palabras «resultaba sin duda atrayente por estar planteado en nombre de la juventud»⁴³². En nuestra opinión, se podría incluso leer detrás de esta declaración también una cierta crítica al ambiente del segundo Futurismo cuya vinculación con el fascismo es evidente en esta fase.

En noviembre de 1935, Schiaparelli viaja a Rusia como única representante de la alta costura francesa y lo hace con una delegación del país en ocasión de la *Feria de muestras de la industria ligera de Francia*. Le habían encargado diseñar un traje para la mujer soviética. La cosa, inevitablemente, desató la hilaridad de muchas personas que, identificando su estilo con libertad y atrevimiento, difícilmente asociaban su estética y concepto de mujer con los preceptos soviéticos⁴³³.



Salvador Dalí y Elsa Schiaparelli, caja para los polvos compactos en forma de teléfono, 1936.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁴³¹ *Ibidem*, p. 108.

⁴³² *Ibidem*.

⁴³³ *Ibidem*, p. 109.

De hecho, en junio de 1936, como testimonio de este viaje, aparece, en la revista *Vogue*⁴³⁴, una caricatura realizada por el artista mejicano Miguel Covarrubias (1904-1957)⁴³⁵. En ella se ven a Stalin y Schiaparelli conversando mientras descienden en sus respectivos paracaídas. El pie de foto indica lo siguiente:

Stalin: «¿No puede dejar en paz a nuestras mujeres?».

Schiaparelli: «Ellas no quieren que las deje en paz. Ellas quieren lucirse como todas las mujeres del mundo».

Stalin: «¡Cómo! ¿Igual que estas mujeres sin caderas, sin busto, espantapájaros de vuestra moribunda civilización? Usted subestima los serios objetivos de la mujer soviética».

Schiaparelli: «Usted subestima su natural vanidad».

Stalin: «Tal vez sea mejor cortarle el paracaídas».

Schiaparelli: «Un centenar de otros modistos me remplazarían».

Stalin: «En este caso, ¡Corte mis cuerdas!»⁴³⁶.



Covarrubias, viñeta publicada en *Vogue*, 15 de junio de 1936.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

En esta viñeta se hace patente el concepto de la femineidad y los estereotipos que caracterizaron al régimen estalinista. Schiaparelli, en este contexto, representa la alternativa posible, la encarnación de un nuevo tipo de mujer: emancipada y anticonformista. El dictador soviético, por otra parte, defiende la imagen de una mujer entregada a la causa socialista, entendida en conformidad con las ideas políticas del líder ruso, austera y depurada de frivolidades innecesarias. Es evidente que es difícil imaginar dos personalidades más contrastadas que Stalin y Schiaparelli, representando dos modelos y conceptos opuestos.

⁴³⁴ *Vogue USA*, New York, junio, 1936.

⁴³⁵ Miguel Covarrubias (1904-1957) fue un artista polifacético mexicano muy reconocido tanto en su país como en el extranjero. Fue caricaturista, dibujante, ilustrador, diseñador teatral, pintor e investigador ya que hizo varios estudios sobre Antropología y Etnología, siendo autodidacta en estas disciplinas. Antifascista y de ideas políticas de izquierda, realizó algunas caricaturas políticas, como aquella en la que aparece Schiaparelli, sin embargo, sus ideas no siempre impregnaban sus obras. Su producción resiente mucho de las influencias estéticas del arte mexicano y son muy coloristas y expresivas. Trabajó para *Vanity Fair*, *New Yorker* y *Fortune*, entre otras. Muy conocida fue su serie de *Entrevistas imposibles*, de las que hablaremos más adelante en el presente trabajo, y que inspiran la caricatura de Schiaparelli y Stalin.

⁴³⁶ *Ibidem*.

En lo relativo a la esfera de lo femenino y, en concreto, de la indumentaria, según relata Schiaparelli, las prendas de la mujer soviética eran demasiado voluminosas y respondían solo a criterios de pragmatismo y eficiencia. Como si de una uniforme se tratase, en efecto, todas llevaban lo mismo: pesadas faldas de lana que llegaban por debajo de las rodillas, voluminosos abrigos oscuros del mismo corte que aquellos de los hombres, pañuelos negros atados en la cabeza y pesadas botas que tapaban sus gemelos y las protegían del frío cortante⁴³⁷.

Los preceptos difundidos por Stalin alababan una figura de mujer que se identificaba con aquella de origen campesino: devota y entregada a la familia y al trabajo. Una idea que no dejaba sitio al lujo y ni tan siquiera a la libertad del individuo, a favor de una austeridad universalizada e impuesta desde arriba a la sociedad. Esta idealización de la vida doméstica a la vez que del trabajo en los campos o en las fábricas, quedó plasmada en las obras propagandistas del *Realismo socialista* finalizadas a exaltar los principios del estalinismo⁴³⁸. La aniquilación de las individualidades a favor de la colectividad, uniforme e indiscriminada, conlleva el aborrecimiento de cualquier signo de distinción así como de expresiones de la personalidad de cada uno, entrando en conflicto con los principios relativos a la personalidad designados por la moda⁴³⁹. Mientras que, en el resto de Europa, durante los años veinte y treinta, las vanguardias contribuyen a modificar la mentalidad de la sociedad dando la vuelta al tradicional concepto artístico, en Rusia la visión estalinista, tanto del arte como de la sociedad al servicio del estado, evoca unos ideales completamente opuesto limitando de forma drástica la libertad de expresión y frustrando la creatividad.

En la colección del verano de 1936, volverá a sorprender con indumentaria en contraste con los ideales soviéticos. Aquí vemos por primera vez a una mujer con unas faldas que se hinchan al andar y recuerdan aquellos paracaídas que tanto le habían llamado la atención en su viaje a Rusia. «Las mujeres que seguían esta moda, cuando se movían, parecían flores flotantes encima del agua. Una vez más, justo lo que no



Elsa Schiaparelli, dibujo para falda-paracaídas, 1936.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁴³⁷ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 111.

⁴³⁸ VINCA, MASINI, Lara, *L'arte del Novecento*, op.cit.

⁴³⁹ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.



Schiaparelli, sombrero de mujer tipo bombín, 1936.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

esperaba la Rusia soviética»⁴⁴⁰. Siempre fiel a su estilo e innovadora como siempre, Schiaparelli apuesta por una prenda cómoda y fácil de llevar, de estética sobria, aunque elegante, como demuestra la chaqueta que propone como complemento a la falda. Jugando con el rol de las mujeres y las apropiaciones de género, en la primavera de 1936, Schiaparelli presenta también un bombín para mujeres (inspirado en el político estadounidense de orígenes irlandeses, Al Smith), que queda reflejado en una fotografía de moda de Man Ray de 1936⁴⁴¹. Sus sombreros son el buque insignia de un concepto tan innovador como irreverente, audaz como provocador y se caracterizarán siempre por aportar personalidad y carácter a las prendas más que por acompañarlas como simples complementos.

En noviembre de 1936, el fabricante textil británico *William Hollins & Co.* lanza el fruto de la colaboración con Schiaparelli empezada unos meses antes: su nueva gama de treinta y seis *Schiaparelli Viyella Fashion Fabrics*. Unos estampados diseñados por la modista italiana para el tejido inglés patentado con el nombre de *Viyella*⁴⁴². El objetivo, que por cierto se cumplió, es volver a poner de moda este tejido bastante prosaico y trasnochado y para esto se utiliza la imagen de Schiaparelli porque estaba asociada a lo moderno, a la última tendencia. Esto se logró también gracias a una serie de anuncios muy alegres que se divertían dándole a la *Viyella* unas formas originales: de perro, de piezas de ajedrez, de bolsillos etc. Además, en ocasiones, se publicaban frases de la propia Schiaparelli exaltando la *Viyella* y sus cualidades como la inalterabilidad en el tiempo. Un encargo de carácter sobre todo publicitario que debió resultar bastante divertido a la propia Elsa que además de que eso le permitiera alcanzar

⁴⁴⁰ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit. p. 120.

⁴⁴¹ *Harper's Bazaar USA*, New York, abril, 1936.

⁴⁴² La *Viyella* es un tejido de lana y algodón (que podría recordar la franela) que se inventó en 1893 en Inglaterra y que se utiliza sobre todo para las camisas. Se considera el primer tejido de marca del mundo y se caracteriza por su patrón de cuadros, típicamente inglés. El nombre fue registrado por primera vez como marca comercial en 1894 y posteriormente en Estados Unidos en 1907.

cierto éxito en Gran Bretaña, a partir de este momento incorpora la *Viyella* a sus materiales de trabajo habituales⁴⁴³.

3.8. De 1936 a 1938. Las revistas de moda

En 1936 Elsa Schiaparelli viaja a Nueva York, donde su estilo triunfa. En una entrevista publicada en el *New York Times*⁴⁴⁴, declara que las mujeres deberían tener un guardarropa más bien escaso, dando prioridad a la calidad antes que a la cantidad. En su opinión, prendas indispensables son: un abrigo de piel, un traje de *tweed*, un traje negro, un vestido de seda, cuatro sombreros o tantos como se pueda, seis pares de zapatos y cuantos complementos sean necesarios. Concede a Estados Unidos la licencia para diseñar algunos de los renombrados bolsos de malla metálica, al estilo de las cotas de malla de la Edad Media, llamados *mesh bags*, para la nota marca *Whiting & Davis Co.*⁴⁴⁵. Resultado de esta colaboración es, por ejemplo, un bolso de mano en miniatura, de malla metálica dorada, que podría servir posiblemente como monedero, con dos asas muy cortas del mismo material. Toda una joya dentro del diseño de bolsos de la época. Uno de éstos aparece en una fotografía de André Durst⁴⁴⁶ de 1937 de la que hablaremos más adelante. Una publicidad de los *mesh bags* que hizo en colaboración entre Schiaparelli y *Whiting & Davis Co.* la encontramos en *Vogue*⁴⁴⁷ y el eslogan es «Mano a mano con la elegancia», y se anuncian como bolsos para cualquier momento del día y de inspiración georgiana ya que recuerdan aquellos monederos (también llamados *réticules*) de tela primero y metálicos después que venían



Elsa Schiaparelli, *mesh bags*, 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁴⁴³ *British Vogue*, Londres, abril, 1937, pp. 58-59.

⁴⁴⁴ *New York Times*, New York, enero, 1936.

⁴⁴⁵ Whiting & Davis Co. es una empresa americana, activa desde 1876, que se especializó en bolsos metálicos. Este complemento fue muy popular a finales del siglo XIX y en los años veinte fue un auténtico objeto de culto para las *flappers*, en la época del Charleston. Ellos inventaron una máquina para la confección de esos bolsos metálicos y aprendieron a combinar varios tipos de metales entre sí al fin de lanzar nuevas propuestas para su público exigente. En la década de 1930 colaboran con Schiaparelli o Poiret para renovar su imagen. Entre sus clientes recientes figuran Nicole Kidman y Michael Jackson, quien llevaba puesta una chaqueta roja de Whiting & Davis Co. en el videoclip *Beat It*.

⁴⁴⁶ *Vogue France*, París, enero, 1937.

⁴⁴⁷ *Vogue USA*, New York, abril, 1937.



Elsa Schiaparelli, horquilla en forma de cornucopia, 1936.

Fuente: banco de imágenes de internet.

a menudo con cierre a presión y que se empezaron a utilizar a finales del siglo XVIII.

En *Vogue* de enero de 1936⁴⁴⁸, en el apartado de *Detalles novedosos* aparece una peineta de plata para el pelo en forma de *cornucopia*. La peculiaridad es que una parte estaba pensada para ir colocada por encima de la oreja, de tal manera que acabaría pareciendo un pendiente *oversize* (esta idea le debió resultar interesante y actual ya que la volverá a proponer, renovada, en 1953). En el mismo apartado figuran también una cadenilla dorada que, amarrada en la cintura, servía para levantar la cola de un traje de noche y un pequeño bolso de antílope con nudos de chinilla.

Para el verano de 1936, Schiaparelli le pide a Jean de Brunhoff, célebre ilustrador francés, autor del elefante *Babar* cuyas aventuras eran muy populares entre los niños, que diseñara un estampado para ella inspirado en su personaje infantil. Brunhoff piensa en un conjunto de palmeras y elefantes esparcidos por el tejido, Colcombet lo realiza y Elsa con esta tela diseña un vestido de verano y un bañador⁴⁴⁹. Los estampados de las telas son unos de los buques insignia de la *Maison*; así que hay que citar otro que encontramos en una fotografía de Man Ray; en ella se retrata a una modelo con vestido de Schiaparelli negro con ramos de flores como motivo⁴⁵⁰. Un vestido con este estampado lo encontramos dentro de los figurines de la diseñadora con fecha 1935. Es muy interesante la fotografía de Man Ray ya que está realizada con un plano picado marcado que a duras penas deja ver a la modelo, para darle protagonismo absoluto a la prenda; sin duda un hito dentro de la fotografía de moda. Otro vestido interesante de 1936 es un que confecciona con un estampado que simula el efecto *patchwork*, como si estuviera realizado con retales; se trata de una estética que retomará dos años después, en 1938, cuando presentará su colección sobre la *Comedia del Arte* en la que el *patchwork*, relacionado con la figura de Arlequín, tendrán un gran protagonismo.

⁴⁴⁸ *Vogue France*, París, enero, 1936.

⁴⁴⁹ *Vogue France*, París, julio, 1936.

⁴⁵⁰ *Harper's Bazaar France*, París, marzo, 1936.

En esta época la diseñadora, que desde hace dos años ya estaba mirando a la moda del siglo XIX, vuelve a proponer unos manguitos de piel⁴⁵¹. Será justo la reintroducción de este complemento que inspirará a Christian Berard para su portada de *Vogue* de octubre (en este caso, el manguito cuelga de una bandolera)⁴⁵².

La experimentación con los materiales y los estampados sigue siendo uno de los lemas de la *Maison*, y de hecho son de 1936 unos sombreros de ala ancha en celofán trenzado (ver ficha del muestrario). Con respecto a los estampados, vuelve el efecto trampantojo, marca de fábrica de la *Maison*, como en el caso de una muestra de tejido que se expuso en el *Museo de Artes Decorativas de París*⁴⁵³: una tela de raso negro pintada a mano con imitación de cintas de color oro que, vista desde lejos, parece estar tableada y con la que se confeccionará el vestido que Cecil Beaton inmortaliza para *Vogue* en 1936 en una atmósfera surrealista, delante de una grandes flechas verticales⁴⁵⁴. Otra prenda interesante es el traje de pantalón que Schiaparelli. La diseñadora no era muy aficionada a los trajes de chaqueta y pantalón, sin embargo, hace una excepción para una de sus clientas más ilustres, la actriz de Hollywood, Marlène Dietrich, quienes utilizaban a menudo los pantalones. El traje está confeccionado en seda cloqué (que hace un efecto parecido al damasco, pero en relieve) y presenta unos curiosos botones metálicos de varios colores en forma de aves⁴⁵⁵.

En enero de 1937, presenta una chaqueta de lino rosa de marcadas hombreras pinzadas y embellecida con cuatro botones negros⁴⁵⁶. Asimismo, un traje de falda *longuette* y chaqueta de color rosa intenso es presentado en la revista *Femina*⁴⁵⁷ en cuyas páginas vemos un figurín del ilustrador Baldrich representando un traje Schiaparelli con las solapas de la chaqueta ricamente bordadas y un botón, tipo galón de oro, como cierre. De este año es también el famoso *Traje al revés*⁴⁵⁸, un conjunto de falda y chaqueta cuyos cuello y abotonadura se encontraban en la espalda y que, en 1999, inspirará a John Galliano quien lo diseñará para Dior.

⁴⁵¹ *Femina*, París, octubre, 1936.

⁴⁵² *Vogue USA*, New York, octubre, 1936.

⁴⁵³ Catálogo de la exposición *Trompe-l'œil. Imitations, pastiches et autres illusions* que se celebró en el *Museo de Artes Decorativas de París* del 2 de febrero de 2012 al 5 de enero de 2014, París, 2011.

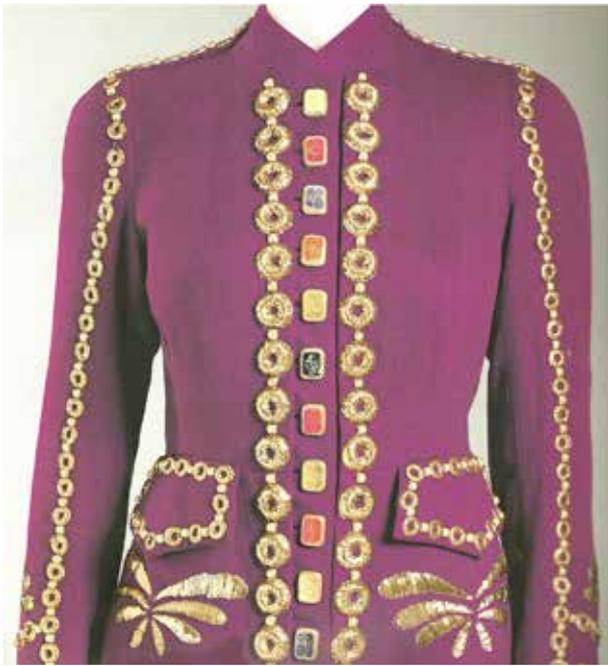
⁴⁵⁴ *Vogue France*, París, octubre, 1936.

⁴⁵⁵ Esta prenda se expuso en el *Musée des Arts Décoratifs* de París en ocasión de la exposición *Déboutonner la mode* que se celebró del 15 de febrero al 19 de julio de 2015. VV.AA. Catálogo de la exposición *Déboutonner la mode*, Les Arts Décoratifs, París, 2015.

⁴⁵⁶ *Vogue France*, París, enero, 1937.

⁴⁵⁷ *Femina*, París, enero, 1937.

⁴⁵⁸ *Harpers's Bazaar*, (ilustración de Marcel Vertès), New York, marzo, 1938.



Elsa Schiaparelli, chaqueta 1937.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

El estilo de Schiap se vuelve en estos años más sofisticado y elegante y el preciosismo, que empieza a manifestarse en extraordinarios bordados, así como la atención a los detalles, convierten a las prendas de este periodo en piezas únicas y de elevado valor artístico. Por otra parte, observamos como la diseñadora ya desde principios de 1937 empieza a utilizar el color rosa que, bajo el nombre de *rosa shocking* y en una gama muy intensa, lanzará como imagen de la marca en el verano de este mismo año.

Los colores intensos que siempre le gustaron a Elsa son fruto también de la admiración por la cultura mejicana vista por primera vez a través de los vestidos y chales llevados por la artista mexicana Frida Kahlo. Schiap y Frida se

conocieron, en ocasión de un viaje que la pintora realizó a París⁴⁵⁹ junto a Diego Rivera como consecuencia de la exposición *Mexique* que Breton organizó en 1939 en la *Galería Renou et Colle* sobre el arte contemporáneo mejicano ya que era en este país donde, en su opinión residía el auténtico espíritu surrealista⁴⁶⁰. En aquella ocasión, los dos mejicanos se instalaron en la casa de André Bretón. Frida Kahlo era ya una artista conocida en Francia ya que *Vogue France*⁴⁶¹ la había homenajeado años antes dedicándole un reportaje fotográfico que se publicó en el número de octubre de 1937 y en el que vemos la pintora con su atuendo típico de *tehuana*⁴⁶². Estas fotografías dispararon en París la afición hacia la cultura, los colores y la moda mejicana, representada por esta joven y extraordinaria mujer. Elsa Schiaparelli también quedó fascinada por esta estética y realizó para la pintora un vestido que llamó *Madame Rivera* que tiene la peculiaridad de presentar un bordado exótico de flores rojas en la parte delantera, a la altura del pecho. Este elemento decorativo es, evidentemente, un guiño a los vestidos tradicionales de México que suelen

⁴⁵⁹ CHAO, Ramón, RAMONET, Ignacio, *Guía de París rebelde*, Planeta, Barcelona, 2007.

⁴⁶⁰ Esta declaración, Breton la hizo en una entrevista que le concedió a Rafael Valle durante su estancia en México y que se publicó en la revista *Universidad de México*, México DF. junio, 1938.

⁴⁶¹ *Vogue France*, París, octubre, 1937.

⁴⁶² En 2012 la revista *Vogue*, en su edición mejicana, volvió a dedicar un reportaje a Frida Kahlo y puso en la portada la famosa fotografía de la pintora sentada delante de una pared con papel pintado de flores, ataviada con un vestido tradicional y su icónica diadema floral.

estar profusamente adornados por flores y hojas bordadas. El contexto mejicano, en realidad, ya le sirvió a Horst P. Horst en 1934 para ambientar unos modelos que llevaban prendas veraniegas de Schiaparelli, y tampoco se puede olvidar el cubre cabeza peruano color rosa que le sirvió de inspiración a Elsa para su *rosa shocking*. Podríamos decir que la diseñadora miraba con entusiasmo a otras culturas y, en concreto, esta atmósfera exótica, latina, era familiar para la *Maison*, que por eso no tardó en lanzar una creación directamente inspirada en la pintora mejicana. Incluso, cabe decir, que más adelante, en 1951 diseñará una blusa de inspiración mejicana caracterizada por el amplio escote barco fruncido y bordado con encaje negro⁴⁶³.

Por otra parte, a pesar de que lance colores llamativos, también recupera el uso del blanco y negro, nunca abandonado, como se aprecia en una fotografía de André Durst⁴⁶⁴ protagonizada por modelos: una lleva un traje de chaqueta en crespón de rayón negro, y otra un vestido de rayón blanco drapeado en la parte frontal y a juego con una chaqueta larga ricamente bordada con lentejuelas doradas; ambas llevan un sombrero de paja de ala ancha adornado con llamativas plumas, lo que otorga un aire alocado e irreverente al traje de noche. Además, la modelo del vestido blanco lleva como complemento un actualísimo bolso de malla color oro diseñado por Schiaparelli para Whiting & Davis Co., del que hemos hablado con anterioridad. Los zapatos de la modelo vestida de blanco, en color dorado metalizado, conjuntan con el bolso de malla y las lentejuelas. Cuando Schiaparelli diseñó estos vestidos y sus complementos lo hizo pensando en la próxima *Exposición Internacional de París* que en el mes de mayo de 1937 se inauguraría. Por esta razón, estos trajes fueron bautizados por la diseñadora con el nombre de *París 1937*, y también por esta razón, el fotógrafo coloca unas banderas blancas de aire triunfalista, pero sin excederse, detrás de las modelos. Estos trajes, además de otras prendas, de hecho, representarían en el pabellón de la Moda ya no sólo el dominio del oficio de la *Maison* Schiaparelli, sino también el buen gusto y el buen hacer francés.

Un bolero a la torera de mangas cortas lo encontramos en las páginas de dos revistas de moda: *Femina*⁴⁶⁵ y *Vogue*⁴⁶⁶. Observamos cómo las mangas, en vez de caer sobre los hombros, quedan rectas y abiertas en línea horizontal, creando el efecto de una mini capa que hace que se reinvente el tradicional concepto de traje de chaqueta. El figurín de *Vogue*

⁴⁶³ *Vogue France*, París, julio, 1951.

⁴⁶⁴ *Vogue France*, París, enero, 1937.

⁴⁶⁵ *Femina*, París, enero, 1937.

⁴⁶⁶ *Vogue France*, París, febrero, 1937.



Elsa Schiaparelli, trajes *París*, 1937.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

lleva un gracioso bolso en forma de pirámide sostenido por una cuerda que sale desde el vértice (un bolso parecido se había publicado ya dos años antes, así que la idea de darle a un bolso forma piramidal no es de este año⁴⁶⁷).

En el mes de abril aparece en las páginas de *Vogue*⁴⁶⁸ un abrigo enteramente de red. Se trata de una pieza que la diseñadora lanzará oficialmente dentro de pocos meses, cuando presente su colección de verano dedicada al tema de las mariposas. Este abrigo, que simula la red con la que se cazan los bellos insectos, será colocado justo encima de un vestido con estampado de mariposas, como comentaremos más adelante y se convertirá en una de las creaciones icónicas de la *Maison*.

El 29 de abril de 1937 Schiaparelli presenta su colección *París 1937* en la que no asistimos sólo a creaciones de la esfera de extravagante,

sino también a diseños más ponibles y de colores florales y frutales. Unos ejemplos son: un traje de chaqueta en color azul miosotis, a juego con una camisa rosa caramelo, y cuyo complemento es un precioso bolso de mano de doble asa vertical; un traje de chaqueta amarillo citrón con botones en forma de sirena; una chaqueta en amarillo palo (que cierra con tres botones en forma de cabeza de zorro) conjuntada con una blusa de franela color burdeos⁴⁶⁹.

Entre el 25 de mayo y el 25 de noviembre de 1937 se celebra en París la *Exposición Internacional de las Artes y las Técnicas en la vida moderna*⁴⁷⁰. Algo alejada del concepto

⁴⁶⁷ *Excelsior Modes*, n°23, París, 1935.

⁴⁶⁸ *Vogue France*, París, abril, 1937.

⁴⁶⁹ *Vogue France*, París, mayo, 1937.

⁴⁷⁰ El cartel fue diseñado por el conocido ilustrador francés Jean Carlu. España participó en esta Exposición Internacional de París porque así lo decidió el Gobierno de la Segunda República con intención propagandística. En el pabellón español se expuso por primera vez *Guernica* de Picasso, el grito de dolor del pueblo español, como fue definido entonces. La Exposición es recordada también por haberse celebrado en una época de gran tensión internacional, así como por el encuentro de dos ideologías radicalmente opuestas: la Alemania Nazi y la Unión Soviética.

de indumentaria *Pour le sport*, Schiaparelli en esta época propone prendas a la altura de los tiempos que París, indiscutida capital de la moda, está viviendo. Los maniqués que llenan el espacio del pabellón son unas altas figuras del escultor Robert Couturier, y Schiaparelli los viste con su indumentaria dejándolos, en algunas ocasiones, incluso desnudos, tumbados en un seto de flores, y escandalizando, con su actitud provocativa, a críticos y visitantes⁴⁷¹. Schiaparelli participa a la Exposición en el pabellón dedicado a la Moda, gran industria francés de aquella época, siendo considerados sus sombreros y sus creaciones en general como auténticas obras de arte. Además es en esta ocasión cuando presenta los trajes de chaqueta de faldas largas, citados anteriormente, cargados de glamur y mucho encanto que se vuelven rápidamente de moda entre las mujeres de la alta sociedad europea⁴⁷². Los trajes *París 1937*, así se llaman estos conjuntos de faldas largas, se completan con unas chaquetas entalladas parecidas a los boleros que había presentado en 1932 y que resultan ser de lo más sorprendente. Con este insólito traje, la modista une el glamur de los trajes de noche con el refinamiento y la elegancia de los trajes de día. Una vez más, podemos apreciar como la silueta de reloj de arena de Mae West había inspirado a Schiaparelli a la hora de confeccionar estas prendas, de hecho, el traje *París 1937* hace resaltar la silueta de la mujer evidenciado sus formas. Este *efecto reloj de arena* fue posible gracias a la utilización de un *brassière*, muy usado en esta época por Schiaparelli, que realizaba el pecho de las mujeres modelando la figura y generando un moderno efecto *uplift*. Desde hace tres décadas, el cuerpo de las mujeres ya no estaba encorsetado en rígidas estructuras arquitectónicas, aun así, no se solía evidenciar el pecho que Schiaparelli, sin embargo, decide resaltar, saltándose todo protocolo. Ella lo consigue gracias a la forma de sus trajes, que hacen hincapié en la voluptuosidad y sensualidad femeninas, exaltándolas y propone una línea natural y espontánea. En verano Schiaparelli presenta su colección inspirada en el tema de las mariposas, de la

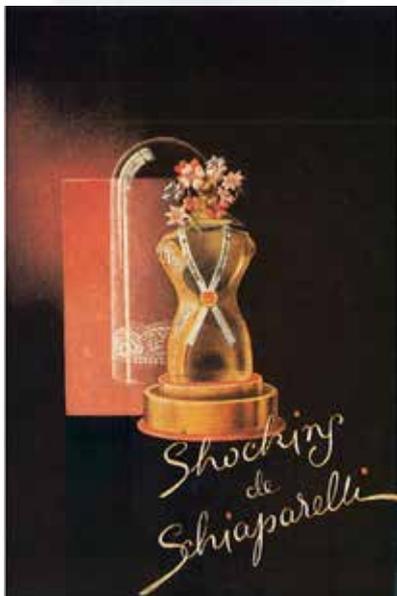


Exposición Internacional de Artes y Técnicas en la vida moderna, 1937, París.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁴⁷¹ Volvemos sobre el montaje que Schiaparelli presentó en la Exposición de París de 1937 cuando hablemos de la iconografía de los maniqués en el Surrealismo, más adelante, en el presente estudio.

⁴⁷² DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.



Arriba. Leonor Fini, frasco de perfume para Schiaparelli, *Shocking*, 1937.

Abajo. Publicidad del perfume de Schiaparelli, *Shocking*, 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.

que hablaremos más adelante. En *Vogue*⁴⁷³, además, aparecen publicados un traje y un abrigo cuyas solapas están enteramente cubiertas por grandes rosas bordadas, un motivo decorativo que volverá a utilizar, cuando en el otoño del mismo año presente el abrigo fruto de la colaboración con Jean Cocteau.

En la colección de agosto de 1937 presenta el famosísimo color *rosa shocking*, un tono parecido al fucsia intenso. A partir de este momento el *rosa shocking* estará presente en muchas creaciones de la *Maison* e, incluso, llegará hasta la actualidad en las formas y modalidades menos pensadas. La afición de Elsa Schiaparelli por este color se puede observar en un sinfín de detalles de sus prendas y complementos, en los cuales, a veces, juega con este color. Según Blum Dilys⁴⁷⁴ la inspiración le vino al contemplar un magnífico diamante rosa de *Cartier*, llamado la *Tête de Bélier* (cabeza de carnero), propiedad de Daisy Fellowes, sin embargo el otro estudioso de la modista, Palmer White⁴⁷⁵, afirma que se inspiró en un color muy utilizado por los Indios de Perú, en concreto parece ser que se inspiró en los cobre cabezas peruanos que se habían expuesto en el pabellón de Perú en ocasión de la anteriormente mencionada *Exposición de las Artes y las Técnicas en la vida moderna* de 1937⁴⁷⁶. Es de estos momentos también la creación del perfume *Shocking*, una fragancia con aroma a magnolia, pachuli, vetiver, y musk. El diseño del innovador frasco del que hablaremos más adelante fue ideado por la artista surrealista Leonor Fini que se inspiró en un maniquí de sastre. En la *boutique* de la *Place Vendôme* el perfume se expone, entre tejidos *rosa shocking* y bustos de sastrería, en la jaula diseñada por Jean-Michel Frank.

La portada de *Vogue* de octubre de 1937⁴⁷⁷ es de Christian Bérard (1902-1949): representa a una modelo en Jeanne Lanvin delante de una especie

⁴⁷³ *Vogue France*, París, junio, 1937.

⁴⁷⁴ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit. p. 138.

⁴⁷⁵ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit. p. 154.

⁴⁷⁶ *Ibidem*.

⁴⁷⁷ *Vogue USA*, París, octubre, 1937.

de acueducto romano, llama la atención el fondo rosa oscuro que utiliza el ilustrador y que se podría interpretar bien como una cita al mundo cromático de Schiaparelli o bien, sencillamente, como un testimonio de que el rosa intenso había entrado ya en la normalidad y había empezado a formar parte de la estética de la época. En las páginas de este número de *Vogue* es dónde se publica el reportaje a Frida Kahlo del que hablaremos más adelante.

En el mes de octubre, *Vogue France*⁴⁷⁸ se hace eco de la fama de Schiaparelli y, de hecho, se publican en sus páginas varias prendas o complementos de la diseñadora. Hay que destacar un curioso bolso en forma de linterna que es llevado encima del hombro izquierdo, con toque informal, por la modelo y otros complementos que llaman la atención como: un bolso en forma de maceta, dos bolsos en forma de cajas de sombreros, unos zapatos cuyos cordeles son unos lazos de satén que llegan hasta la rodilla y dos broches en forma de amorcillos diseñados por Jean Schlumberger. De 1937 es una fotografía de Horst P. Horst que retrata a una modelo con un bonete de tela acolchada al estilo capitoné, y con el que la misma Schiaparelli es retratada el mismo año en la cubierta del transatlántico *Queen Mary*, de vuelta a Europa.

De este año es un vestido de noche, de escote asimétrico, que crea un efecto trampantojo, como si dejase entrever el sostén. En el comentario de la revista en la que se publica se aprecia cierta ironía «Schiaparelli presenta un vestido-sostén en el que el protector de los senos está mal apoyado y los reflejos del lamé insisten aún más dramáticamente en la desnudez»⁴⁷⁹. Un vestido parecido lo volverá a proponer en 1949 y cosechará sin duda más éxito que en este



Elsa Schiaparelli, traje de noche con estampado de camuflaje, 1937-1938.

Fuente: metmuseum.org



Elsa schiaparelli, vestido de noche de escote asimétrico, 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁴⁷⁸ *Vogue France*, París, octubre, 1937.

⁴⁷⁹ *Ibidem*.

momento. Es en este número de *Vogue France* donde también se publica por primera vez el traje con los labios bordados que Elsa realizó en colaboración con Dalí y del que hablaremos más adelante.

Con respecto a los estampados, es de esta época un vestido de noche cuya tela es una seda con estampado mixto de camuflaje y flores. Lo orígenes del estampado de camuflaje están, obviamente, en el campo militar. Fue creado en 1915 durante la Primera Guerra Mundial y reemplazó los uniformes de color en muchos regimientos. Los tonos utilizados (verde y marrón, sobre todo), así como las formas del patrón, recuerdan al musgo, las hojas, la oxidación, la corteza, las sombras y permiten que los militares se escondan en medio de la naturaleza. La primera vez que el estampado de camuflaje se usó para un vestido de noche fue en un vestido de fiesta diseñado por Elsa Schiaparelli (1937-1938), que se encuentra en la colección del *Museo Metropolitan de Nueva York*. Hoy en día los estampados de camuflaje se han convertido en iconos, asociados a la aventura, a la superación personal, a la rebelión e independencia. Y, desde que las mujeres han entrado en el mundo militar, esto se ha convertido en algo aún más valioso, ya que representa un logro tangible, tras siglos de invisibilidad en éste ámbito. En concreto, en el caso del uso que las mujeres pueden hacer hoy en día del camuflaje, éste es asociado a la reivindicación del poder y la libertad de la mujer. De hecho, el estampado de camuflaje fue originalmente utilizado por los hombres, debido a sus orígenes militares, y sólo desde la década de 1990 se ha convertido en un motivo también muy utilizado por las mujeres (para pantalones, camisetas, pañuelos, etc.). Todas estas mujeres, incluyendo aquellas en el mundo militar, se convierten así en héroes anónimos de la sociedad contemporánea porque expresan un mensaje, se identifican con un grupo, lo que transmite un discurso de manera directa y que resulta comprensible para todo el mundo. Así que es importante remarcar que se trata de la primera vez que se utiliza un estampado de camuflaje para un traje de noche, aunque es cierto que las flores le restan toda austeridad militar. Para encontrar un vestido de fiesta con estampado de camuflaje puro, es decir sin otros elementos, hay que ir a un vestido de Schiaparelli muy interesante, tanto por el estampado, como por las cremalleras (que se usan para decorar los puños), y que se encuentra en la colección del *Museo Metropolitan de Nueva York*, fechado entre 1937 y 1938.

Con respecto a los materiales, por otra parte, llama la atención un vestido de noche realizado trenzando una fibra dorada cosida a mano. El acabado recuerda la rigidez de

ciertos brocados renacentista⁴⁸⁰, por el peso y la caída que tiene, y, además, por el hecho de venir conjuntado con una capa que le otorga cierto misticismo, nos recuerdo el atuendo más castigado de la Edad Media. Así que la prenda en cuestión acaba siendo algo a mitad de camino entre Edad Media y Renacimiento muy interesante de estudiar, un guiño al pasado y a las técnicas antiguas y artesanales que fueron una indispensable de la Historia de la Moda y que Schiaparelli tiene siempre presente, como en el caso, por ejemplo, de la cota de malla medieval, citada anteriormente cuando hablamos de los *mesh bags*.

Sin duda, el año 1938 es de los más importantes de Schiaparelli, ya no sólo por las colaboraciones de las que hablaremos más adelante, sino también por la fertilidad tan impresionante que caracteriza cada creación, algunas de las cuales siguen manteniendo una vigencia impresionante (es el año, por ejemplo, en el que lanza al mercado los botines de pelo de mono, el vestido *harapiento* y el *esqueleto*, ambos inspirados en unos cuadros de Dalí protagonizados por unas mujeres-fantasma de apariencia inquietante).

A modo de ejemplo de esta viveza productiva, se pueden citar algunos de los diseños más sobresalientes de este año que la *Maison* realiza al margen de las colaboraciones ilustres que veremos más adelante en un apartado específico.

El año se estrena ya con una publicación en *Vogue*⁴⁸¹ de una fotografía de Horst P. Horst que representa a una modelo con un bolero Schiaparelli cuyos botones tienen la forma de pequeñas bolas navideñas. Unos meses después, en *Harper's Bazaar* de marzo⁴⁸², vemos que una página está enteramente dedicada a los complementos más llamativos, propuestas primaverales representadas a través de fotografías. Entre



Elsa schiaparelli, vestido de corte renacentista.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Elsa Schiaparelli, botines de pelo de mono, 1938.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁴⁸⁰ Cfr. PALMEGIANI, Maria Elena, "Indumentaria femenina en la corte de Mantua de principios del siglo XVII", en *Particella*, revista del Conservatorio Profesional de Música de Oviedo, Gráficas Covadonga, Gijón, 2011.

⁴⁸¹ *Vogue France*, París, enero, 1938.

⁴⁸² *Harper's Bazaar USA*, New York, marzo, 1938. El bolso con las rosas y el anillo triple también son publicados en *Vogue France*, París, abril, 1938.

éstos, encontramos un largo collar metálico, diseñado por Schlumberger, que simula una cadena de margaritas esmaltadas en rosa y púrpura; una gargantilla alta (llamada *Collar de perro*) de falsos rubíes; un par de guantes de satén brillante color rosa; una *pochette* para llevar en la muñeca de lamé plateado, rematada con rosas como si fuera una pequeña cesta de flores. Además, llama la atención un actualísimo anillo juego de tres anillos para el dedo meñique diseñado por el conde Étienne de Beaumont y realizado por la Maison Schiaparelli. Las tres piezas se colocan por separado, una en cada falange, y no pueden no recordarnos aquellos complementos *punk* que se empezarán a poner de moda en la década de los 80. Otro diseño de Beaumont que vemos publicado es un broche de piedras duras y esmalte en forma de ramillete de flores de aires muy románticos⁴⁸³. En el mismo mes, en *Vogue*⁴⁸⁴, se publica, entre varios complementos de la *Maison*, una curiosa pulsera de *charms* de porcelana en forma de vegetales, un tema, el de las hortalizas, que Schiaparelli retomará en 1941 y que tiene en esta pieza un ilustre representante.

En septiembre de ese mismo año la edición inglesa de *Vogue*⁴⁸⁵ dedica un reportaje a la moda de las pasarelas parisinas describiendo, gracias a la mano de Christian Berard, algunas de las creaciones más originales salidas de la capital francesa, como, por ejemplo, un gorro de Schiaparelli de corte marinero adornado con plumas larguísimas de faisán o una chaqueta negra con inserciones de astracán que subrayan los bolsillos sobresaliendo de los mismos y formando unas especies de herraduras. Como prueba de la influencia que los artistas surrealistas están ejerciendo en este momento en todo el mundo, cabe mencionar que en esta revista se reseña la ambientación de inspiración puramente daliniana y magrittiana del musical neoyorquino *Me casé con un ángel* (Rodgers and Hart, 1938), con coreografía del ya mencionado Balanchine. En concreto, lo que mayormente llama la atención de los editores británicos, es un ballet surrealista que se inserta dentro de la obra y que es protagonizado por figuras que parecen salidas del mundo de los sueños, como una mujer que lleva un velo sostenido por una concha, que no puede no recordar el diseño de Schiaparelli del mayo del mismo año y del que hablaremos más adelante.

En el mes de octubre de 1938⁴⁸⁶ se publican cuatro creaciones de Schiaparelli que resultan de lo más extravagantes, tres dentro del mundo de la bisutería y una de los complementos. Unos pendientes en forma de ratón y de maceta colgante (completa de

⁴⁸³ *Vogue France*, París, abril, 1938, op. cit.

⁴⁸⁴ *Vogue France*, París, marzo, 1938.

⁴⁸⁵ *British Vogue*, Londres, septiembre, 1938. La portada de esta revista, por cierto, es del español Eduardo García Benito que la ilustra con un rey marroquí a caballo.

⁴⁸⁶ *Vogue France*, París, octubre, 1938.

flores y mini paloma apoyada en ella) y algo que no tiene sólo tintes surrealistas, sino que ya roza lo macabro: dos pequeños protectores de orejas y un antifaz pensados para aplicar a los visones que, unidos de dos en dos, formaban aquellos cuellos de piel tan en boga desde los años veinte. Por otra parte, en lo que a los complementos se refiere, llaman la atención unos guantes de fiesta largos que dejan libres el dedo pulgar y el índice, algo parecido a lo que hoy en día pasa con ciertas prendas de deporte, aunque, en el caso del diseño de Schiaparelli la finalidad no es práctica, por lo menos a simple vista, sino responde más bien a su deseo de experimentar con las cosas de siempre para llegar a verlas desde un punto de vista diferente.

Con respecto a la tendencia surrealista y de cómo ésa se haya extendido entre los diseñadores de aquella época, hay que reseñar una interesante fotografía perteneciente a esta época (noviembre 1938): se trata de una imagen en la cual vemos una original capa que fue presentada en ocasión de un desfile en el *Centro Olympia*⁴⁸⁷ de Londres, según indica la nota que acompaña la foto. Al día de hoy, esta imagen no ha sido publicada en ningún libro y los derechos, al parecer, son de propiedad de *ZK-images*⁴⁸⁸, siempre que, como es probable, esta agencia de datos fotográficos no la haya vendido a un particular (en efecto, al día de hoy, ya no aparece en su catálogo *on line*). El único dato del cual disponemos, nos viene de la nota, escrita en francés y publicada por *ZK-images*, que acompaña la fotografía, en ella se lee: «INGLATERRA. – Durante la presentación de la colección al Olympia, un gran diseñador de moda ha obtenido cierto éxito con esta capa adornada de múltiples ojos y llamada *Espionaje*. 3 de noviembre de 1938. 170».



Atribuída a Elsa Schiaparelli, capa
Espionaje, 1938.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁴⁸⁷ *Olympia* es un centro de exposiciones situado en Londres en el cual se organizan eventos de vario tipo, entre los cuales se encuentran los desfiles de moda. Creado en 1885 según los preceptos industriales de la época, está enteramente realizado en hierro y vidrio y cubre una superficie de 16.000 m², lo que hace que se considere el más grande edificio de Inglaterra con estas características arquitectónicas.

⁴⁸⁸ La autora del presente trabajo ha encontrado esta fotografía en Internet y, en concreto, en el catálogo de imágenes *on line*: *ZK-images*, una página especializada en la venta de fotografías inéditas de personajes del pasado. Para intentar averiguar algo más acerca de esta fotografía, se ha intentado contactar con *ZK-images*, sin embargo, lamentablemente, por parte de ellos, al día de hoy no se ha recibido ninguna contestación, lo que ha momentáneamente parado la investigación al respecto, dejando para el futuro la posibilidad de retomar este tema, contactando también con los museos de Filadelfia y París.

A nuestro entender, es muy probable que esta capa, a la cual no se hace referencia en ningún texto sobre Schiaparelli, sea una creación de la diseñadora italiana, aunque la temática de los ojos no esté presente dentro de sus creaciones. Antes que nada, hay que decir que, sin duda, se trata de una pieza muy original y que entroncaría con la estética rompedora de la diseñadora, además que con los temas surrealistas, ya que los ojos están muy presentes en muchas obras del grupo. Se trata de una capa blanca llena de ojos negros, cosidos en la entera superficie de la indumentaria y cuyas cejas de tulle sobresalen vistosamente. La afición de Schiaparelli por las capas es conocida y se sabe que mediante ellas se divertía a investigar y podía arriesgar sin límites. Esta capa, como mencionado en la nota citada, recibe el nombre de *Espionaje* y, en nuestra opinión, es muy probable que fuera una creación de la modista italiana. Aunque no hay, al día de hoy, fuentes suficientes que acrediten la autoría de esta pieza, sin embargo, su estética original no puede no recordar la audacia y el atrevimiento de la modista. Analizando la nota que acompaña la foto, podemos observar lo siguiente: como consecuencia de sus negocios en Londres, es muy probable que Schiaparelli, en el mes de noviembre de 1938, presentase una colección en el Olympia. En la nota se hace referencia a «un gran diseñador de moda», está claro que la utilización del masculino no sería correcta, sin embargo, la referencia a la fama del diseñador, nos puede hacer pensar en Schiaparelli. Finalmente, el nombre *Espionaje*, irónico y sin complejos, nos recuerda a las creaciones de la modista, también porque podría interpretarse, a nuestro entender, como una celebración de la libertad ya que la capa podría representar un medio para ocultarse de aquellas miradas indiscretas y a menudo obsesivas de las que muchas mujeres eran y siguen siendo víctimas. Al final de la nota, se indica el número 170; probablemente éste se refiera a una catalogación interna realizada por algún propietario de la fotografía. De un año antes es el broche que Jean Cocteau diseña para Schiaparelli del que hablamos más adelante.

Por otra parte, no hay que olvidar que el tema de los ojos es muy recurrente en el repertorio surrealista ya que era símbolo del alma, de lo más recóndito. El ojo es la puerta al subconsciente freudiano, ya que, gracias a la técnica de la hipnosis, permitía acceder a una parte oculta de la mente. La propia mirada se convierte a veces en símbolo del análisis de lo inescrutable, además que, en ocasiones, de las obsesiones por el conocimiento o el control, como, por ejemplo, en el caso del *collage* dadaísta de Hannah Höch (1889-1978) titulado *Ramo de ojos* de 1930. Por supuesto, no podemos olvidar la traumática escena del ojo de Simone Mareuil que viene seccionado por una navaja en *Un perro andaluz* (1929) de Luis Buñuel (1900-1983), película en la que Dalí colabora como guionista.

En este caso, el ojo-luna le permite al cineasta hacer entrar rápidamente al espectador dentro del universo de la libre asociación de ideas que mueve la película. Man Ray también trabajó esta iconografía en varias ocasiones, baste con pensar en *Objeto para ser destruido* (1923) y *Lágrimas* (1932). Delicado y poético como siempre, el fotógrafo en la obra *Objeto para ser destruido*, un metrónomo en cuyo péndulo pega la fotografía de un ojo de su ex amante, Lee Miller, quiere simbolizar la fuerza del amor y su poder hipnótico. Por otra parte, en *Lágrimas* trata el lado poético de los ojos que no pueden engañar ya que a veces las lágrimas salen sin poderse controlar, mostrando el lado más humano e indefenso de las personas. El propio Salvador Dalí recurre a la simbología del ojo en más de una ocasión ya que en él veía un vehículo para ver más allá de la realidad, adentrándose en la dimensión de la paranoia crítica. Ya vimos la joya *El ojo del tiempo* que celebra la dimensión intemporal de una mirada que prescinde de las contingencias humanas para volverse universal, casi divina. Un mensaje parecido lo encontramos en otro ojo daliniano, que simboliza el tiempo que todo lo ve, y que aparece en la escenografía del ballet *Gala* (1962) de Dalí y el coreógrafo Maurice Béjart y que se estrenó en el Teatro *La fenice* de Venecia. Cabe también mencionar el *Ojo floral* del decorado del ballet *La locura de Tristán* (1944), de cuyas pestañas brotan unas flores de lis, mientras que, parte inferior, sale una lágrima. En este caso, se trata de una iconografía relacionada con el motivo de la cabeza de rosas que comienza a aparecer en sus obras desde 1932 y que tiene que ver con el embaucamiento: el ojo, presa del idilio amoroso, en este caso no consigue ver el triste destino al que su amor errático lo conduce. Dalí volverá sobre el tema de los ojos para la escenografía de *Spellbound* (1945), cortometraje dirigido por Alfred Hitchcock que trata el tema del psicoanálisis, en la que figura una cortina de ojos colgantes en línea con la mente perturbada del protagonista y con sus visiones obsesivas.

En el campo de la joyería, los ojos tienen también cierto protagonismo desde hace siglos. Alrededor de 1770, por ejemplo, se pusieron de moda los llamados *Ojos del enamorado*; se trataba de unas miniaturas pintadas generalmente sobre marfil, que representaban el ojo de un ser querido y se podían montar en objetos, como cajas de tabaco, o en joyas de vario tipo (colgantes, broches, pulseras etc.). En muchas ocasiones se usaban para ocultar la identidad de la persona querida, sobre todo si la relación era imposible o no se pudiera anunciar públicamente. Con respecto al tema de los ojos en joyería, cabe mencionar el hecho de que en la época victoriana se difunde una curiosa (y algo macabra) costumbre, como demuestra un anillo de 1890. Se trata de montar el ojo de vidrio del difunto en un anillo para que la viuda lo pueda llevar como complemento del luto. De hecho, ya que

no estaba bien visto usar joyas mientras que se guardaba el luto, sólo se admitían joyas negras de ónix o azabache u otras planteadas como homenaje al difunto esposo. Algo parecido, por ejemplo, pasaba con los mechones de pelo que, de manera bastante habitual, se guardaban, en recuerdo de una persona, dentro de medallones que colgaban del cuello.

3.9. El contacto con el ambiente surrealista: teoría del azar y poética del objeto encontrado

Aunque el contacto con el ambiente surrealista se remonta a su primera llegada a Nueva York, gracias a su amiga Gabrielle Picabia, desde 1936 hasta 1939 la relación entre Elsa Schiaparelli, el artista Salvador Dalí, el escritor Jean Cocteau y otras figuras más o menos vinculadas al mundo de las artes y, en concreto, al Surrealismo, se plasma en creaciones interesantes y, a veces, provocadoras⁴⁸⁹. En concreto, la fructífera amistad entre Dalí y Schiaparelli, que nos regalará creaciones de una increíble originalidad, durará muchos años, aunque, al inicio de la Segunda Guerra Mundial, se verá interrumpida por los cambios sociales, consecuencia del conflicto bélico, para ser retomada después, con la vuelta de Europa a la normalidad⁴⁹⁰.

La relación entre Schiaparelli y los surrealistas nos permite analizar el ambiente artístico de la época haciendo especial hincapié en el concepto de arte; los surrealistas, de hecho, desarrollaron un papel fundamental dirigiendo el mundo de las artes hacia nuevos rumbos. La mayor parte de ellos no fueron solo geniales e intuitivos artistas, sino también teóricos del arte y se dedicaron a experimentar nuevas técnicas y soportes así como lenguajes alternativos⁴⁹¹.

Man Ray y Fernand Léger, por ejemplo, en sus cortos surrealistas, a destacar entre todos el *Ballet mécanique* (1924), habían estudiado las formas en movimiento y experimentado con la fotografía y el video buscando una forma de expresión que pudiera representar la sociedad en la cual vivían. Sus cortos se acercaban, naturalmente, al cine que, en el contexto surrealista encuentra un claro valedor; es el caso también de Luis Buñuel o de René Clair, en los que conviven temáticas simbólicas con auténticas alucinaciones, se sobreponen planos y escenas, pintura y cine y se investiga con los nuevos medios de

⁴⁸⁹ Cfr. PALMEGIANI, Maria Elena, “Elsa Schiaparelli y su relación con el Surrealismo”, en *Liño*, Oviedo, 2018.

⁴⁹⁰ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

⁴⁹¹ PONENTE, Nello. *L'arte moderna*. Fratelli Fabbri Editore, Torino, 1967.

comunicación⁴⁹². Por supuesto, las relaciones entre el mundo del cine y aquello de la moda, no necesitan de ulteriores aclaraciones, puesto que es evidente la compenetración total entre estas dos disciplinas y sabemos cómo una influenció en la otra.

André Masson da su importante contribución a este debate sobre el sentido del arte con sus dibujos *automáticos*, ejecutados de forma rápida e instintiva, como si de transcripciones del subconsciente se tratara, y que, a partir de 1925, son regularmente publicados en la revista *La Révolution Surréaliste*.

Con la finalidad de proporcionar una creación casual, lo menos posible controlable, también Max Ernst realizará una serie de experimentos: el primero de todos con la técnica del *frottage*⁴⁹³ se remonta a 1925⁴⁹⁴.

Y también Elsa Schiaparelli, una década más tarde, aportará su personal contribución sobre este aspecto del debate, aplicando estas teorías a los objetos que ella diseñará y, a la búsqueda constante de lo maravilloso y sorprendente, experimentará con nuevos materiales, proponiendo capas de plumas de gallo, zapatos de pelo de mono, pasamanería metálica, collares de rhodoid, botones de nuez de tagua⁴⁹⁵ (definido como el marfil vegetal por su acabo pulido), bordados de vidrio y porcelana.

Así que, en muchas ocasiones, las creaciones de la modista italiana prescinden de lo meramente bonito y lo estéticamente aceptable para entrar en otros terrenos afines a lo psíquico y a las ideas originarias que animaron el espíritu surrealista. Sus creaciones no interpretan o representan el arte a ella contemporáneo, sino son arte ellas mismas⁴⁹⁶. Es gracias a estas inquietudes que caracterizan la forma de ver de Schiaparelli, que ella se vuelve receptiva frente a las propuestas que jóvenes artistas *freelancer* le llevaban a su *atelier*.

Como hemos visto, la moda, en lo que a este estudio se refiere, se vuelve una cara más del polifacético prisma del arte surrealista y la estética promovida por Breton, en manos de Elsa Schiaparelli, hace que las mujeres se conviertan en apariciones sensacionales⁴⁹⁷. Las creaciones de la diseñadora de moda se vuelven una materialización de la iconografía surrealista promovida por Breton en varias ocasiones y, por supuesto, en el primer

⁴⁹² RAGOZZINO, Marta, "Surrealismo", en *Art e dossier*, número 103, op.cit.

⁴⁹³ Una serie de los *frottages* de Max Ernst es publicada en 1926 en un vol. titulado *Histoire naturelle*, París, 1926.

⁴⁹⁴ RAGOZZINO, Marta, "Surrealismo", en *Art e dossier*, número 103, op.cit.

⁴⁹⁵ *Vogue France*, París, mayo, 1928.

⁴⁹⁶ BAUDOT, François, *Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁴⁹⁷ MARTIN, Richard, *Fashion and Surrealism*, op.cit.

Manifiesto, publicado en 1924. En él se lee «todo lo maravilloso, sea lo que fuere, es bello, e incluso debemos decir que solamente lo maravilloso es bello»⁴⁹⁸. Y maravillosas y siempre sorprendentes son las creaciones de Elsa Schiaparelli.

Las posibles influencias de Elsa Schiaparelli sobre los artistas surrealistas se mencionan a menudo en los varios estudios que a ella se refieren, sin embargo no hay, al día de hoy, pruebas suficientemente contundentes como para afirmar con seguridad que el ambiente surrealista se haya inspirado también en las creaciones de la modista italiana y que no haya sido solo al revés⁴⁹⁹. Sin embargo, es también probable que no se lleguen a encontrar declaraciones de incondicionada admiración hacia Elsa, sobre todo por parte de Breton. No hablaríamos, en todo caso, de una influencia anterior a 1924, sino de un influjo constante, entre 1930 y 1940. Además, al margen de una influencia como tal, hay que subrayar la importancia que tiene también la ratificación de cierta iconografía surrealista, así como las aportaciones personales, lo que, indudablemente hace Schiaparelli como se demostrará en el presente trabajo. En concreto, en la década de 1930 la complejidad de los complementos de la *Casa Schiaparelli* alcanza un nivel importante; coadyuvada por artistas *freelancer* como Alberto Giacometti, Meret Oppenheim entre otros, la casa de moda lanza unos accesorios que, por su valor intrínseco y por la imagen revolucionaria que aportan al mundo de la moda, se asemejan más a unas obras de arte que a meras creaciones estéticas. Y son esas creaciones las que van aportando continuamente ese carácter intelectual del cual también se alimenta, de una manera más o menos consciente, el Surrealismo.

Según Salvador Dalí, las creaciones de moda de Schiaparelli y su *atelier* de la *Place Vendôme*, representan al verdadero espíritu intelectual y transgresor del París de la segunda mitad de 1930⁵⁰⁰. En efecto, en más de una ocasión, podemos apreciar cómo los indiscutidos *gurús* del movimiento, André Bretón y Tristan Tzara⁵⁰¹, la toman como referencia importante. Este último, por ejemplo, en su ensayo *D'un certain automatisme du goût* publicado en la revista *Minotaure*⁵⁰², en el cual explica su teoría de gusto trasgresor frente a un acomplexado y estereotipado gusto burgués. El discurso del texto es

⁴⁹⁸ BRETON, André, *Primer Manifiesto del Surrealismo*, op.cit.

⁴⁹⁹ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 121.

⁵⁰⁰ DALÍ, Salvador, *La vida secreta de Salvador Dalí*, op.cit.

⁵⁰¹ Creemos que viene al caso recordar que en 1923 Robert Delaunay retrató a Tristan Tzara llevando una bufanda, creación de su esposa Sonia Delaunay, lo que puede demostrar la atención que despierta en el artista rumano el mundo de la moda. Esta obra se encuentra en Madrid, en el *Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía*.

⁵⁰² TZARA, Tristan, “D'un certain automatisme du goût”, en *Minotaure*, núm. 3-4, París, diciembre, 1933.

es fundamental para comprender la estética de Elsa Schiaparelli y es lo que más la vincula al movimiento surrealista que hace del azar un pilar básico de sus fundamentos. Además de esto, hay que tener en cuenta que, hasta el momento, la mayoría de los elementos decorativos que se usaban para prendas y tejidos, solían ser de tipo geométrico y colorista. Sin embargo, Schiaparelli propone un universo iconográfico nuevo, inspirada por los motivos surrealistas, por un lado, e impulsora ella misma de nuevas tendencias (como sus jerséis con trampantojo). Aúna, así arte y vida y su mirada pasa a centrarse en la cotidianidad, en los objetos, aunque éstos se vean transpuestos por alucinaciones y/o por lecturas irónicas. Viendo las creaciones de Schiaparelli, se aprecia claramente como las teorías de Dadaísmo y Surrealismo representen unas fuentes de inspiración fundamental. Dada aporta el valor intrínseco del objeto y el Surrealismo añade las experiencias psicológicas como referente imprescindible de la creación. Como consecuencia de esta visión plural y multidisciplinaria, el Surrealismo plantea estudios relativos a los objetos abarcando ya no sólo el campo de las artes plásticas propiamente dichas, sino también la literatura o, como en el caso de Elsa Schiaparelli, la realización de objetos de diseño⁵⁰⁴.

La poética del objeto y las investigaciones que estos movimientos hacen al respecto, condicionan indudablemente la estética de los tiempos, definiendo los estudios venideros. El concepto de objeto finalizado a sí mismo se encontraba ya en la idea Dadaísta de *ready-made* donde el gesto poderoso del genio transforma lo cotidiano en arte, partiendo de la base que la descontextualización es lo que define la poética del objeto. Después de la operación de separación de un objeto de su contexto, éste pierde su utilidad originaria para pasar a ser otra cosa, una cosa en sí, cuya utilidad se vuelve subjetiva y ya no universal. En el caso del *ready-made*, la obra de arte remite a sí misma y el significado recae sobre el significante sin posibilidad de continuidad.

Este concepto de obra de arte finalizada en sí misma es recuperado y defendido por André Breton quien apunta que el arte se ha vuelto libre, desvinculándose del anclaje del utilitarismo, y niega la importancia de la utilidad. Es el caso de la obra que Man Ray realiza en 1921, *Regalo*, en la cual plantea la frustración del objeto inútil. Sin embargo, dentro del grupo surrealista, se van levantando unas voces discordantes en este sentido y en ocasiones

⁵⁰⁴ En la exposición *Cosas del Surrealismo* que se celebró en el *Museo Guggenheim* de Bilbao del 29 de febrero al 07 de septiembre de 2008 se planteó un recorrido por aquellos objetos nacidos de los preceptos del Surrealismo. En esta exposición se demostró como el punto de partida son los instrumentos literarios, como la “escritura automática”, que toma conciencia de sí misma, para luego desplazar el campo de acción y dirigirse hacia las artes figurativas. Breton tuvo el mérito de haber constituido el movimiento y haber redactado los manifiestos, sin embargo, hay que recordar también el papel relevante que tuvieron otros escritores como Paul Eluard, Philippe Soupault o Antonin Artaud.

observamos que la relación con el mundo de los objetos pasa por la utilidad de los mismos e, incluso, podríamos decir por su finalidad comercial, como en el caso de los citados Ballets Rusos que contrataban a los artistas para que realizasen vestuario o escenarios de vario tipo. Como es de suponer, este aspecto económico es ampliamente criticado por el mentor del grupo, André Breton quien consideraba que, de este modo, se desnaturalizaba el puro pensamiento surrealista a favor de una comercialización e materialización del arte⁵⁰⁵. En efecto, lo que Bretón pensaba era que la función condicionase la investigación formal restando libertad expresiva a la pieza e impidiendo atribuirle el valor de obra de arte⁵⁰⁶.



Exposición Internacional del Surrealismo, 1936, Londres. De pie de izqda. a dcha.: Rupert Lee, Ruthven Todd, Salvador Dalí, Paul Eluard, Roland Penrose, Herbert Read, E.L.T. Mesens, George Reavey y Hugh Sykes Williams. Sentadas de izqda. a dcha: Diana Brinton Lee, Nusch Eluard, Eileen Agar, Sheila Legge y una amiga de Dalí no identificada (posiblemente Elsa Schiaparelli)

Fuente: banco de imágenes de internet.

El objeto surrealista, en el más puro concepto bretoniano, se distancia, bajo el punto de vista formal, del *ready-made* para volverse fetiche. La representación onírica del subconsciente se plasma en él y remite, de forma proustiana, a la experiencia individual, a la infancia, a la imaginación, en definitiva, a lo íntimo y desconocido para interpretar la complejidad de la realidad y la percepción de la misma con todas sus contradicciones. «Cuando estoy cerca de ella, estoy mucho más cerca de las cosas que están cerca de ella»⁵⁰⁷ escribía Breton, resaltando la importancia del fetiche y del universo poético de las cosas que nos rodean.

En el caso de muchas creaciones que Elsa Schiaparelli hace en colaboración con los artistas vinculados al Surrealismo, éstas son auténticos objetos surrealistas, en lo que conciernen las referencias oníricas y el valor intrínseco de fetiche, sin embargo, es indiscutible su valor de utilidad e, incluso, la finalidad comercial de las mismas. Nos encontramos delante de otro tipo de “cosa”, que, aun inscribiéndose en la poética del objeto surrealista, tiene matices diferentes que van a definir su esencia. En este caso, se defiende la utilidad como elemento dialogante con la estética, lo que determina que

⁵⁰⁵ RAGOZZINO, Marta, “Surrealismo”, en *Art e dossier*, número 103, op. cit.

⁵⁰⁶ VVAA, *Cosas del Surrealismo. Surrealismo y diseño*, op.cit.

⁵⁰⁷ BRETON, André, *Nadja*, Cátedra Ediciones, Madrid, 1997, p. 94.



Exposición Internacional del Surrealismo, 1936, Londres. De izqda. a dcha.: Diana Brinton Lee, Salvador Dalí en un traje de buzo, Rupert Lee, Paul Eluard, Nush Eluard y E.L.T. Mesens.

Fuente: banco de imágenes de internet.

el valor artístico de la pieza pase a ser justo el equilibrio entre su función y las cualidades formales, plásticas, de la obra. Son objetos de diseño que interpretan el espíritu del tiempo y ponen en discusión el precepto de “arte por el arte”. Estos objetos exploran la dimensión del diseño escribiendo un párrafo importante del capítulo que se abre con la revolución industrial y las aportaciones de *Arts and Crafts* y todo esto ha llegado hasta nuestros días en forma de diseño de productos de extraordinaria hechura y concepto moderno⁵⁰⁸.

Como testimonio de su contacto con la vida cultural del grupo surrealista, que empieza a partir de 1933, existe también una fotografía de 1936⁵⁰⁹. Se trata de una foto tomada en ocasión de la *Exposición Internacional del Surrealismo*⁵¹⁰ que se celebró en la *Galería New Burlington* de Londres del 11 de junio al 4 de julio y cuya prefación del catálogo fue escrita por André Breton. La imagen presenta el siguiente pie de foto: «*Exposición Internacional del Surrealismo, New Burlington Galleries, Londres, 1936. De pie de izquierda a derecha: Rupert Lee, Ruthven Todd, Salvador Dalí, Paul Eluard, Roland Penrose, Herbert Read, E.L.T. Mesens, George Reavey y Hugh Sykes Williams. Sentadas de izquierda a derecha: Diana Brinton Lee, Nusch Eluard, Eileen Agar, Sheila Legge y una amiga de Dalí no identificada*». En nuestra opinión, la amiga de Dalí no identificada es Elsa Schiaparelli quien en esta época pasaba mucho tiempo en Londres, como anteriormente comentado. El hecho de que no haya sido identificada podría deberse a que, según se puede apreciar de otras fotos del mismo año, al parecer la modista engordó bastante en 1936 y ciertamente no es reconocible. Además, es

⁵⁰⁸ D'AMATO, Gabriella, *Moda e design*, Ediciones Mondadori, Milano, 2007.

⁵⁰⁹ Esta fotografía se encuentra en los archivos de la *Scottish National Gallery of Modern Art* de Edimburgo donde llegó en 1995 junto a toda la colección de Roland Penrose, quien fue uno de los organizadores de la *Exposición Internacional del Surrealismo* de Londres. Esta información ha sido extraída de primera mano por la autora del presente trabajo, quien se puso directamente en contacto con el *Museo de Edimburgo*; en efecto, en las fuentes manejadas, no se encontraba ninguna información acerca del lugar de emplazamiento de la fotografía en cuestión.

⁵¹⁰ Entre los organizadores de esta exposición, que fue la primera que el grupo de artistas surrealistas realizó en Inglaterra, se encuentran Roland Penrose, David Gascoyne, Paul Eluard, Man Ray y André Breton. En esta ocasión, se publicó un boletín: el *International Surrealist Bulletin*, número 4, con fecha de septiembre de 1936.

muy probable que el pie de foto no fuese otra cosa que una nota del fotógrafo que realizó la toma y que desconocía el nombre de la amiga de Dalí que fue a visitar la exposición a la galería, donde se encontraba, por cierto, también otra amiga, además que clienta: Nush Eluard.

Consideramos que la mujer sentada a la derecha de la fotografía es Elsa Schiaparelli por varias razones. A parte del hecho que figura como una amiga de Dalí, lo cual ya nos hace suponer que puede ser Elsa Schiaparelli, podemos observar que la retratada lleva puesto un sombrero que fácilmente se puede identificar como una de sus creaciones; por otra parte, el traje negro que lleva está perfectamente en la línea de los trajes de sastre que diseña en esta época y cuyo color es mayoritariamente el negro. A nuestro entender, el hecho de identificar con Elsa Schiaparelli a la “misteriosa” amiga de Dalí es importante puesto que nos permite documentar la relación entre la diseñadora de moda y los surrealistas. Hay que subrayar el hecho de que se trata del único testimonio visual en el cual aparece la modista rodeada por los artistas del grupo, en efecto solo se conoce otra foto posterior, de 1949, en la cual sale con su amigo Salvador Dalí, pero no hay ninguna otra en la que salga con los surrealistas en grupo. Además, esta es una de las pocas fotos oficiales en las cuales figuran algunas de las mujeres artistas vinculadas al Surrealismo, puesto que hasta 1930 sabemos que estaban relegadas en un segundo plano⁵¹¹.

En la *Galería New Burlington*, en cuya entrada se había colocado el sofá de labios rosa de Dalí, se presentaron trabajos de Max Ernst, Miró y Dalí entre otros, además de obras de arte primitivo. Fue la primera exposición que el grupo realizó en Inglaterra, lo que le abrió paso en un país bastante escéptico en lo relativo a los preceptos surrealistas⁵¹². Con el pretexto de esta exposición, la artista y *performer* surrealista Sheila Legge apareció en la Plaza de Trafalgar con la cabeza cubierta de flores, como homenaje a la iconografía de Dalí que veía en estas mujeres sin rostro algo inquietante y atractivo a la vez, metáfora de la letalidad del amor. El éxito de público que tuvo esta primera exposición londinense fue



Boletín de la *Exposición Internacional del Surrealismo*, 1936, Londres.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁵¹¹ Al día de hoy, después de habernos puesto en contacto con la *Scottish National Gallery of Modern Art* de Edimburgo, podemos afirmar que en el archivo del museo no están al corriente de la identidad de la «amiga de Dalí no identificada».

⁵¹² RAGOZZINO, Marta, “Surrealismo”, en *Art e dossier*, número 103, op.cit.

increíble; se cuenta que la policía tuvo que cerrar al tráfico la céntrica plaza de Piccadilly y se calcula que alrededor de treinta mil personas visitaron la sala. Además de exponer las obras de los artistas del grupo, los organizadores impartieron unas conferencias para explicar y difundir los contenidos del arte surrealista según el siguiente calendario: el 16 de junio André Breton presentó *Límites no Fronteras del Surrealismo*, el 19 de junio Herbert Read, *El Arte y el Inconsciente*, el 24 de junio Paul Éluard, *La Poesía surrealista*, el 26 del mismo mes Hugh Sykes Davies, *Biología y Surrealismo* y el 1 de julio Salvador Dalí, *Fantasmas paranoicos auténticos*⁵¹³.

Es muy probable que la fotografía en cuestión se tomase el día 1 de julio en ocasión de la conferencia de Salvador Dalí, en efecto es posible que la modista acudiese a la Galería de arte para escuchar la charla de su amigo. Este día, el artista, para materializar su intención de sumergirse en las profundidades del inconsciente humano, se presentó a un incrédulo público londinense enfundado en un traje de buzo y varios historiadores comentan la anécdota que al cabo de un tiempo estuvo a punto de asfixiarse y tuvieron que abrirle el casco con unos alicates. De hecho, nos queda otra fotografía, tomada con seguridad el mismo día que la otra (ya que todos llevan la misma indumentaria, y se encuentra en el mismo archivo), en la cual aparecen, en orden desde la izquierda: Diana Brinton Lee, Salvador Dalí en su traje de buzo, Rupert Lee, Paul Eluard, Nush Eluard y E. L. T Mesens.

3.9.1. Objetos *kitsch* y buen gusto. Sobre los cambios estéticos de la sociedad industrial

Con su personal aportación sobre la idea de belleza, Schiaparelli nos acostumbra al efecto sorpresa, gracias a unos objetos que podríamos definir de estética *kitsch*, entendiendo, con este término lo finalizado a aniquilar la idea de buen gusto y *estatus symbol*⁵¹⁴ tradicionales, para apostar por el proceso creativo y el discurso simbólico y de contenidos que esto implica. Con algunos objetos especialmente provocativos, Elsa Schiaparelli elige, de hecho, salir del mercado cotidiano de la moda para reivindicar que la belleza es también una experiencia estética y, como tal, tiene que partir del rechazo de la idea tradicional de *bello* para encontrar su propio lenguaje⁵¹⁵. Con la llegada de la

⁵¹³ KLINGSÖHL-LEROY, Cathrin, *Surrealismo*, Taschen, Barcelona, 2009.

⁵¹⁴ GREENBERG, Clement, *Vanguardia y Kitsch*, Ediciones Siruela, Madrid, 2006.

⁵¹⁵ GUALDONI, Flaminio, *Kitsch*, Skira Editore, Milano, 2008.

producción industrial, a principios del siglo XIX y en plena era Positivista se va difundiendo la visión optimista del hombre moderno, cómplice también el poeta Charles Baudelaire. Los artistas y escritores de la época (baste con pensar en los Impresionistas) vieron en la ciudad moderna y en la multitud un valor al alza, y, lejos de buscar los privilegios de los nobles que se caracterizaron siempre por el individualismo, buscaban ahora la identidad social. Así que la idea de lujo se transforma, a lo largo del siglo XIX, para volverse pretexto de reivindicación social por parte de aquella clase social predominante que, no pudiendo tener acceso a los productos de lujo típicos de la aristocracia, podía satisfacer su ambición de lucir objetos distintivos gracias a creaciones extravagantes y modernas que marcasen su estatus y la diferenciasen de la nobleza⁵¹⁶. Rápidamente, el término *kitsch* va así a identificar la democratización del gusto aristocrático, un término de origen esnob usado para subrayar la imitación fruto de un supuesto complejo social, pero que, con el paso del tiempo, se desplaza a favor del proceso creativo, de la originalidad del objeto, yendo más allá de la pura manufactura y reivindicando valores como la provocación o la ironía, entendidos como elementos fundamentales para la definición de un objeto⁵¹⁷. Ciertamente es que el siglo XIX está caracterizado por una exaltación que esconde cierto revanchismo social y algo de emulación, si bien limitada, de ciertos estándares sociales atribuidos tradicionalmente a las clases más elevadas. Sin embargo, ya desde la *Belle Époque*, la burguesía trata de consolidarse como clase social alternativa e independiente y lo hace también a través de ciertas elecciones que, al rechazar las convencionales (bien por falta de poder adquisitivo, bien por el creciente orgullo de clase), se fueron encaminando cada vez más hacia lo extravagante. Esto, obviamente, incluía la moda, que les permitía distinguirse de la nobleza, todavía caracterizada por un gusto conservador, y de las clases más pobres que, por obvias razones, no podían permitirse el lujo de cuidar su indumentaria. A modo de ejemplo, vamos a citar la costumbre de colocar pájaros y aves en la cabeza⁵¹⁸ (es decir, en sombreros y tocados), un motivo muy recurrente en el mundo de las extravagancias de la moda de la primera mitad del siglo XX, como demuestra el hecho que también Roger Rouffange o Paulette, famosísima diseñadora de sombreros, o el mismo Balenciaga tienen figurines de sombreros con pájaros o alas. ¿Y cómo no citar

⁵¹⁶ En esta línea, a modo de ejemplo, va el interés que el daguerrotipo despertó en la burguesía, como alternativa (moderna y económica) a las pinturas al óleo con las que tradicionalmente se retrataba a los miembros de la aristocracia.

⁵¹⁷ *Ibidem*.

⁵¹⁸ Se hace notar que ni en francés, ni en italiano existe la expresión española “tener pájaros en la cabeza”, así que excluiríamos posibles referencias simbólicas en este sentido, aunque el lado irónico no deja de estar presente.



Elsa Schiaparelli, dibujos para traje de cajones, 1936.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

la portada de *Vogue*⁵¹⁹ del ilustrador Carl Erickson (Eric) que representa a una mujer de tres cuartos con una gallina en la cabeza? En realidad, ya desde finales del siglo XIX podemos encontrar guiños a estos animales en el mundo de la moda. Es el caso de unos pendientes de 1867, de manufactura francesa, pertenecientes a una colección privada, que representan a dos gallinas que incuban sus huevos dentro de cestas de mimbre. La gallina clueca representa la maternidad, así que podrían haber sido el regalo para una madre recién parida. Por otra parte, en la simbología religiosa, representa el cuidado y la capacidad de preocuparse por los más débiles, es decir la caridad cristiana⁵²⁰. Sin embargo, para la época objeto de nuestro estudio estas lecturas prosaicas no cabían, ya que no resultaban de interés de la sociedad de aquel momento, del periodo de entreguerras, que ya miraba hacia otros

horizontes, entre los que se encontraba un cierto regocijo intelectual. Así que, más bien, la clave de lectura para entender las transformaciones del gusto la encontramos en la ironía y en el deseo de distinción, ya no social sino cultural, fundamentales para comprender y disfrutar de aquellos años tan locos y divertidos a los que sólo la Segunda Guerra Mundial pudo poner fin. Así que la personalidad en el vestir y el atrevimiento no sólo estaban ya plenamente aceptados por la sociedad de la época de Schiaparelli, sino que se buscaba la originalidad; había mucha demanda de objetos de este tipo que sirviesen de elemento distintivo. De hecho, cuando se presentaron en 1936 los trajes de cajones de Schiaparelli, en *Vogue* se lee que la idea de asemejar los bolsillos a cajones a Elsa se le ocurrió tras visitar una exposición de Dalí y se comenta: «¿Quién ha dicho que los bolsillos, para cambiar, no puedan coger la forma y disposición vertical de los cajones? De hecho, es así como unos trajes de chaqueta estrictos y clásicos entran de lleno en la fantasía»⁵²¹. De esta afirmación se deduce que en esta época no sólo el atrevimiento estaba bien visto, sino que se auspiciaba, se consideraba legítimo en cuanto elemento distintivo que permitía salir del aburrimiento de la moda convencional. Así que las manifestaciones de originalidad eran

⁵¹⁹ *Vogue USA*, New York, marzo, 1938.

⁵²⁰ Información extraída de la página *E le chiamano arti minori...*, post del 21 de octubre de 2020.

⁵²¹ *Vogue France*, París, diciembre, 1936, op.cit.

celebradas con ahínco, en pos de una renovación y modernización de la sociedad y, por ende, del individuo, tanto de sexo masculino, como femenino.

Sobre el concepto de *Kitsch*, es imprescindible hablar del ensayo de Gillo Dorfles (1910-2018)⁵²² con el que el historiador italiano del arte plantea una reflexión fundamental sobre el tema. En su opinión, se recurre al *Kitsch* en arte cuando falla una auténtica fuerza creativa, así que se apela más al efecto sorpresa, a la estimulación de la fantasía que a contenidos intrínsecos de valor. Así que el *Kitsch* en si no representa un problema de mal gusto, pero se convierte en tal si el uso que de él se hace no es auténtico, es pernicioso, finalizado al engaño, porque el *Kitsch* permite esconder una mentira, disfrazando de arte algo que no tiene valor artístico. Sin embargo, la ironía, permite desenmascararlo, así que el siguiente paso consiste en distinguir la parte sincera de aquella que no lo es para luego pasar a aceptarlo como tal, como una categoría estética, porque el problema nace cuando se le toma demasiado en serio. Estas reflexiones, que se centran sobre todo en el arte que se estaba realizando en el momento de la publicación del libro (1968), sin embargo, son aplicables a otras épocas históricas.

Por otra parte, escribe Umberto Eco: «El arte de las vanguardias [...] ya no se propone proporcionar una imagen de la belleza natural, ni pretende procurar el placer sosegado de la contemplación de formas armónicas. Al contrario, lo que pretende es enseñar a interpretar el mundo con una mirada distinta»⁵²³. Así que también están las aportaciones de las vanguardias detrás de este deseo de ruptura y renovación, ya que es inconcebible hablar de cualquier expresión artística sin estudiar la sociedad que la produce y viceversa. Sobre la idea de *bello* había trabajado, por ejemplo, el Cubismo que, introduciendo las máscaras africanas y las distorsiones, consideraba que las aberraciones podían también ser hermosas, sin con esta expresión se reflejaba una búsqueda de la verdad, se iba a la esencia de las cosas. Gracias al Surrealismo, por ejemplo, el elemento *Kitsch* permite liberarse de las ataduras atávicas para plantear un arte espontáneo ya que autoriza a hablar de los sueños, eso es: de las fantasías más ocultas jugando con asociaciones imposibles. De hecho, no es casual que André Breton coleccionase objetos de los más dispares (como antiguas benditeras de cerámica, ex votos, fósiles etc.) reunidos en su *atelier* que acabó transformado en una especie de cuarto de maravillas. Esta faceta suya escondía por un lado la fascinación por los objetos encontrados y, por otra parte, por lo exótico, extraño y místico (muchos de estos objetos remitían a la esfera de la espiritualidad así que eran

⁵²² DORFLES, Gillo, *Il Kitsch: antologia del cattivo gusto*, Mazzotta, Milán, 1968.

⁵²³ ECO, Umberto, *Historia de la belleza*, Ediciones Lumen, Barcelona, 2004, p. 415.

una especie de vehículo de comunicación entre lo terrenal y lo ultraterrena). Por cierto, también Gillo Dorfles tenía una discreta colección de objetos *Kitsch*, lo que puede resultar bastante sorprendente o, quizás, coherente con la fascinación que este concepto ejercía sobre él.

Llegando a Elsa Schiaparelli, antes que nada, hay que aclarar que *Kitsch* es en realidad una palabra que ella nunca utilizó, así que las reflexiones sobre este tema son más bien subjetivas y realizada a posteriori. A nuestro entender, su fascinación por ciertos elementos llamativos se debe a tres factores que confluyen en ella. Por un lado, tenemos su personal actitud y su carácter soñador y transgresor. Por otro, está la parte burguesa de la sociedad que demanda protagonismo social y reclama productos específicos diseñados para ella. A esto, finalmente, hay que añadirle las influencias estéticas y conceptuales derivadas de las vanguardias y el Surrealismo más que otras ya que el énfasis irónico y el afán provocativo que acompañan sus creaciones, están perfectamente en línea con el espíritu surrealista. Estos tres factores, combinados entre sí, hacen que Elsa se pueda lanzarse a crear sin complejo alguno, consciente de que sólo liberándose de ciertos condicionantes sociales (tradicionalmente asociados a la moda y relacionados con la idea de pudor), se puede crear libremente y, lo que es aún más importante, hacer que las mujeres de la época acepten llevar sus diseños sin temor a ser consideradas indecentes. Y éste es un concepto fundamental: la moda de Schiaparelli contribuye a cambiar la idea preexistente de decoro entendido como comportamiento adecuado y aceptado por la sociedad en cuanto coherente con la edad o el rango social de la persona. Así que los diseños de Schiaparelli, rompiendo estas ideas preconcebidas, contribuyen, también a través del *Kitsch*, a liberar a las mujeres de las ataduras patriarcales que se manifiestan, sin lugar a duda, incluso en el sector de la indumentaria (algo de que no estamos tampoco totalmente exentas las mujeres actuales en Occidente). Es sobre todo en los complementos y en la joyería donde esta actitud rompedora de las tradiciones se manifiesta de manera rotunda, ya que éstos servían de accesorio al conjunto de la indumentaria; un añadido lujoso, caprichoso, superfluo y, por supuesto caro o muy caro, que reafirmaba el poder económico y el estatus de una persona⁵²⁴. Así que el concepto de superfluo se casa con el de necesidad si se mira al potencial social que puede tener. El objeto se vuelve un conjunto de elementos complejos y múltiples que hablan de sus usuarios e interpretan el mundo que los circunscribe, y a su vez lo modifican a través del cambio de sensibilidad que pone en marcha. Schiaparelli,

⁵²⁴ SEGUÍ, Virginia, *El Surrealismo y la Moda*, 2013, artículo publicado en la página web especializada en arte: alনারterevista.net

hija de sus tiempos, lo sabe perfectamente y hace siempre una apuesta determinada por los complementos que tienen un gran valor en sus colecciones.

Al margen de Schiaparelli, lo cierto es que en los años 30 y 40 se aprecian muchas creaciones, algunas de diseñadores desconocidos, de lo más original, lo que, en nuestra opinión, podría deberse también a un difundido sentido irónico, fruto probablemente también de las aportaciones de Dadaísmo y Surrealismo, además que emblemático de aquella época. La sensibilidad surrealista impregna de hecho varios ámbitos del diseño de producto de aquella época, ya que abre los márgenes de la experimentación y, gracias a la aportación del subconsciente, amplía el catálogo de referencias visuales hasta límites inesperados. Es el caso de los locos sombreros y tocados de la diseñadora Paulette o de muchos otros objetos que se publican en las revistas de moda de la época: tocados en forma de meridiana, de casa de campo o de avión, como aquel que lleva en una fotografía de 1930 la actriz Alice White; broches de las tipologías más dispares. Sin duda una época caracterizada por el atrevimiento de la que Schiaparelli es muy probable que sea ella misma artífice, creadora de una tendencia hacia lo desenfadado que trata de borrar los estereotipos burgueses asociados tradicionalmente al mundo de la moda y que la hicieron siempre pivotar alrededor de la idea de “decencia”, entendida como un lema universal no interpretable.

3.9.2. Schiaparelli y las ambientaciones surrealistas en los reportajes de moda

Las ambientaciones surrealistas para los reportajes de moda empiezan a ser frecuentes en 1920, aunque se desarrollen de una manera más compleja a lo largo de 1930. Este movimiento ofrece a los fotógrafos de moda la posibilidad de trasgredir sin complejos ya que les garantiza una cierta libertad creativa. Eso es, les regala la posibilidad de soltar amarras y volar hacia unas imágenes experimentales, porque ya pueden prescindir de la realidad tangible. Este tipo de fotografías no buscan la identificación con el observador, buscan la sorpresa y el juego visual mediante la sugestión de la narrativa. Y eso las hace muy atractivas, tanto para el fotógrafo que las realiza, como para el potencial comprador que las ve en las revistas. De hecho, el lado comercial no se tiene que olvidar y los propios fotógrafos saben que el atractivo y la curiosidad que despiertan estas imágenes acaban traducándose en ventajas económicas para la empresa. Además, apelando al subconsciente, son imágenes que comunican de una manera indirecta, tanto antaño como hoy en día, con lo más íntimo de un individuo.



Man Ray, retrato de Nush Eluard con vestido tipo sari de Schiaparelli, 1935.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

Uno de los primeros fotografías de moda que se sirvió del repertorio visual surrealista fue Man Ray. Suya es una fotografía de 1935 que retrata a Nush Eluard con un sari de Schiaparelli. La retratada está sentada y sostiene en la mano izquierda un espejo, de tal manera que su rostro aparece perfectamente reflejado y resulta estar repetido dos veces en la foto. Para esta fotografía, Man Ray vuelve a utilizar la técnica de la solarización con la que había trabajado ya en muchas ocasiones. Le gustaba mucho este efecto porque dota a las imágenes de una especie de aura mística que sitúa en seguida la escena en una dimensión de ensoñación⁵²⁵.

Del mismo año son dos retratos que Man Ray le hace a Gogo, habiendo ya pasado unos cuatro años desde aquel reportaje que le hizo a su madre. La joven, de unos 15 años aproximadamente, es retratada con un traje de chaqueta negro

diseñado por Elsa, un pañuelo atado al cuello, un sombrero tipo tirolés, unos mocasines y un bolso de mano con una hebilla metálica. La vemos mientras se desplaza por una habitación blanca o estando sentada en el suelo de la misma. No hay ningún tipo de atrezzo, ni nada que permita contextualizar la foto; es justo esta ausencia de referentes visuales que le otorga a esta serie de fotografías un aire surrealista. Sobre todo, aquella en la que la chica aparece de pie saliendo de detrás de una columna, resulta, en nuestra opinión, ser la más “improbable”, ya que no nos he dado saber ni hacia dónde va, ni de dónde viene y, sin embargo, su expresión es de lo más serio. Elegantemente vestida, la chiquilla mira con aire sospechoso hacia el otro lado. Este conjunto de elementos contribuye a descolocar al observador y lo deja desubicado, como delante de algo misterioso, poco claro o, por lo menos, poco convincente. Toso esto crea un ambiente surrealista, de hecho, la estética de la habitación vacía volverá más adelante, de la mano de Cecil Beaton, quien le añadirá su toque personal a este tipo de contexto. Es interesante el tema del espacio ya que representa una descontextualización absoluta, porque evade de lo cotidiano, de lo que se utilizaba habitualmente, salvo raras excepciones.

⁵²⁵ La solarización es un fenómeno cuyo descubrimiento durante mucho tiempo se atribuyó al propio Man Ray, porque él así lo había indicado. Sin embargo, estudios recientes han demostrado que fue redescubierto (porque ya se conocía desde hace décadas) por casualidad por Lee Miller, fotógrafa, ayudante y pareja sentimental de Man Ray. Se trata, en síntesis, de una sobre-exposición del negativo en la cámara, cuyo efecto final es una fotografía de tonos invertidos, justo lo contrario de lo que ocurre en un negativo tratado normalmente.

En las fotografías surrealistas, los modelos se sacan de contextos reconocibles, así como de poses convencionales y pasan a moverse en ambientes no identificables, mostrando una gestualidad inusual, quizás solo comparable con el mundo del teatro. De hecho, la teatralidad de estas composiciones, nos remite más a una puesta en escena y al artificio, que a la dimensión de lo cotidiano. De ahí que estas imágenes resulten enigmáticas, más aún para sus contemporáneos; sin embargo, es justo en este carácter inusual que reside el atractivo, lo que hace que sean propuestas visuales igualmente válidas a la hora de presentar los vestidos en las revistas de moda. De hecho, estos maestros de la fotografía crearán una tendencia que sigue estando presente todavía hoy en día, habiendo pasado por la re-interpretación de grandes fotógrafos de moda contemporáneos como Guy Bourdin o Peter Lindbergh, quienes, cada uno con su estilo, se pueden considerar dentro del grupo de herederos de esta estética fotográfica tan prolifera.

En el mes de enero del año siguiente, el fotógrafo André Durst plantea para *Vogue*⁵²⁶ una escena surrealista para promocionar unas prendas de Schiaparelli. Vemos una fotografía en la que tres modelos se encuentran situadas en un paisaje surrealista de aspecto lunar; la luz muy directa proyecta largas sombras, al estilo de los cuadros de Yves Tanguy. Al fondo una de las modelos, que tiene los ojos vendados, está rodeada por un alambre que cae misteriosamente del cielo, o, quizás, vuelve a él. Una escena misteriosa que envuelve a las prendas de la modista italiana, destacando el abrigo de corte otomano, en un contexto narrativo y simbólico sin duda muy llamativo.

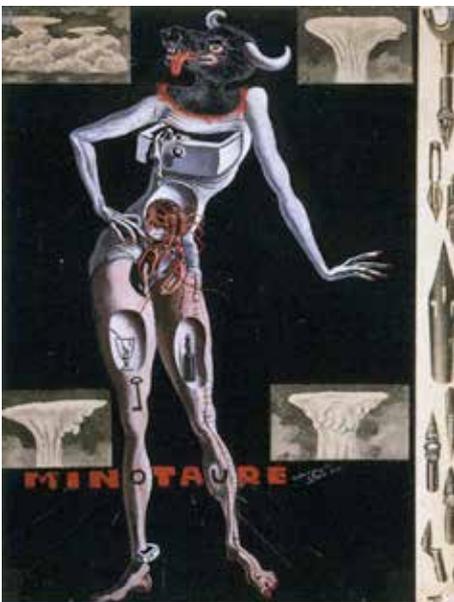
En 1936, Cecil Beaton, a quien quizás le podamos considerar como el fotógrafo surrealista más icónico junto a Man Ray, retrata a una modelo con una gabardina corta de Schiaparelli sentada en un caballete de obra mientras lee un periódico. A su alrededor unos ladrillos, una pala, un cubo para cemento, etc. En este caso, la imagen no está ambientada en un paisaje surrealista, ni en una habitación fantástica, al contrario, gira alrededor de objetos reales; el interior en el que tiene lugar la escena pertenece al mundo de la cotidianidad. Sin embargo, no deja de ser una escena surrealista, de aquel Surrealismo encontrado que el maestro Eugène Atget nos dejó en herencia. El carácter surrealista se lo otorga el contraste entre lo lujoso, lo estiloso y lo decadente, lo decrepito. Se trata de una estética muy actual, de hecho, hoy en día está muy de moda como demuestran varios reportajes que se están haciendo dentro de antiguas fábricas abandonadas u otros lugares de periferia. Paisajes distópicos que tienen el atractivo de añadir un elemento

⁵²⁶ *Vogue France*, París, enero, 1936.



Cecil Beaton, fotografías publicadas en *Vogue* de modelos con trajes de Schiaparelli y revista *Minotaure*, septiembre de 1936.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



Salvador Dalí, portada de *Minotaure*, 15 de junio de 1936.

Fuente: banco de imágenes de internet.

nostálgico a la composición. Es un hecho que esta obra de Beaton se haya convertido en un hito de la fotografía de moda. El propio Beaton, en su autobiografía⁵²⁷, relata cómo se le ocurrió la idea de un reportaje en el contexto de la construcción: en los campos Elíseos de París encontró un edificio en obras y el jefe de obra había preparado, sin darse cuenta, un decorado fantástico a base bloques de cemento, sacos de mortero, ladrillos etc.

A 1936 se remonta también la primera colaboración entre Salvador Dalí y la diseñadora italiana que quede reflejada en unas fotografías, en este caso de Cecil Beaton. Se trata de unas prendas cuyos bolsillos rectangulares y marcados se inspiran en los cajones del *Gabinete antropomórfico* daliniano (ver la ficha del muestrario), sobre los que volveremos más adelante, que aparecen publicadas por primera

vez en la revista *Vogue* del mismo año⁵²⁸. Es interesante analizar el proyecto fotográfico que plantea Cecil Beaton para presentar estas prendas ya que se trata del primero de una larga serie de reportajes de moda que presentará el fotógrafo con una atmósfera de ensoñación que, sin duda, mucho tiene que ver con su pasión por el teatro y los decorados. La estética del fotógrafo, caracterizada por la originalidad de las puestas en escena, las citas cultas (por ejemplo, a veces nos recuerda a De Chirico), está perfectamente representada en estas fotografías que realiza para *Vogue* con prendas de Schiaparelli. Porque él es capaz de crear atmósferas únicas en las que colocar a las modelos, que se distribuyen, en este caso, por un espacio indefinido, un lugar (o, quizás mejor,

⁵²⁷ BEATON, Cecil, *Photobiography*, Londres, 1951.

⁵²⁸ *Vogue France*, diciembre, París, 1936.

un no lugar) típico de los cuadros dalinianos, de marcado carácter onírico. ¿La finalidad? Evidentemente, subrayar la relación entre Surrealismo y moda, la colaboración entre Dalí y Schiaparelli. Como detalle, podemos apreciar como una de las modelos tenga entre sus manos un ejemplar de la revista surrealista *Minotaure* cuya portada había sido diseñada por Salvador Dalí⁵²⁹ y en la cual vuelve, no por casualidad, la estética de los cajones, símbolo de lo que cada uno oculta con más o menos conciencia, y que remiten al yo y superyó de Freud.

Siempre en el mismo año, Cecil Beaton realiza otro interesante reportaje surrealista para presentar dos vestidos de noche de Schiaparelli. En *Vogue France*⁵³⁰ se publica una foto en la que vemos a dos modelos (siendo Ruth Ford una de ellas), de pie en una habitación enteramente blanca y claustrofóbica en la que la única vía de escape parece estar indicada por unas grandes flechas verticales pintadas en las paredes. Las modelos llevan vestidos de Schiaparelli: la del lado izquierdo la vemos con un traje de noche realizado con la tela de raso negro con el efecto trampantojo de cintas doradas onduladas de la que hablamos con anterioridad, mientras que la otra modelo lleva un vestido en crepón oscuro embellecido con trenzas doradas en la parte delantera. Cecil Beaton vuelve a plantear una atmósfera surrealista para presentar los vestidos de Schiaparelli. Eso, por un lado, ratifica la asociación entre la modista y los artistas del grupo, por otro, contribuye a crear un imaginario onírico en el ámbito de la moda. Como prueba de eso, está la propuesta que Cecil Beaton realiza al mes siguiente para Charles James en la que presentará otra ambientación surrealista para un reportaje de moda⁵³¹. Tres abrigos de noche y una capa de Charles James son presentados por unas modelos en dos fotografías aparejadas cuya composición es exactamente la misma, con la diferencia que en la de la izquierda las modelos aparecen de frente, mientras que en la otra son fotografiadas de espalda. El ambiente vuelve a ser una habitación blanca angosta, un interior surrealista, aunque en este caso no hay flechas, sino ventanas dibujadas por Christian Bérard.

En 1937 Cecil Beaton realizará un reportaje muy interesante. Se trata de una serie de fotografías en las que retrata a Daisy Fellowes con una chaqueta de lentejuelas de Schiaparelli y, lo que es sin duda el buque insignia de estas imágenes, el famoso collar *Tutti frutti* de Cartier (un collar con diamantes, esmeraldas, zafiros y rubíes)⁵³². El punto

⁵²⁹ *Minotaure*, número 8, París, 15 de junio, 1936.

⁵³⁰ *Vogue France*, París, octubre, 1936.

⁵³¹ *Vogue France*, París, noviembre, 1936.

⁵³² Cecil Beaton Studio Archive.

surrealista de estas instantáneas está en el fondo, ya que Beaton opta por colocar a la modelo delante de una red rota, desgarrada, llena de agujeros, casi como si la señora Fellowes estuviese a pie de obra con su collar de Cartier. ¡Desde luego una imagen inverosímil donde la haya!, pero que desvela también el lado irónico e inesperado de este género de fotografía de moda. El concepto es parecido al de la foto de Cecil Beaton de 1935 del caballete: el contraste entre lo fino y lo feo.

Es de 1942 volvemos a encontrar una fotografía de moda en un contexto surrealista. Nos referimos a una hecha por el francés Baron de Meyer⁵³³ en la que vemos una creación, una traje de noche de terciopelo, de Schiaparelli⁵³⁴. La modelo se encuentra al lado de un árbol y muestra una clara actitud sorprendida frente al hecho de ver un rostro reflejado entre las ramas del árbol. Una escena que puede parecer superflua para representar una prenda, sin embargo, es muy significativa la elección de este contexto onírico ya que nos sitúa en otra dimensión otorgándole a la prenda de Schiaparelli un carácter diferencial.

Finalmente, creemos que es apropiado citar en este contexto unas fotografías de 1995, tomadas por Bruce Weber, en las que vemos a Deborah Cavendish, duquesa de Devonshire, ataviada con un amplio y elegantísimo vestido de noche en tafetán, completo de capa, mientras está dando de comer a sus gallinas en el corral del Palacio de Chatsworth. La escena es graciosa, sin duda, y la he querido poner como ejemplo de la herencia que el concepto surrealista ha dejado en la fotografía de moda y como éste haya llegado hasta tiempos recientes, a través de varias re-interpretaciones, pero permaneciendo fiel a aquella apuesta por lo absurdo que tiene en el DNA desde siempre. Además, se trata de una fotografía que está doblemente relacionada con Schiaparelli, ya no sólo por el vestido que lleva la duquesa, posiblemente de la diseñadora italiana, según ha indicado Natalia Aspesi⁵³⁵, sino también porque esta periodista italiana, quien escribió la prefacio de la edición italiana de la autobiografía de Schiaparelli, tiene, en una pared de su casa, una reproducción de enormes dimensiones de la imagen de la duquesa de Devonshire y sus gallinas que se ha hecho muy popular en Italia⁵³⁶.

⁵³³ Baron de Meyer, precursor de la fotografía de moda, tiene 74 años cuando toma esta fotografía, lo que demuestra que está al paso con los tiempos y quiere hacer una foto según las tendencias modernas.

⁵³⁴ *L'Art et la Mode*, París, enero, 1942.

⁵³⁵ FIORI, Simonetta, "Il mondo di Natalia" en *D-La Repubblica*, Roma, octubre, 2011.

⁵³⁶ La actualidad de esta curiosa toma es demostrada también por el reportaje que la fotógrafa Oksana Kirik realizó en 2020 a la modelo Ann Peregibenko enseñando lencería de marca en un corral repleto de animales.

3.9.3 La colaboración con Giacometti y Meret Oppenheim

Una colaboración ilustre es sin duda aquella que la *Maison* tuvo con el artista suizo Alberto Giacometti (1901-1966)⁵³⁷. Tras pasar por una temprana fase academicista y otra cubista de influencias tribales, Giacometti, entre 1930 y 1935, está vinculado al Surrealismo, al que aporta su peculiar manera de entender la relación entre la materia y el volumen a la búsqueda constante de lo invisible, lo espiritual, lo que le lleva a la desmaterialización más absoluta⁵³⁸. Además de su faceta de pintor y escultor, hay que destacar aquella de diseñador de producto mediante la cual su arte crea una intersección con el mundo de Schiaparelli, de hecho, al ser un artista que trabaja también el tamaño diminuto en la escultura, el paso hacia la joyería es breve. Dicha colaboración resulta ser muy prolifera en 1935, año en el que Giacometti colabora con Jean-Michel Frank en la decoración del *atelier* de la *Place Vendôme*. Schiaparelli había siempre recurrido al decorador y amigo Frank, en quien confiaba plenamente, así que, ya que él llevaba desde 1930 trabajando con Giacometti (Man Ray fue quien los presentó y Frank le encargaba diseños de muebles y lámparas), el trabajo del *atelier* de la *Place Vendôme* es en realidad el resultado de esta importante colaboración. Allí había, de hecho, muchos objetos diseñados por el artista suizo, como queda patente en varias fotografías de los interiores del palacio: candelabros, lámparas de pie concebidas como columnas y jarrones en forma de concha son piezas de gran belleza y simplicidad realizada por Giacometti⁵³⁹. Así que Schiaparelli acabó convirtiéndose en coleccionista de Giacometti, cuyas obras fueron a engrosar su colección de arte, con la diferencia de que éstas tenían un uso (lo mismo, por otra parte, pasaba con sus varios biombos, algunos de ellos diseñados por Vertés o Bérard y de gran belleza y valor artístico), hecho que, por cierto, contribuye al reconocimiento de las artes aplicadas y el Diseño de Producto como disciplinas de gran valor artístico, en línea con la sensibilidad de la propia Schiaparelli.

Al margen del trabajo que llevó a cabo junto a Frank, el mismo año Giacometti trabaja de manera independiente para Schiaparelli, quien le encarga los diseños de algunas joyas. Suyas son algunas series de botones, de valor escultórico, que utiliza la modista y que alcanzan casi más el nivel de joyas que de meros botones. Por otra parte, los broches de

⁵³⁷ VV.AA., *Schiaparelli & the artists*, op.cit.

⁵³⁸ MUÑOZ, Miguel Ángel, “El diálogo poético de Giacometti”, en *La jornada*, 25 de mayo de 2008
Núm: 690, Ciudad de México, 2008.

⁵³⁹ VV.AA., *Schiaparelli & the artists*, op.cit.

Giacometti, en forma de esfinges o sirenas, han marcado un hito no solo en la Historia de la Moda, sino también en la del Arte ya que representan, a nuestro entender, una buena síntesis entre elementos del mundo antiguo y el estilo único y de sentir contemporáneo del artista suizo. Una de las características de estas piezas es que no tienen a la vista los tradicionales agujeros de los botones, sino que los amarres se encuentran en la parte posterior, lo que los asemeja más a broches que a botones, más a medallas que a objetos convencionales, de hecho, de algunos de ellos llegó a hacer broches con solo cambiar el gancho por un cierre manual. Encontramos creaciones de Giacometti, realizadas en bronce dorado para Schiaparelli, en la chaqueta de un elegante traje negro de lana y terciopelo, o en la abotonadura del cuello de un vestido en *crêpe* marrón, ambos de 1938. En lo que al diseño de botones se refiere, Giacometti, se remite a la estética de las monedas antiguas, de contornos y grosores irregulares y frecuentes escenas ecuestres, lo que le permite rendir homenaje a la artesanía y los procesos de manufactura, lo que, además, nos recuerda la vibración matérica de sus esculturas. Para la mayoría de las obras de estos años, de hecho, Giacometti utiliza el bronce *à l'écu* (al escudo), que deriva de la antigua técnica de fundición de monedas y se caracteriza por la rugosidad del acabado. Ángeles y pájaros y por otro lado referencias mitológicas están presentes en los diseños para Schiaparelli: esfinges, sirenas, náyades se encuentran en botones, broches o pulseras. Ésas remiten a lo arquetípico, a una dimensión trascendental que derivará en el concepto existencialista que vertebrará su obra futura. Es el caso de la pulsera conservada en el *Museo de Artes Decorativas de París*, que representa la cabeza de una náyade de largos pelos. Los rostros femeninos interesan a Giacometti en estos años como demuestran otras piezas como medallas y pulseras de inspiración arcaica. Va en esta línea la lámpara de pie *Figure Version Étroite* que poseía Schiaparelli, diseñada a cuatro manos por Jean-Michel Frank y Giacometti entre 1935 y 1937. Esta pieza presenta una cabeza femenina en la extremidad superior, de tal manera que el mástil de la lámpara bien puede simular el cuerpo representado como un fuste sutil, lo que nos remite, inevitablemente, a las figuras estilizadas que Giacometti empezará a realizar dentro de unos años. Del mismo periodo es la lámpara de mesa *Écossais* (escocés), hecha en yeso, que trata el mismo tema del rostro. El artista incluso llega a dedicar unas pequeñas esculturas a Schiaparelli (así es indicado en la página de la *Fundación Giacometti*) ya que reproduce sus facciones y la diseñadora es así representada como un fragmento clásico (por ejemplo, podría recordar a las cabezas de las tanagras, algunas de las que se encontraron separadas del cuerpo, lo que no deja de tener un cierto carácter surrealista, aunque posiblemente no fuese esta

la intención). La cita al mundo antiguo que encontramos en estas pequeñas cabezas o en los botones que diseña para Schiaparelli, no es de extrañar en un artista como Giacometti quien, unos años después, en 1955, descubrirá en el *Louvre* las estilizadas esculturas antropomorfas de los Etruscos. Estas piezas constituirán una importante fuente de inspiración para el artista suizo que llegará así a protagonizar su más representativo viraje artístico hacia las esculturas alargadas que representan el desgaste como metáfora de la condición humana. Así que, a través de sus creaciones de las décadas anteriores, incluidas aquellas que diseña para Schiaparelli, podemos apreciar cómo sea una constante en Giacometti el interés por el mundo antiguo y por los elementos simbólicos y mitológicos que le ayudarán a reinventar el lenguaje artístico y crear una simbología totalmente personal⁵⁴⁰.

Meret Oppenheim (1913-1985) es otra de las grandes mentes creativas que trabaja para Schiaparelli a cuyo *atelier* aporta contenidos feministas y reivindicativos. Descubierta por Giacometti y Hans Arp en 1933, fueron ellos quienes la introdujeron en el ambiente surrealista al ver el carácter visionario de sus obras y, de hecho, a partir de este momento, expuso regularmente con el grupo; además es de este mismo año la famosa foto (*Erotique voilée*) que le hizo Man Ray al lado de un tórculo, que fue publicada en *Minotaure* y contribuyó a crear el mito erótico de esta joven emancipada, musa de los surrealistas. En esta fase temprana de su creatividad, ya da muestra del interés por la metamorfosis, y constantes son las referencias antropomórficas que se mezclan con aquellos animales. Es el caso de sus mitones de 1936 de los que afloran unos inquietantes dedos de uñas pintadas de rojo o, a medio camino entre Diseño de Producto y objeto artístico, la mesa con patas de ave de 1939⁵⁴¹. En su obra, un elemento constante es la relación con el objeto que, ofreciendo otra lectura del *ready made*, es transformado bajo las manos creadoras de la artista que le da una nueva vida y hace que adquiera nueva simbología, sin dejar atrás del todo su significado originario que subyace en el concepto. Son frecuentes las referencias al universo femenino (zapatos, guantes etc.), entendido como ámbito íntimo y privado



Elsa Schiaparelli, guantes de piel, 1936.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁵⁴⁰ Sobre este tema se celebró la exposición *Giacometti et les étrusques*, en la Pinacoteca de París, del 16 de septiembre de 2011 al 08 de enero de 2012.

⁵⁴¹ VV.AA., editado por GROSENICK, Uta, *Le donne e l'arte*, Taschen, Modena, 2002.

sobre el cual la mujer debe tener pleno derecho de decisión sin estar coartada por normas sociales no escritas, ataduras de las que hay que aprender a tener el valor de soltarse. Así que, con notable ironía, trata el tema del fetiche, del objeto del deseo, como elementos clave que es necesario aprender a gestionar, en efecto, esta temática reivindicativa la acompañará a lo largo de toda su vida y, cuando recibe el *Kulturpreis der Stadt Basel* (Premio de Cultura de la Ciudad de Basilea) en 1974, en el discurso que pronuncia, hace hincapié en este aspecto⁵⁴². «Me gustaría decir que, como mujer, una tiene la obligación de demostrar con su forma de vida que ya no considera válidos los tabúes con los que se ha mantenido a las mujeres en estado de sometimiento durante miles de años. La libertad no te la dan, tienes que tomarla»⁵⁴³. Una obra icónica de esta manera de sentir y vivir la feminidad es *Ma gouvernante* de 1967, en la que dos zapatos de tacón se presentan atados e invertidos simulando un pollo asado, metáfora de los condicionantes sociales y las ataduras a las que las mujeres están sometidas. Otra obra representativa de su arte es la atípica pieza de joyería *Anillo de azúcar* que consta de un terrón de azúcar engastado como si de un diamante se tratara, una manera irónica, en nuestra opinión, de aprender a endulzar aquellos momentos que resultan especialmente amargos y a la vez un guiño a lo efímero del materialismo con el que el patriarcado pretende manipular y encasillar a las mujeres. También podemos destacar piezas como los dos collares de huesos (uno, en plástico, de 1935 y otro de plata, realizado en 1936⁵⁴⁴) que brillan por su actualidad, los guantes con las venas, sobre los que volveremos más adelante, o la obra *Pareja* (1956). Esta pieza, realizada con dos botines de cuero pegados entre sí de manera que se vuelven inservibles, simboliza los obstáculos que se encuentran las mujeres y que muchas veces son colocados por los propios hombres que, en vez de actuar como pareja y compañeros, impiden el natural proceso de elección y desarrollo de las mujeres (obstáculos, además, aceptados por una sociedad connivente). En 1968, la artista realizará otra obra interesante, *El espejo de Genoveva*, una litografía en blanco y negro que explora las posibilidades de un objeto de tocador: el espejo, símbolo de vanidad y cánones de belleza. En esta obra el espejo de mano, enteramente cubierto de pelo, presenta un cristal en forma de la mitad inferior de un rostro femenino, mientras que el soporte se ha transformado en una pezuña bovina, lo que nos remite a la idea de metamorfosis y a la mesa con patas

⁵⁴² *Ibidem*.

⁵⁴³ Fragmento del discurso pronunciado por Meret Oppenheim en la ceremonia de entrega del premio *Kulturpreis der Stadt Basel* con el que fue galardonada en 1974.

⁵⁴⁴ LEVY, Thomas, “Meret Oppenheim: From breakfast in fur and back again: the conflation of images, language, and objects”, en *Meret Oppenheim's applied poetry*, New York, 2003.

de ave de unos años antes. Así, la artista suiza ofrece una lectura sobre los estereotipos y las convenciones, planteando lo engañoso de las apariencias como una seria amenaza a la libertad e invocando, una vez más, la ironía y la determinación como ingredientes fundamentales para luchar contra el patriarcado y sus condicionantes de género. El espejo-rostro, por otra parte, no puede no recordarnos los platos *Tema e Variazioni* (1952) de Piero Fornasetti en los que el rostro de Lina Cavalieri es modificado con posibilidades infinitas y en los que uno de ellos presenta el mismo encuadre cerrado (nariz y boca) que encontramos en *El espejo de Genoveva*.

En el caso de la obra de la Oppenheim, la referencia, sin embargo, es al mito de la reina Ginebra, icono de fragilidad (como el espejo), por haber cedido a la tentación del amor, así que la eleva a mito rebelde en vez que a representación simbólica del origen del mal. Con este gesto trata, a nuestro entender, de revertir las asociaciones negativas que se solían hacer de esta figura, entendida cómo la encarnación del mal y la perversión, responsable de la caída del reino de Camelot. Ejemplo mitológico y literario de la reiterada idea de la mujer como personificación de lo negativo (es el caso también del mito de Pandora o Helena de Troya), contra la que la artista se rebela proponiendo una nueva lectura.

La personal interpretación que la artista hace de los enseres femeninos y del mito, su lectura en clave feminista de ciertos objetos de uso cotidiano y, finalmente, su relación directa con el ambiente surrealista, explican en parte como la colaboración con Schiaparelli fuese una lógica consecuencia de su sensibilidad artística. El encuentro entre la modista y Meret Oppenheim constituye un verdadero revulsivo en la trayectoria de Schiaparelli ya que las propuestas geniales y sorprendentes de la joven e inquieta Meret aportan un aire aún más intelectual y experimental a la Casa. La primera colaboración entre las dos mujeres se remonta a 1936; Meret Oppenheim, recién llegada a París, se buscaba entonces la vida como *freelancer* diseñando complementos. La primera joya que la artista vendió a la *Casa Schiaparelli* fue una pulsera metálica, presentada en la colección de invierno de 1936, enteramente cubierta de pelo⁵⁴⁵. Se trata de la misma pulsera que llevaba puesta Meret Oppenheim en el famoso encuentro que tuvo en París con Picasso y Dora Maar. En esta ocasión el pintor español, sorprendido por la curiosa



Meret Oppenheim, pulsera realizada para Schiaparelli, 1936.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁵⁴⁵ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.



Meret Oppenheim, *Desayuno en piel*, 1936, Museo de Arte Moderno, Nueva York.

Fuente: banco de imágenes de internet.

joya de la joven, afirmó que, efectivamente, todo se podría cubrir de pelo, dando a la joven e inquieta artista la idea para su *Déjeuner en fourrure* de 1936. Protagonistas de esta obra son una taza, un plato y una cucharilla, normalmente asociados al *bon ton*, y transformados en algo primitivo y erótico que sorprende por su textura y matices inesperados y totalmente inadecuados para el momento del té. La utilización del pelo, explícita cita al universo femenino, usado como material para recubrir objetos fascinó a hasta tal punto a Elsa Schiaparelli que comienza a incorporar ella misma, a partir de ahora, este material a tocados y chaquetas

que cautivarán hasta a la mismísima Marlene Dietrich, clienta aficionada de la *Maison* francesa⁵⁴⁶. En su colección *Circus* de 1938, de hecho, retoma esta estética de los objetos “peludos” y presenta unos botines de pelo de mono, de rabiosa actualidad y que se han convertido en una de las piezas representativas y marca de la Casa. Así que el rastro que deja la Oppenheim en el mundo de la moda es amplio y llega hasta nuestros días cuando el pelo, al margen de las comprensibles reivindicaciones ecologistas de la sociedad actual, está indisolublemente relacionado con el carácter femenino. Por su parte, la artista suiza siguió diseñando objetos cubiertos de pelo, entre los que se puede contar *Ardilla*, de 1969, en la que el asa de una jarra de cerveza es cubierta de pelo, simulando la cola de una ardilla y sugiriendo la sutileza de los confines entre lo masculino y femenino, y un anillo de 1978 que hace juego con la pulsera. A estas, además, hay que sumar *Suvenir du Déjeuner en Fourrure* de 1972, una versión en tamaño reducido, protegida por un cristal, de su obra más famosa que se convierte así en un pequeño cuadro, un fetiche portátil, algo a medio camino entre amuleto y, como el nombre indica, recuerdo que nos marca siempre el camino a seguir para la libertad.

3.9.4 La colaboración con Leonor Fini: dos italianas en París

En su trabajo como artista polifacética, Leonor Fini (1907-1996), pintora, escenógrafa, diseñadora, ilustradora y escritora, supo conciliar su incesante y muy viva creatividad con un sentimiento siempre actual. Su renovada idea del rol de la mujer dentro de una sociedad

⁵⁴⁶ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

cambiante hizo de ella una figura clave no solo dentro del Surrealismo, movimiento al que estuvo vinculada durante un tiempo, sino de la Historia del Arte en general. Max Ernst, quien tuvo con ella un breve romance, para definir su irresistible atractivo, como mujer y artista, la definió como «la furia italiana en París»⁵⁴⁷, dejando claro que su carácter era fuerte y determinado, su personalidad arrolladora. Era una mujer hermosa y de una belleza perturbadora, hasta el punto de que fue retratada por las cámaras de Man Ray, Dora Maar, Lee Miller, Erwin Blumenfeld, Cecil Beaton, George Hoyningen-Huene, Henri Cartier-Bresson, Eddy Brofferio y muchos otros, convirtiéndose en una de las pintoras más fotografiadas del siglo XX. De Dora Maar, por ejemplo, son algunas de las instantáneas más emblemáticas que la representan como una joven hermosa, de bello rostro, cuerpo seductor y mirada trasgresora. La dimensión de lo femenino y lo masculino va a vertebrar su obra, jugando a veces con cierto carácter andrógino; y el cuerpo queda suspendido en una dimensión intemporal, en vilo entre ironía y metáfora. Este juego y alternancia de roles lo ponía en práctica en su propio cuerpo, al ser aficionada al mundo del teatro, a los disfraces y a las máscaras que exhibía con frecuencia en las fiestas parisinas y le permitían ocultar su belleza para dar paso a la auto ironía⁵⁴⁸.

La determinación de la Fini y, por supuesto, su estilo impregnado de alucinaciones y referencias mitológicas, hicieron que se convirtiese en una de las mujeres del grupo Surrealista, contribuyendo a abatir clichés que enclaustraban, desde hace siglos, a las mujeres artistas. Con lo cual, aunque fuera ya solo por esto, su aportación a la cultura igualitaria es indiscutible y su rol, como el de otras artistas de la época, es el de una mujer comprometida que plantea una pintura sin tapujos. Su contribución va más allá del ser musa y amante (papeles ambos que encarnó, sin duda), al ser también protagonista y artífice de una estética renovada que ve a la mujer y a su cuerpo protagonista de obras de fuerte carácter emblemático y simbólico. De este modo apunta a una nueva dimensión de lo femenino, ya que hace referencia a la feminidad en el sentido más amplio del término, alejando el espectro de los clichés burgueses o bien jugando irónica y libremente con ellos.

Nacida en 1907 en Buenos Aires, de madre italiana, de Trieste, y padre argentino (aunque de origen italiano también), Leonor Fini vive en Argentina solo el primer año de

⁵⁴⁷ LARCAN, Laura, “Fini, la “Garbo del Surrealismo”. Un’ italiana da Parigi a Trieste”, en *La Repubblica*, Roma, 2009.

⁵⁴⁸ Cfr. PALMEGIANI, Maria Elena, “Leonor Fini hacía una nueva dimensión de lo femenino”, en *Mujeres en guerra/Guerra de mujeres en la sociedad, el arte y la literatura*, Estela González de Sande y Mercedes González de Sande editoras, Oviedo, 2014.

vida al separarse muy pronto sus padres. Regresada con su madre a Trieste, pasa la juventud en un ambiente familiar acaudalado y estimulante en el que conoce a Leo Castelli, James Joyce e Italo Svevo entre otros intelectuales de la época. A pesar de la relación conflictiva que mantienen sus padres en la distancia y no obstante la incertidumbre vital fruto de los continuos intentos de él de llevarla consigo a Argentina, los estímulos cultos que el ambiente triestino le propicia hacen huella en la sensible personalidad de la joven que manifiesta muy pronto sus habilidades artísticas. Ciertamente, su afición al dibujo aparece en edad muy temprana como demuestran los muchos retratos de señoras burguesas de Trieste, amigas de su familia, que empieza a realizar ya en 1914, hasta que, a la edad de 17 años, participa por primera vez en una exposición colectiva. Así, la Leonor pintora sale a la luz; el ambiente culto que la rodea propicia y fomenta este don innato y las clases de pintura que recibe del artista triestino Edmondo Passauro la influyen notablemente acercándola a un realismo meticuloso⁵⁴⁹.

1929 es un año muy importante en la formación artística de Leonor Fini ya que, al ser principalmente autodidacta, adquieren gran importancia los encuentros y las relaciones personales; maestros y amigos que van a enriquecer su visión y colaboran en la forja de su estilo personal. En Milán los artistas del grupo *Novecento* aprecian su obra y la invitan a participar a la *Seconda Mostra del Novecento* italiano, una experiencia única e importante que la proyecta en un panorama internacional y le da visibilidad frente a la crítica y al ambiente artístico del norte de Italia. Es en esta época cuando conoce a artistas como Carlo Carrà, Massimo Campigli, Arturo Tosi, Mario Sironi, Giorgio De Chirico, Marino Marini y Achille Funi. Es este último quien la acerca al clasicismo y le permite asimilar a su obra una estética academicista y de toques renacentistas, complementando su formación también con viajes y estímulos literarios. Es tan intenso el entendimiento entre ambos artistas que entablan una relación sentimental en la cual el experimentado artista, de casi veinte años mayor que ella, ejerce de mentor y maestro.

La experiencia milanesa durará poco más de un año ya que Leonor decidirá ir a París junto a Funi. A pesar de los estímulos que la ciudad italiana le proporciona, la joven se siente enclaustrada en Milán que, respecto a las expectativas que ofrecen otras capitales europeas, satisface cada vez menos su insaciable curiosidad y afán de aprender. Además, no deja de ser frustrante para ella el medio que la rodea sobre todo por la hostilidad que aprecia hacia las mujeres artistas: los hombres que frecuenta y le tienen aprecio,

⁵⁴⁹ MASAU DAN, Maria y STRUKELJ, Vanja, “Leonor Fini”, en *Art e dossier*, número 265, Giunti Editore, Firenze, abril, 2010.

con frecuencia no entienden la sensibilidad artística de otras pintoras valorando de manera reductiva sus obras. Sencillamente, Leonor en Milán acaba con aburrirse «con todos aquellos hombres que chillaban y discutían siendo irreverentes hacia otros pintores europeos», como dirá ella misma en una entrevista a *Il Piccolo* en 1991⁵⁵⁰.

En la capital francesa, donde llega en el mes de septiembre de 1931, entra en contacto con los *Italiens de Paris*, de quienes hablamos con anterioridad y algunos de los cuales ya había conocido en Milán, y a finales del mismo año presenta unas obras en una exposición colectiva en la Galería de Jacques Bonjean dirigida por Christian Dior. Un inicio notable, sin duda, que le proporciona contactos importantes (es Dior quien le presenta a Elsa Schiaparelli, *trait d'union* con los surrealistas, además de Max Ernst). Es sin duda la cercanía con el ambiente surrealista, con el que entra en contacto en 1933, lo que resulta dar más estímulos a Leonor quien empieza a formar parte de uno de los movimientos de vanguardia más influyentes del siglo XX y con sus agallas y elegancia se abre camino en un mundo mayoritariamente de hombres. En realidad, ella no llegará nunca a definirse como surrealista, permaneciendo alejada, en cierto modo, de los preceptos bretonianos y rechazando la idea de “adepta” al movimiento. Al contrario, siempre manifestó una personalidad y libertad expresiva cautivadora. Aun así, los elementos en común con la sensibilidad surrealista son innumerables, así como las experiencias vitales, con lo que la asociación es inmediata e igualmente válida y Leonor de hecho supo ganarse pronto los favores de los maestros del Surrealismo con quienes compartía ensoñaciones y ambientaciones oníricas. A pesar de no adherir formalmente al grupo surrealista, sin embargo, sí participa en exposiciones colectivas así que, en 1936, por ejemplo, está presente en dos de las más importantes exposiciones del movimiento: la *International Surrealist Exhibition* en la *New Burlington Galleries* de Londres, y, en el otoño del mismo año, en Nueva York, en la exposición *Fantastic Art, Dada and Surrealism*. Max Ernst, Salvador Dalí, Man Ray, Paul Eluard, René Magritte, solo para citar a algunos de sus amigos, apreciaron su arte intrigante y sensual, su capacidad de combinar un potente realismo pictórico con atmósferas simbólicas y llenas de misterio. Y, entre las mujeres, Elsa Schiaparelli, Dora Maar, Meret Oppenheim y Leonora Carrington intercambiaron con ella experiencias y trabajos, influenciándose las unas a las otras, entrando en aquella prolífica dialéctica de la que sin duda se beneficiaron los tiempos.

⁵⁵⁰ *Ibidem*.

Hacia 1935, en plena relación con los surrealistas, las pinturas de Leonor Fini se vuelven más enigmáticas, con referencias a lo subconsciente y, en lo que al aspecto más plástico se refiere, la pintora va cediendo el paso a tonos brillantes y a una pincelada menos texturizada, más uniforme y velada. Se nos perfila una artista que plasma hábilmente el imaginario femenino y sabe jugar con sutileza con los estereotipos de género. Nos presenta figuras ambiguas, a veces de rasgos andróginos, que permanecen al margen de la sexualidad tradicional, invocando una libertad sexual, en ocasiones con alusiones a la homosexualidad, lo que denota la plena libertad de sus planteamientos. Una obra explicativa de su etapa surrealista es el enigmático lienzo que, en 1936, Leonor Fini lleva a la primera exposición inglesa del grupo, que se organiza en la *New Burlington Galleries* de Londres y que la propia Elsa Schiaparelli creemos que visitó⁵⁵¹. Del mismo año es también el retrato, óleo sobre lienzo, que Leonor Fini le hace a Gogo, la hija de Schiaparelli, que en aquel momento tenía 16 años. La joven es retratada de tres cuartos, sentada y llevando una larga falda de rayas a juego con una chaqueta marrón y una faja rosa, todas ellas, probablemente creaciones de su ilustre madre. El fondo neutro hace que la figura de Gogó resalte y que la atención se centre en su bello rostro, ejecutado por la Fini con sutileza y elegancia, sobre todo en lo que a la intensa mirada se refiere. Otra obra que, a nuestro entender, podría hablar de la relación entre ambas mujeres es la pintura de Leonor Fini *Autorretrato con escorpión* (1938) en la que la artista se retrata a sí misma gesticulando mientras que un escorpión entra en el guante que lleva puesto en la mano izquierda. No es objetivo de este estudio analizar el significado del cuadro, y sí centrarnos en el jersey que lleva la retratada y que presenta unas raras rasgaduras en codo y muñeca que nos recuerdan el vestido harapiento que Schiaparelli lanza en 1938 (colección *Circus*). Ya que la fecha de las dos obras coincide, no sería descabellado interpretar que la Fini se haya inspirado en el vestido de Schiaparelli. De hecho, observando muchas de las obras de la pintora, se pueden encontrar varias coincidencias de este tipo, aunque es ciertamente difícil saber el alcance exacto de las interferencias entre ambas creadoras. De todas formas, dos cosas parecen claras, y esas son el interés personal de Leonor Fini por la moda y la admiración absoluta que ella sentía por Schiaparelli. Así que, a la hora de contemplar algunas pinturas de la Fini, no sería de extrañar si advirtiéramos elementos estéticos fruto de las intuiciones de Schiaparelli. Me refiero, por ejemplo, al cuadro *Retrato de la Princesa Francesca Ruspoli* (1944) en la que la mujer lleva un elegante conjunto

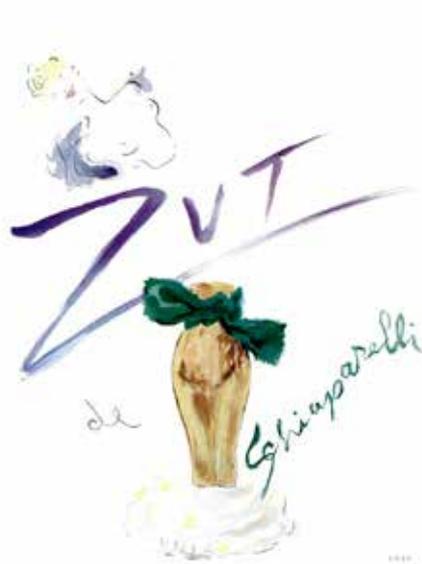
⁵⁵¹ BRETON, André, *Surrealism*, New Burlington Galleries, Londres, 1936.

de falda de terciopelo y jersey de pelo (¡cómo no recordar el pelo de mono empleado por Schiaparelli!) o la obra *El hada* (1955) en la que la protagonista luce un atuendo muy elegante que consta de una falda de seda de amplio vuelo y una chaqueta de flecos que nos recuerda el abrigo naranja de Schiaparelli (1953). Finalmente, en la obra de Leonor Fini están muy presentes figura macabra (esqueletos y calaveras), lo que sin duda responde a su propio imaginario, sin embargo, la asociación con el vestido esqueleto de Schiaparelli (1938, colección *Circus*) nos resulta cuando menos fascinante; sobre todo si se observa la obra *El ángel de la anatomía* (1949). Se trata de sugerencias, muy probablemente, pero el juego poético que abren es cautivador y, como tal, entendemos que hay que dejar que fluya.

El tema del cuerpo femenino aparece claramente en otra obra de Leonor Fini: un encargo que le hace su amiga Elsa Schiaparelli, para la que diseña el frasco de su primer perfume, *Shocking*, que se lanzó en 1937⁵⁵². En él se aprecia un busto envuelto en un metro de costurera rematado por un botón en el cual se ve la inicial de la modista, la letra “S”. El tapón está decorado por un ramo de flores de porcelana de colores y el frasco está encerrado dentro de una campana de vidrio. Al cabo de un tiempo, Schiaparelli declaró que, mientras que estaba trabajando en el perfume, estaba realizando el vestuario de Mae West para la película *Every Day's a Holiday* (1937), y confesó que la silueta de reloj de arena de la actriz americana le había inspirado la forma del frasco de perfume que diseñó Leonor. «Mae West vino a París. Después de haberla colocado encima de la mesa operatoria de mi *atelier*, la midieron y estudiaron con atención y curiosidad. Me había enviado todos los detalles más íntimos de sus famosas formas y, para una mayor precisión, me había hecho llegar también una estatua de yeso que la retrataba completamente desnuda en la posición de la *Venus de Milo*»⁵⁵³. Así que hemos de creer que los volúmenes del frasco de *Shocking* fuesen fieles a las voluptuosidades naturales de la actriz que en aquella época era un auténtico icono de belleza y sensualidad, como destacará también Dalí en algunas de sus obras más conocidas. Esta objetualización del cuerpo femenino realizada por Schiaparelli y Fini en realidad no es tal y aquí reside una de las principales aportaciones de las mujeres al movimiento surrealista: el cuerpo-objeto es sujeto activo, y no pasivo. La campana de vidrio protege ese cuerpo y lo eleva a la categoría de obra de arte. La mujer elige libremente lo que concierne a su esfera más íntima, a su sexualidad y el punto de vista se vuelve personal, alejándose de los estereotipos anteriores. Por otra parte, el maniquí (en

⁵⁵² WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

⁵⁵³ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit.



Publicidad del perfume de Schiaparelli,
Zut, 1938.

Fuente: banco de imágenes de internet.

este caso de sastre) entendido como áter ego de lo humano, está muy presente en toda la estética surrealista y nos devuelve al repertorio onírico bretoniano.

Después de *Shocking*, Schiaparelli al año siguiente lanzará otro perfume: *Zut*, cuyo frasco será justo la parte inferior del busto de la fragancia anterior. Esta vez la botellita tendrá la forma de unas piernas femeninas que alaban las voluptuosas caderas de las mujeres. El cuerpo femenino es exaltado en estos dos frascos de perfume que celebran su belleza y sensualidad, sin tapujos y con cierta dote de ironía y desparpajo.

La colaboración entre Leonor Fini y Elsa Schiaparelli se materializa también en una ilustración que la pintora realiza en 1939 para la revista *Harper's Bazaar*. La imagen representa a una mujer de espaldas con un vestido de un rojo intenso de la *Maison Schiaparelli*. La falda presenta en la parte posterior dos pinzas que sobresalen rectas y un llamativo lazo, amarillo y rojo, a juego con los guantes. La protagonista gira la cabeza para dirigir su mirada hacia nosotros y en su rostro podemos encontrar los rasgos de aquellas bellezas austeras y andróginas que le interesaban a la Fini. Posiblemente no hubiese sido más que una de las muchas ilustraciones de moda de excelente factura que se hacían en aquel entonces en la fértil capital francesa, si no hubiesen aparecido unas extrañas figuras que capturan nuestra atención convirtiendo la escena en un momento mágico, una aparición fantástica. Lejos de devolvernos una imagen de moda tradicional e inspirada en la cotidianidad de la vida mundana, la pintora nos representa a una mujer rodeada de seres con torso de mujer y alas de pájaro, reminiscencia mitológica de las arpías, quienes acuden al reclamo de la joven, como si de su ama se tratara. Las figuras extrapoladas de la mitología empezarán a poblar cada vez más a partir de esta fecha las obras de Leonor quien recurrirá a menudo a las esfinges para representar esta visión intemporal y universal de la mujer guardiana y protectora, enigmática y seductora que se desenvuelve tanto en la dimensión doméstica como en aquella social y mundana⁵⁵⁴. Así esta ilustración de moda nos presenta, a mi modo de ver, una mujer determinada

⁵⁵⁴ OVERSTREET Richard, catálogo de la exposición *The Sphinx's Riddle: the Art of Leonor Fini* celebrada en la Weinstein Gallery de San Francisco del 30 de junio al 11 de agosto de 2012, Weinstein Gallery ed., San Francisco, 2012.

y elegante, como a querer recordar que el estilo y el buen gusto no van reñidos con la capacidad de gestión y control. Figuras mitológicas (o en ocasiones inventadas por ella misma) aparecen también en dos ilustraciones que Leonor Fini realizó para *Harper's Bazaar* en 1940⁵⁵⁵ dibujando dos *looks* de Schiaparelli. En una de las ilustraciones la modelo lleva “de paseo”, atado a una correa, una especie de ciervo-esfinge con patas de palmípedo, mientras que en la segunda otro ser de raras facciones, algo a mitad de camino entre un perro y un león mira a la protagonista de la imagen que le devuelve la mirada. Una estética que entronca perfectamente con el misterioso mundo de Leonor Fini y con su afición por las esfinges y las mujeres enigmáticas. Los conjuntos que son ilustrados por la Fini para *Harper's Bazaar* son ambos de silueta de sirena: en el primer caso, se trata de un vestido negro conjuntado con un bolero azul, mientras que en la segunda ilustración vemos una falda con una camisa roja. La artista sabe devolver la sofisticación de estas prendas a través de sus dibujos y añade su toque personal para cautivar aún más a las lectoras de la revista. La colaboración de Leonor Fini con *Harper's Bazaar* seguirá durante un tiempo, de hecho, entre 1946 y 1947 realizará dos portadas para el *magazine* utilizando en ambas ocasiones un delicado rostro femenino en primer plano y tratado con tonos pastel.

Otra obra de temática femenina de la artista es una de 1939, considerada una de las piezas más representativa de su relación con el ambiente surrealista⁵⁵⁶. Se trata de un armario antropomorfo que presentará en la Galería de René Drouin y Leo Castelli (París) en una exposición de artes decorativas que además ella misma ayudó a coordinar. Obras de otros artistas como Salvador Dalí, Max Ernst o Meret Oppenheim se expusieron en aquella ocasión y tanta fue la repercusión del evento que el fotógrafo George Hoyningen-Huene realizó para *Harper's Bazaar* un reportaje en el que unas modelos se pasean entre estos objetos surrealistas de extraordinaria hechura; incluso tenemos un retrato de la pintora posando delante de su armario con un ceñido vestido Schiaparelli⁵⁵⁷. El armario antropomorfo presenta en las puertas centrales los cuerpos enteros de dos criaturas representadas de frente, hieráticas. Estas figuras grotescas, mitad humanas y mitad ave (cisnes según algunas interpretaciones⁵⁵⁸), desde nuestro punto de vista parecen vigilar el contenido del armario, ejerciendo de guardianas de un mundo íntimo y extremadamente

⁵⁵⁵ *Harper's Bazaar USA*, New York, marzo, 1940.

⁵⁵⁶ VVAA, *Cosas del Surrealismo. Surrealismo y diseño*, op.cit.

⁵⁵⁷ MARTIN, Richard, *Fashion and Surrealism*, op.cit.

⁵⁵⁸ RAGOZZINO, Marta, “Surrealismo”, en *Art e dossier*, número 103, op.cit.

privado. El aspecto monstruoso de las dos figuras, si bien de bello rostro, induce al respeto, transmite autoridad; ellas velan sobre el contenido del armario, que bien podría ser interpretado como un símbolo del universo femenino, y la apertura de las puertas sólo puede ser autorizada por la dueña, así como, en nuestra opinión y planteando una lectura personal, cada mujer decide sobre su condición, más allá de los clichés impuestos por la sociedad.

En la misma exposición, Leonor Fini presenta también otro objeto en línea con la estética surrealista: una silla en forma de corsé (1939). Celebra aquí la liberación de las mujeres de un objeto sumamente incómodo y ensalza la moda airosa que se había acabado imponiendo desde hace un par de décadas. La idea del cuerpo enclaustrado en una armadura había estado presente ya en una pintura de la Fini de 1938 titulada *Mujer con armadura* en la que aparecía una joven ataviada con una rígida estructura a medio camino entre armadura militar y lencería⁵⁵⁹. Ahora la silla en la cual ha sido idealmente abandonado el corsé acaba por transformarse en corsé ella misma, siendo partícipe de este juego de metamorfosis que es para la Fini el símbolo de la versatilidad, de la transformación y, en resumidas cuentas, de que no tiene sentido encasillar las cosas o las personas en roles predefinidos ya que todo puede cambiar y transformarse continuamente. Si el ojo atento de Eugène Atget había inmortalizado un escaparate repleto de lencería, objetos sin vida a la espera de un cuerpo que los animase; Leonor Fini condena el corsé a la inutilidad, lo re-interpreta a la luz de la nueva sociedad y con gran ironía lo transforma en una silla en la que las ballenas van a estructurar el asiento y el respaldo con refinadas bandas de nácar.

Elsa Schiaparelli confeccionó en varias ocasiones vestidos que Leonor Fini diseñaba para sí misma al fin de sorprender a los invitados cuando se presentaba en las mundanas fiestas a las que acudía. En una ocasión, según relata la escritora y periodista Milena Milani en un artículo publicado en la revista semanal *Tempo*⁵⁶⁰, Leonor Fini, estando en París en compañía de la Milani, recibió un paquete con el vestido para su próxima fiesta. «Tengo que tener siempre uno nuevo y diferente para encontrarme a gusto, para ser realmente yo misma, para dominar a los demás», dijo Leonor Fini, «Yo los diseño y Elsa los realiza para mí. Elsa, la gran Schiaparelli, *le plus grand couturier du monde*⁵⁶¹» y, tras decir esto, lanzó un beso al vuelo. Se trataba de un vestido de raso, tulle y plumas, todo

⁵⁵⁹ OVERSTREET Richard, catálogo de la exposición *The Sphinx's Riddle: the Art of Leonor Fini*, op.cit.

⁵⁶⁰ MILANI, Milena, "L'incantatrice", en *Tempo*, 15 de septiembre, Milano, 1951.

⁵⁶¹ *Ibidem*.

eso en color rojo sangre, relata la periodista, algo extraño y misterioso que le generó una enorme ilusión a la pintora nada más verlo. Una artista enigmática, la Fini; a través de su obra polifacética se nos abre un universo femenino complejo en el que nada es obvio, excepto la sintonía con el universo masculino hacia el cual demuestra un gran respeto. El enriquecimiento, fruto del entendimiento entre ambos géneros, está presente en sus creaciones que nos hablan de la comunicación e invitan a una reflexión sobre el lenguaje corporal donde el cuerpo, bien femenino, bien masculino, es el protagonista.

Después de la etapa surrealista, Leonor emprenderá un camino en solitario del cual nos han quedado numerosas obras⁵⁶² y, a pesar de los cambios que experimentó su creatividad, lo femenino será siempre un tema presente. A veces es planteado como reivindicación, otras veces es entendido como exaltación de la belleza, en el sentido más amplio del término, y en ocasiones es un simple reflejo de vivencias personales. Incluso, cuando son otros los artistas que nos devuelven imágenes de ella, Leonor nos aparece siempre diferente, hábil transformista, pero su mirada profunda y directa es inconfundible y el alcance de esa mirada, así como de todo su imaginario visual, ha llegado intacto hasta nuestros días, prueba de la actualidad y vigencia de su obra.

3.9.5 La colaboración con Jean Cocteau y otras referencias poéticas

Otra importante contribución para el *atelier* de Schiaparelli, fue la del escritor Jean Cocteau, quien hizo varios dibujos para la modista. La relación de Cocteau con el mundo de la moda está relacionada sobre todo con Schiaparelli, aun así, la vinculación importante que el francés tuvo con el teatro lo relaciona, de manera inevitable, con el vestuario teatral, de hecho, algunas obras en las que trabajó (como el ya mencionado ballet *Parade*), destacaron justamente por la indumentaria llegando incluso a marcar un hito en la Historia del Vestuario Escénico.

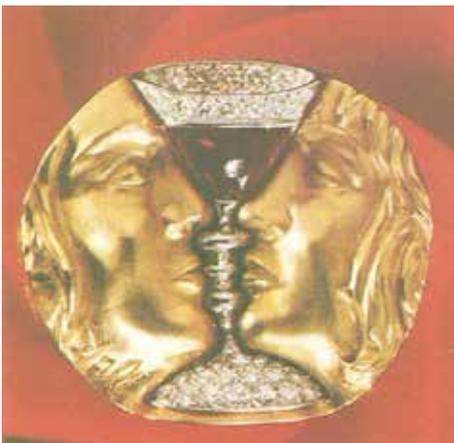
La primera muestra de la amistad entre Cocteau y Schiaparelli, la tenemos cuando, en la colección de octubre de 1936 para la primavera de 1937, la italiana presenta una capa negra larguísima y ricamente bordada en ambos hombros (ver ficha del muestrario). Su relación profesional comienza en 1937 cuando Cocteau realiza el diseño para un broche que le encarga la Casa Schiaparelli: una pieza de metal policromado en forma de ojo y de pez a la vez que presenta una perla en el lado izquierdo (representación de una

⁵⁶² FINI, Leonor, *Le livre de Leonor Fini*, Clairefontaine, París, 1975.



Jean Cocteau y Schiaparelli, abrigo, 1937.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



Salvador Dalí, *Tristán e Isolda*, escultura en oro, esmalte y diamantes, 1953.

Fuente: JIMÉNEZ PRIEGO, María Teresa, *Dalí, joyero del siglo XX*, ediciones de la UNED, Madrid, 1999.

lágrima). Como ya hemos visto, el tema de los ojos está muy presente en el imaginario surrealista, así que se trata de una estética que entronca perfectamente con el momento, aunque Cocteau le añade su toque lírico, de hecho, la asimilación del ojo con el pez es fruto de la asociación de ideas más propias del universo personal del escritor. Podría interpretarse, según nuestro punto de vista, como una referencia a los símbolos de la religión católica y a su dimensión espiritual y divina, en contraste con lo humano y tangible, representado por el broche como objeto de belleza. Cocteau diseña otro ojo/pez de características similares para un alfiler chapado en oro en el que se observa un rostro de perfil, esquematizado según su estilo inconfundible⁵⁶³.

La faceta de dibujante de Cocteau es también muy importante, de hecho, él la desarrolla a la par que su carrera literaria. De 1937 es un boceto en el que Cocteau retrata a Schiaparelli y que fue publicado en *Harper's Bazaar*⁵⁶⁴. Por otra parte, unos dibujos de Cocteau fueron utilizados para piezas muy significativas de Schiaparelli: un abrigo (ver ficha del muestrario), confeccionado en color azul, y una chaqueta, ambos presentados en la colección de otoño de 1937. Con respecto al bordado de la chaqueta, según Blum Dilys⁵⁶⁵, hay referencias al tema wagneriano de *Tristan e Isolda*. En ella se observa un perfil femenino cuyo brazo corre a lo largo de la solapa y se pliega hacia atrás, como si de un cinturón se tratara, agarrando en su mano un pañuelo. La cabeza de la mujer, generando un efecto trampantojo, se apoya sensualmente

sobre el hombro y su melena dorada cae sobre el brazo rodeándolo y adornando de este modo la parte izquierda de la prenda que, en una lograda asimetría, destaca por originalidad y finura, además que por su valor artístico y, posiblemente, literario. Según Blum Dilys,

⁵⁶³ Jean Cocteau, a partir de los años 50, diseñará varias joyas, creaciones que se encuentran a la venta aún hoy en día con su nombre y cuyos derechos gestiona la *Fundación Pierre Bergé* (empresario, mecenas y pareja sentimental del diseñador Yves Saint Laurent).

⁵⁶⁴ *Harper's Bazaar*, París, marzo, 1937.

⁵⁶⁵ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit. p. 125.

la mujer de largos cabellos dorados podría ser una representación de la soprano Kristen Flagstad⁵⁶⁶ que interpretó el papel de Isolda en el *Tristán e Isolda*. Las referencias iconográficas a la obra wagneriana podrían ser solo una coincidencia, probablemente, si Dalí no le hubiera pedido a su amiga Elsa, hace solo un año antes, realizar el vestuario para *La locura de Tristán*, sin finalmente darle el encargo. De ser así, a través de estas dos prendas, Schiaparelli estaría lanzando una indirecta a su amigo Dalí y, por ende, a la diseñadora francesa Coco Chanel, cuya enemistad manifiesta con Schiaparelli era conocida por todos entonces como en la actualidad.

El escritor y la modista vuelven a trabajar juntos cuando, en 1940, Schiaparelli diseña el vestuario de su obra de teatro *Les Monstres sacrés*. De este mismo año es un abrigo atribuido a Schiaparelli que presenta unos botones que bien podrían ser fruto de la colaboración con Cocteau. Se trata de una prenda de lana azul marino que presenta en la solapa del cuello dos pájaros volando, bordados con hilo de oro y seis botones de cerámica de tamaño considerable que representan unas manos blancas cerradas que guardan en el puño a un pájaro dorado, que queda aprisionado entre los dedos. Es difícil saber si se trata de unos botones diseñados por Cocteau, sin embargo, es probable que así fuera por varias razones que pasamos a explicar. Antes que nada, la fecha, 1940, corresponde a la ocupación de Francia por parte de los alemanes, lo que es un tema muy tratado por el escritor francés, así que los pájaros aprisionados podrían leerse como la representación metafórica y poética de los franceses privados de la libertad por los alemanes. Además, son de este año unos dibujos de manos, así como otros de pájaros, realizados por Cocteau, lo que nos indica que la iconografía podría encajar dentro del mundo del autor. Finalmente, cabe mencionar que Cocteau realiza para Schiaparelli, por lo menos otro juego de botones, que se sepa con seguridad, así que no se trataría de una práctica aislada, sino de una de las varias colaboraciones entre ambos.



Jean Cocteau y Elsa Schiaparelli, chaqueta, 1937.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁵⁶⁶ *Ibidem*.



Elsa Schiaparelli, traje de noche conjuntado con bailarinas de tacón, 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.

En 1964 *Harper's Bazaar*⁵⁶⁷ publica una imagen que Cocteau había realizado antes (en 1964 había fallecido hace poco, y de hecho no sería de excluir que se tratase de un homenaje a uno de los más ilustres trabajadores de la revista). Se trata de una ilustración de aire clásico que representa un vestido de 1937 de Schiaparelli. En ella se lee en la parte superior: «Schiaparelli hizo este vestido para el baile, yo lo copié para *Harper's Bazaar*», mientras que abajo pone: «Schiaparelli podría haber cortado este fino vestido para *Madame Tallien*», haciendo referencia a la dama de orígenes españolas, Teresa Tallien (1773-1835), mujer de la nobleza francesa de la época napoleónica, famosa por el estilo neoclásico de su indumentaria con la que fue siempre retratada por grandes pintores, como François Gérard. En la ilustración de Cocteau, de hecho, se aprecia a la derecha un busto de mármol, que podría ser de la dama francesa, quien contempla la creación de Schiaparelli. Una ilustración de referencias cultas (quizás por esta razón *Harper's Bazaar* la descartó en 1937) que quería subrayar el estilo neoclásico

de la creación de Schiaparelli que bien podría haber sido del gusto de Madame Tallien.

La prenda que Cocteau representa en su ilustración es un vestido de fiesta en color rosa

shocking, de corte clásico y enriquecido por una larga cola. La peculiaridad de este diseño está en el hecho de que la cola se sostiene cómodamente en la muñeca, lo que permite dejar las manos libres para el baile y, a la vez, mantener la cola recogida, sin que ésta estorbe. En las fotos de Boris Lipnizki⁵⁶⁸ se aprecia claramente cómo es conjuntado con unas originales bailarinas de tacón y largas cintas que llegan hasta la rodilla confeccionadas en raso, a juego con el tejido de la prenda, también diseño de Schiaparelli (un



René Magritte, *Esto no es una pipa*, 1928-29.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁵⁶⁷ *Harper's Bazaar*, París, mayo, 1937.

⁵⁶⁸ *Vogue France*, París, junio, 1937.

guiño de la modista al mundo del ballet ya que el vestido en cuestión está pensado para acudir a fiestas, bailes y eventos mundanos).

La colaboración entre Schiaparelli y Cocteau se alimenta de varias fuentes siendo una de ellas aquella literaria, poética, ya que, a pesar de su eclecticismo, la faceta de escritor es la principal del genio francés. Estas referencias literarias nos llevan a una reflexión sobre las palabras y el lenguaje que la propia Schiaparelli trabaja en algunas de sus creaciones. Un ejemplo claro de estas referencias literarias es el frasco del perfume *Snuff*. En 1940 el ambiente surrealista sigue influenciando a nuestra modista que lanza su primera fragancia para hombres. El frasco del perfume vuelve a tener un gran protagonismo: una pipa de cristal, que no puede no recordar la pintura de Magritte *Ceci n'est pas une pipe* de 1928-29, pudiéndose aplicar la misma frase a la simpática pipa del perfume de Schiaparelli. La caja en la que se presenta la fragancia masculina, además, recuerda, en el formato, la estética y el color, una de puros, recién llegada de Cuba, por ejemplo, otro guiño a la estética varonil, el refinamiento y el buen gusto del dandy. Como Magritte, Schiaparelli juega con la realidad “otra”, nada es lo que parece, razonando sobre la contradicción entre las palabras y las imágenes y, en este caso, entre los olores, tan diferentes entre sí, del tabaco y de la fragancia para hombres⁵⁶⁹. Se trata de un trampantojo material que supera la vista para adentrarse en la esfera de lo sensorial⁵⁷⁰. En el ensayo de 1968 sobre Magritte, Michel Foucault⁵⁷¹, que plantea como a partir de este momento se rompen los lazos entre la imagen y su significado, escribe: «En la pintura occidental de los siglos XV a XX han dominado, creo, dos principios. El primero afirma la separación entre representación plástica (que implica la semejanza) y referencia lingüística (que la excluye). Se hace ver mediante la semejanza, se habla a través de la diferencia, de tal manera que los dos sistemas no pueden entrecruzarse ni mezclarse. [...] El segundo principio que durante largo tiempo ha regido en la pintura plantea la equivalencia entre el hecho de la semejanza y la afirmación de un lazo representativo. El que una figura se asemeje a una cosa (o a cualquier otra figura) basta para que se



Elsa Schiaparelli, frasco y caja del perfume para hombre *Snuff*, 1940.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁵⁶⁹ CORTENOVA, Giorgio, “Magritte”, en *Art e dossier*, número 59, Giunti Ed., Firenze, luglio, 1991.

⁵⁷⁰ Este concepto del trampantojo que llega a engañar los sentidos, nos recuerda a lo que se puede hacer en gastronomía cuando se preparan platos que, en su forma y color, recuerdan a otros.

⁵⁷¹ FOUCAULT, Michel, *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte*, Ediciones Anagrama, Barcelona, 1981.

deslice en el juego de la pintura un enunciado evidente [...] *Lo que veis es aquello*. [...] La ruptura de este principio podemos colocarla bajo la influencia de Kandinski: doble desaparición simultánea de la semejanza y del lazo representativo [...]»⁵⁷². Él demuestra que la imitación de la naturaleza no es otra cosa que una convención que no tiene nada que ver con la realidad en sí⁵⁷³. Otro artista que trabajó este concepto es Alik Cavaliere quien, tiene una instalación en el *Museo del Aceite de la Sabina* en Farfa (Rieti – Italia) de características similares. Se trata de la obra *Fragmentos de fundiciones de una obra incompleta* (1997): «apoyados en el suelo, casi como en el olvido, se encuentran siete moldes de bronce, reproducción perfecta de hatillos y mástiles de olivo. En realidad, se trata de fragmentos de una obra incompleta, puesto que el artista falleció antes de terminarla. Desafortunadamente no quedan siquiera proyectos que puedan aclarar la idea que él hubiese querido llevar a cabo. Sin embargo, estas fundiciones fueron añadidas a la colección, puesto que su carácter fragmentario e incompleto, otorga a la obra un cierto lirismo. Al mismo tiempo se trata de obras representativas de la manera de proceder de Alik Cavaliere, aficionado a los moldes, vistos como paradójicos ejemplos de la distancia existente entre arte y naturaleza. La idea de la copia perfecta conlleva el deseo de acercarse lo más posible a las formas de la naturaleza, pero, al mismo tiempo, esconde la frustración y la impotencia del hombre/artista delante de ella. Al visitante atraído por las obras, que parecen como abandonadas, se le invita a que se acerque a ellas y que las toque. Es entonces, a la hora del contacto, cuando se apercibe del engaño: la materia no es la cálida y acogedora de la madera, sino la fría y distante del bronce. Durante esta especie de *performance*, el visitante participa de la impotencia del artista»⁵⁷⁴.

Esta reflexión de Foucault nos permite adscribir el perfume *Snuff* en un contexto artístico y literario más amplio: el del lenguaje. En las décadas durante las cuales Elsa Schiaparelli vive y trabaja, los principios aplicados hasta el momento a la teoría de la comunicación son claramente puestos en dudas y la relatividad de sus significados impregna el arte de la primera mitad del siglo XX, desde Kandinski, pasando por Marcel Duchamp, hasta llegar a Salvador Dalí, por ejemplo. La modista italiana no permanece indiferente frente al debate que se está llevando a cabo y aporta su personal contribución homenajeando a

⁵⁷² *Ibidem*, p. 47-50.

⁵⁷³ BARROSO VILLAR, Julia, *Tema, iconografía y forma en las vanguardias...*, op.cit., p. 327.

⁵⁷⁴ Cfr. PALMEGANI, Maria Elena, “El Museo del Aceite de la Sabina, un Museo de Arte Contemporáneo”, en *RdM. Revista de Museología*, Madrid, 2003.

Magritte, uno de los artistas que más había interiorizado estos cambios conceptuales y, por ende, estéticos que se reflejan, de hecho, en toda su obra.

3.9.6 La colaboración con Salvador Dalí: explorando la dimensión onírica del objeto y lecturas iconográficas

La primera creación que Salvador Dalí realiza para Schiaparelli es de 1935 y se trata de una caja para los polvos compactos en forma de teléfono. En la colección de invierno de 1936, Schiaparelli presenta por primera vez un abrigo y unos trajes de cajones, inspirados en la *Venus de Milo* re-interpretada por Dalí.

La colaboración con Salvador Dalí, se hace oficial en la colección de invierno de 1937 donde se presenta el famosísimo vestido de seda blanca encima del cual destaca una gigantesca e irreverente langosta pintada. Salvador Dalí sostenía que la mujer elegante era «siempre una unión prudente entre su fealdad, que tenía que ser moderada, y su belleza, que tenía que ser evidente sin superar la justa medida»⁵⁷⁵. Probablemente, es en esta definición donde podemos encontrar las razones de la amistad, basada en el entendimiento, además que, en la admiración mutua, entre el artista español y la diseñadora de origen italiano. En efecto, a nuestro entender, a lo largo de la trayectoria creativa de Schiaparelli si hay un elemento coherente y claro en su forma de pensar es justo este: la belleza no es una prioridad en la moda, ni es una condición imprescindible para ser elegante. Quizás porque ella misma, la joven y fea Elsa, había vivido de jovencita a la sombra de la hermana más guapa y de aspecto más armonioso que ella, o quizás porque la vida le había enseñado a valorar y apreciar la belleza en su justa medida, pero lo cierto es que en las creaciones de la *Casa Schiaparelli* se advierte un constante diálogo entre lo bello y lo feo; la elegancia, entendida como valor subjetivo, y la originalidad, considerada un valor necesario y absoluto.

Como si de una encarnación se tratara, la mujer extravagante y original que lleva prendas Schiaparelli, acaba siendo la personificación de las protagonistas de muchas pinturas de Dalí. Es el caso de la pintura *Gabinete antropomórfico* (1936) en la cual el pintor español representa a una mujer desnuda y de rostro oculto que deja entrever lo más íntimo de su ser, simbolizado a través de unos cajones abiertos⁵⁷⁶. De este modo, Dalí nos plantea su personal forma de introducir en las artes plásticas el mundo del subconsciente,

⁵⁷⁵ DALÍ, Salvador, *La vida secreta de Salvador Dalí*, Ediciones Empúries, Barcelona, 1993, p.42.

⁵⁷⁶ BAUDOT, François, *Moda y Surrealismo*, op.cit.



Salvador Dalí y Elsa Schiaparelli,
Sombrero-zapato, 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.

considerado como una cara más de la realidad. También gracias al Surrealismo la moda se convierte en un potente aliado de todas aquellas personas que abogaban por una renovación y una puesta al día, sentando así las bases de aquel cambio tan radical de hábitos y costumbres sociales que en la década de los 60 se vivirá en Occidente. Si Dalí, como veíamos, influye en Schiaparelli para los trajes de bolsillos-cajones, el uso que de la cremallera (un imprescindible de la moda actual) hace Schiaparelli ya desde hace unos años, por otra parte, le interesa mucho a Dalí. Este último, en su obra *Día y noche del cuerpo* (1936), añade una cremallera al vestido/cuerpo humano representado en las dos diferentes fases del día. Como siempre rompedora y personalísima en sus interpretaciones de la moda y del arte, Elsa innova,

anclándose en la tradición y se inspira en los grandes modistos de la época, como Paul Poiret, configurando su propio estilo y la identidad de su marca⁵⁷⁷.

La pieza más popular fruto de la colaboración entre los dos artistas surrealistas, es sin duda el tocado *Soulier* (1937), el sombrero-zapato inspirado a Dalí por su mujer Gala y que fue realizado por la *Casa Schiaparelli* en dos versiones: una totalmente negra y otra en dos colores, *rosa shocking* y negro. Este objeto, absolutamente novedoso, aporta un argumento importante, basado en la radicalidad del gesto creativo, al debate acerca del estilo y la elegancia⁵⁷⁸. Como un *objeto encontrado* al más puro estilo Duchamp, Dalí lo reconvierte otorgándole otras funciones y negando la existencia de una continuidad entre la forma y el uso. El pintor realizó varios bocetos de mujeres con un zapato en la cabeza y uno de ellos se encuentra en la colección personal del historiador italiano Arturo Schwarz recientemente fallecido (1924-2021). En este dibujo se aprecia cómo Dalí tomase literalmente la idea de pasear con un zapato en la cabeza, mientras que, gracias a la aportación elegante de Schiaparelli, el sombrero se ha transformado en un guiño, explícito sin duda, pero ha pasado de ser algo literal para convertirse en cita poética y, sin duda, irónica ya que no ha perdido en absoluto el aspecto lúdico inicial. Con respecto a la loca ironía de colocar objetos improbables encima de su cabeza, de todas

⁵⁷⁷ SEELING, Charlotte, “Elsa, la escandalosa”, en *Moda. 1900-1999*, op.cit.

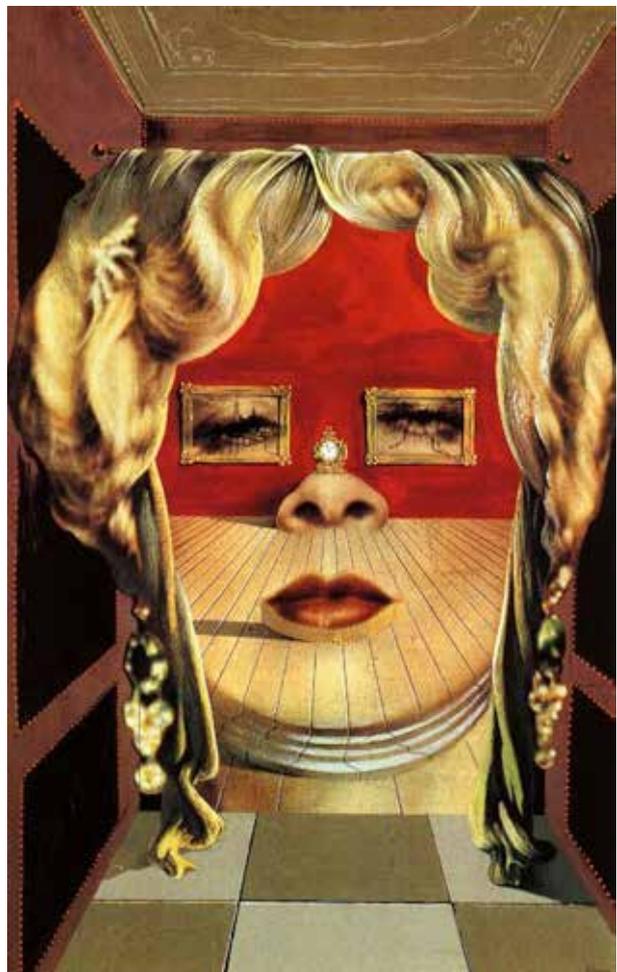
⁵⁷⁸ *Ibidem*.

formas, hay que reconocer que le viene a Dalí de bastante lejos, según relata Adrián Ausín⁵⁷⁹ «El día que Salvador Dalí rompió definitivamente con su padre, acudió a una playa, Es Llané, se rapó el pelo al cero, lo enterró bajo la arena y pidió a Luis Buñuel que le fotografiase con un erizo de mar sobre su cabeza. Ocurría esto el 6 de diciembre de 1929 cuando el pintor ampurdanés contaba 25 años». Efectivamente, de aquel momento nos queda una fotografía de Dalí con un erizo en la cabeza y una estrella de mar en el cuello. Unos años después, en 1933, es Gala quien le fotografía con un zapato de mujer en la cabeza y otro en la espalda, lo que dará a ambos la idea de proponer a Schiaparelli que diseñe el famoso *Soulier*. Finalmente, como prueba, si bien anecdótica, de la afición de Dalí de jugar con objetos en la cabeza (y, posiblemente, con el incómodo equilibrio que eso conlleva), existen otras fotografías que lo retratan cuando con un cráneo de un cetáceo en la cabeza, cuando con una hogaza de pan (1958), cuando con una langosta (años 50), cuando con un huevo de Pascua (1961). La misma Gala en 1938 es fotografiada por André Maillet con el sombrero de Schiaparelli y un vestido de bolsillos bordados en forma de labios, inspirados en la boca de Mae West (una vez más musa inspiradora de genios surrealistas); delante de Gala se encuentra la escultura-objeto surrealista de Dalí *Busto de mujer retrospectivo* (1933), privado de todos sus accesorios y adornado sólo con el *Soulier*, remite



Retrato de Gala Dalí con sombrero y traje con bolsillos en forma de labios de Elsa Schiaparelli, 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Salvador Dalí, cara de Mae West pudiendo ser utilizada como apartamento, 1934-1935, óleo sobre lienzo, Art Institute, Chicago.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁵⁷⁹ AUSÍN, Adrián, “Los oricios de Dalí”, en *El comercio*, 7 de septiembre, Gijón, 2018.

a recónditos deseos. Por otra parte, la iconografía de los labios está presente también en varias creaciones de Dalí, como ya tuvimos ocasión de comentar, de hecho el artista, obsesionado por la voluptuosidad de Mae West, quiso plasmar la sensualidad de sus labios transformándolos en un objeto tridimensional, como se puede apreciar en su obra *Cara de Mae West pudiendo ser utilizada como apartamento* de 1934-35; en esta obra el rostro de la actriz se vuelve tridimensional y se convierte en una estancia llena de muebles, siendo los labios el famoso sofá (una versión del cual, realizada por cierto, en un llamativo *rosa shocking*, decora durante un tiempo el *atelier* de Schiaparelli en Londres). En la colección del invierno de 1937 de Schiaparelli los botones y los bolsos se convierten en lugares preferentes en los cuales concentrar la creatividad, pequeñas esculturas que aportan preciosismo y distinción, así que encontramos también chaquetas con botones en forma de labios. En efecto, aunque Elsa sea una absoluta defensora de las cremalleras, como ya dijimos, no descuida nunca los botones, que, al contrario pone en evidencia dándoles protagonismo y haciendo que llenen de significado algunas de sus prendas⁵⁸⁰. Schiaparelli se convierte así en uno de los primeros diseñadores de moda del siglo XX que vuelve a darle valor a los botones de carácter artesanal, siguiendo una tradición perdurada hasta la primera mitad del siglo XIX, es decir hasta la imposición de la maquinaria en el sector textil. De hecho, hasta este momento, los diseños de botones tuvieron siempre mucha importancia, tanto en Occidente como en Oriente, como se puede apreciar en las colecciones de los varios museos de moda del mundo. Se realizaron, por ejemplo, algunos botones en 1830 con camafeos, u otros, de manufactura alemana, en porcelana con imágenes de pájaros, increíblemente refinados, auténticas joyas, obras de arte (ambos juegos de botones se encuentran conservados en la Casa de Campo de Waddesdon Manor, en Inglaterra).

Para profundizar en las creaciones fruto de la colaboración entre Elsa Schiaparelli y Salvador Dalí, procederemos a efectuar unas lecturas iconográficas sobre algunos de los temas principales con los que han trabajado: las manos, los teléfonos, las langostas y los maniqués, al fin de recorrer las simbologías con las que trabajan y analizar el discurso simbólico con perspectiva histórica, analizando los cambios semánticos e iconográficos.

⁵⁸⁰ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

3.9.6.1 Las manos

Volviendo a 1936: de este año son también una serie muy original de guantes de Meret Oppenheim. Ella, en su afán de recubrir objetos de uso cotidiano con pelo, clara referencia al universo femenino, realiza también unos guantes de pelo de los cuales sobresalen unos dedos de madera. Otros guantes muy llamativos y que llaman la atención de Schiaparelli, son aquellos en los cuales la joven representa unas venas rojas muy en evidencia sobre el celeste claro utilizado como fondo⁵⁸¹. Estos dos pares de guantes tan singulares sorprenden positivamente a la diseñadora italiana que, a partir de 1936, empieza a diseñar varios modelos de guantes también muy originales.



Meret Oppenheim, guantes de piel con dedos y uñas de madera, 1935.

Fuente: banco de imágenes de internet.

Las manos a lo largo de la Historia del Arte han tenido siempre mucho protagonismo, desde las pinturas rupestres hasta la actualidad. En el panel que se halla en la Cueva de *El Castillo* (Cantabria) y que data al menos de 40.800 años de antigüedad, encontramos las manos de un ser humano, un gesto primitivo, el de poner su huella en la pared, en el que podemos entrever, posiblemente, un primordial deseo de dejar constancia de su paso por la tierra, prueba indeleble de su existencia.

Desde el Románico las manos han sido utilizadas en arte para transmitir la actitud dialogante y abierta de los personajes (un ejemplo es el *Apostolado* de la Cámara Santa de la Catedral de Oviedo), algo muy frecuente en el Gótico. Y como no recordar a Leonardo y a la importancia que tenían en sus obras, así como en todo el Renacimiento. El Greco, con *El caballero con la mano en el pecho*, da fe de la honestidad del personaje a través de un gesto simbólico que es toda una declaración de intenciones, una garantía de integridad. *La mano de Dios* (1897-1898) de Auguste Rodin es, por otra parte, una reflexión sobre el milagro de la creación y, a la vez, un velado homenaje a la escultura, a Miguel Ángel, y al poder revelador.

El fotógrafo Alfred Stieglitz, a partir de 1918, es cautivado por la energía de las manos de su mujer, Georgia O' Keeffe, y las retrata casi de forma obsesiva muchas veces

⁵⁸¹ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.



Artículo escrito por Georges Hugnet y publicado en *Minotaure*, nº 5, 12 de mayo de 1934, París.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

porque son manos capaces de amar, enfadarse, hacer labores domésticas, pintar... Manos como reflejo de las capacidades infinitas de una persona para Stieglitz y, llegando a la actualidad, *Cuatro manos* de Bill Viola (2017) en el que se exploran las posibilidades expresivas de la gestualidad a través del video arte.

Giacometti trata en varias ocasiones el tema de las manos, es el caso de *Mano impigliata* de 1932 con la que explora la dimensión del objeto mediante un miembro mecanizado. En 1934, el poeta francés Georges Hugnet publica en *Minotaure* el artículo *Petite rêverie du grand veneur*⁵⁸², un ensayo sobre la potencia onírica de las manos, ilustrado por una fotografía de Jean-Louis Igout. En la imagen en cuestión vemos doce manos en poses variadas, representación auténtica de los objetos encontrados surrealistas, en virtud de cuyo concepto el cuerpo se fragmenta y las partes viven

de vida propia. La revista *Minotaure*, contribuye así a difundir el estudio y significado de las manos creando este imaginario surrealista tan fértil y variado. Estas imágenes de manos descontextualizadas, según ha estudiado Blum Dilys⁵⁸³, influenciarán a la *Maison Schiaparelli*, ya que volverán en la colección de otoño de 1936, cuando Elsa presentará unos broches en forma de manos, diseñados por Jean Schlumberger, y sobre cuya iconografía volveremos más adelante. Al ambiente intelectual surrealista el tema de las manos y de su expresividad, a veces inconsciente e instintiva, le interesa mucho ya que ve en ellas una representación visual del subconsciente⁵⁸⁴. La gestualidad y la comunicación no verbal que se les asocian, en efecto, permiten prescindir de lo meramente racional para alcanzar la autenticidad e inmediatez de los estados de ánimo. Vehículo imprescindible entre la mente y lo exterior, plasman la psique y se cargan de valores simbólicos que enriquecen el lenguaje de las artes plásticas. A través de las manos el artista surrealista intenta visualizar lo desconocido e irreconocible, a través de lo comprensible e inmediato, cómplice también la actitud fetichista del movimiento que mira a la descontextualización

⁵⁸² “Petite rêverie du grand veneur” (traducido al español: “Pequeño ensueño del gran vengador”). Se trata de un ensayo que Georges Hugnet publica en *Minotaure*, número 5, París, mayo, 1934. Utilizando el lenguaje del poema surrealista y presa de una alucinación hace una exaltación de las manos.

⁵⁸³ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 128.

⁵⁸⁴ MARTIN, Richard, *Fashion and Surrealism*, op.cit.

de partes del cuerpo (lo que incluye pies y cabezas), como si de objetos de culto se tratara. Picasso en 1935, junto a Man Ray, pinta unas manos dibujando en ellas unos guantes, un efecto trampantojo quizás precedente directo de los guantes de Schiaparelli⁵⁸⁵. También de 1935 es el libro de poemas de Paul Éluard, *Facile*, del que se publica una edición especial cuya encuadernación está cubierta de guantes e ilustraciones de manos. En el mismo año, Dalí en *Mujer con la cabeza de rosas* representa a una mujer con un cinturón y una pulsera en forma de manos entrelazadas. Dalí volverá sobre el tema de las manos varias veces a lo largo de su vida y en sus joyas se puede apreciar en varias ocasiones la re-interpretación de este tema. Bien en forma de la joya mano-hoja venosa, de la que ya hablamos, bien en forma de flor viviente representada con unas manos tendidas hacia el cielo, esta iconografía es sin duda constante en su obra⁵⁸⁶. El fotógrafo Horst P. Horst, vinculado en esta época a la estética surrealista, realiza en 1941 una fotografía, interesante variación sobre el tema de las manos y cuyo título no podía ser otro que *Hands*. En 1947 Giacometti vuelve sobre el tema de las manos y lo hace trabajando la estética vibrante de estos años que aporta movimiento y melancolía al brazo aislado que termina con una emotiva mano abierta. En el mismo año el ilustrador Giulio Coltellacci (1916-1983) dibuja para *Vogue* una imagen de lo más colorista y alegre cuyos protagonistas son unos guantes que agitan unos pañuelos al pasaje del tren y saludan amigablemente⁵⁸⁷. Se trata de una ilustración que promociona la colección de guantes para el otoño-invierno y que presenta marcas como Hermès o Perrin.

En la colección de otoño de 1936, Elsa Schiaparelli presenta sus famosísimos broches en forma de manos, realizados por Jean Schlumberger e inspirados en la fotografía de Jean-Louis Igout, anteriormente citada. Las manos se vuelven objeto, y remiten a la estética del objeto encontrado, como ya dijimos y esta interpretación gusta mucho en el ambiente surrealista hasta el punto que, por ejemplo, Man Ray, los introduce en dos conocidos retratos de Dora Maar de 1936. Ella misma, por otra parte, en una famosa fotografía de 1934, ya había utilizado la mano como un curioso *objet trouvé metamorfoseado* ya que salía de una concha, volviéndose algo a medio camino entre un molusco y una



Man Ray, retrato de Dora Maar, 1936.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁵⁸⁵ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 131.

⁵⁸⁶ JIMÉMEZ PRIEGO, María Teresa, *Dalí, joyero del siglo XX*, op.cit.

⁵⁸⁷ *Vogue France*, París, mayo-junio, 1947

amputación. Y también la fotógrafa Claude Cahun en 1937 los utilizará en algunas de las fotografías que hará para ilustrar el libro *Le coeur de pic* de Lise Deharme⁵⁸⁸. Durante el viaje que Frida Kahlo realizó en 1939 a París, la pintora mejicana tuvo la ocasión de conocer a muchos artistas de la época, incluyendo a Pablo Picasso quien le regaló unos pendientes en formas de manos, con los que fue fotografiada y que nos recuerdan enormemente los broches de Schiaparelli. Uno de ellos, *Mano dorada con rosa negra*, se encuentra también en un poético dibujo, acompañado de dedicatoria, realizado por Man Ray como complemento a una recopilación de poemas que Paul Eluard había dedicado a su mujer Nusch⁵⁸⁹. Nusch Eluard, por cierto, fue una cliente de la *Casa Schiaparelli*. De hecho, en un famoso retrato que le hizo Pablo Picasso, ella aparece con un curioso gorro adornado por una herradura, objeto muy utilizado por Schiaparelli, por ejemplo para sus pañuelos, y con dos broches en forma de amorcillos creados para la *Casa Schiaparelli* por el famoso diseñador de joyas Jean Schlumberger⁵⁹⁰, conocido sobre todo por sus trabajos para *Tiffany & Co.*

Es en este contexto donde hay que situar los guantes, así como los broches de Schiaparelli: en su búsqueda formal hace de la mutilación, algo muy en boga entre los surrealistas, un elemento estéticamente válido. La irónica Elsa, que ama jugar con el efecto sorpresa y disfruta rompiendo audazmente los clichés de una burguesía esnob, a través de esta paradoja hace que las partes del cuerpo se vuelvan objetos. Con este gesto, ella re-interpreta la idea de belleza de forma irreverente y, dialogando con lo macabro, abre el discurso sobre la idea de belleza. Elsa aporta su interpretación personal y original sobre el tema y va a desestabilizar a todos aquellos que defendían la elegancia en sentido unívoco e indiscutible, demostrando que es posible dar un vuelco a este concepto; de no ser así, muy probablemente, el Diseño de Moda se hubiera quedado, posiblemente, en una dimensión prosaica, sin salirse de lo cotidiano, estancándose en aquellos valores previamente establecidos y que Elsa, como algunos que la precedieron, puso en duda.

⁵⁸⁸ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁵⁸⁹ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁵⁹⁰ Jean Schlumberger (1907-1987) fue un diseñador de joyas francés que trabajó mayoritariamente para *Tiffany & Co.* Sus diseños destacaban por el fuerte carácter figurativo, en efecto, se inspiraba en las formas de la naturaleza que re-interpretaba con un gusto exquisito e incluso un toque de ironía. De hecho, con respecto a las joyas de la década de 1930, hay que destacar que se ha ido superando la imperante propensión hacia lo geométrico del Art Decó para buscar un mayor naturalismo, a veces con un cierto aire “juguetón”. Además, en esta década se hace más hincapié en el valor intrínseco de las joyas, lo que conlleva un despliegue de diamantes, perlas y piedras preciosas. A pesar de esto, es también en la década de 1930 cuando se empieza a valorar la bisutería (sobre todo de la mano de Coco Chanel quien encuentra, por ejemplo, en el italiano Fulco di Verdura, un excelente colaborador en este sentido), así que los diseñadores comienzan a experimentar con nuevos materiales como metales, vidrio etc.

3.9.6.2 De teléfonos y langostas

Dijo una vez Dalí: «No entiendo por qué, cuando pido langosta a la plancha en un restaurante, nunca me sirven un teléfono cocido; no entiendo por qué el champagne está siempre frío y, por otra parte, los teléfonos, que suelen estar tan terriblemente calientes y desagradablemente pegajosos, no se meten también en cubos de plata con hielo picado a su alrededor». Así de irónica era, a la hora de relacionar los objetos, la prolífera mente surrealista del artista ampurdanés. La caja para los polvos compactos en forma de teléfono y al vestido langosta, ambos frutos de la colaboración entre Dalí y Schiaparelli, nos remiten a dos elementos iconográficos, el teléfono y la langosta, que aparecen juntos en un objeto surrealista muy conocido de Dalí, el *Teléfono afrodisíaco* (1936), lo que hace interesante analizar su simbología para entender las conexiones que unen a los dos artistas. Cuando, en 1938, Bretón y Paul Éluard redactaron, coincidiendo con la *Exposición Internacional del Surrealismo*, el *Diccionario abreviado del Surrealismo* que consistía en reunir, con ciertas notas de humor, los términos tradicionales del imaginario del Surrealismo, Dalí hizo su propia aportación proponiendo una entrada: *Teléfono afrodisíaco*. A él le interesa el valor simbólico de este objeto, un *ready made* que trata de la asociación de ideas al más puro estilo freudiano y que, además, utilizado como tal (estos teléfonos funcionaban correctamente), podría dar lugar a una *performance* artística. Remite de hecho al subconsciente y plasma las obsesiones de Dalí por el sexo y el erotismo, en este caso entendidos como respuesta a impulsos externos y representados a través de la langosta. El interés que el teléfono despierta ya no sólo en Dalí, sino también en otros artistas del momento es probable que tenga relación con la reciente incorporación de este aparato a todos los hogares domésticos. En la década de los años 30 el teléfono en los hogares era visto todavía como algo bastante novedoso o cuando menos moderno, sobre todo en Europa. De hecho, pese a que su invención se sitúe en 1871, tardó aproximadamente unos cincuenta años en incorporarse a la vida cotidiana de las personas y a convertirse en un objeto presente en la mayoría de los hogares domésticos. Así que las reflexiones sobre la comunicación (o incomunicación) que este nuevo aparato permite, son el fruto de aquellos tiempos en los que la tecnología está entrando, cada vez más, en la vida de las personas que observan cómo las viejas costumbres van dejando paso a las nuevas. Un medio que prescinde de toda comunicación no verbal y que se sustenta en la lejanía puede dar lugar a un sinfín de malos entendidos y de engaños, además de despertar la curiosidad o incluso el morbo del atractivo sexual. Se trata de un fenómeno muy típico de la sociedad posterior a la



Salvador Dalí, *El enigma de Hitler*, hacia 1937, óleo sobre lienzo. Museo Reina Sofía, Madrid.

Fuente: banco de imágenes de internet.

Revolución Industrial: la observación y análisis de aquellos cambios dados por el empleo de las tecnologías y como éstos afectan a la sociedad, a sus valores y costumbres hasta ver como se refleja en las relaciones humanas abriendo nuevas posibilidades expresivas y comunicativas y cerrando otras que caerán inevitablemente en el olvido.

La polvera en forma de teléfono es diseñada por Salvador Dalí en 1935 para Schiaparelli: se trata de la perfecta reproducción de un dial de

teléfono, realizado en varias versiones y de diferentes colores, encima del que se puede grabar el nombre o el número de teléfono de la propietaria. La iconografía del teléfono está muy presente en la obra del catalán, sobre todo en el año 1939, así que podemos afirmar con certeza que el objeto que diseña para Schiaparelli no sólo está perfectamente en línea con su personal imaginario, sino que se adelanta a lo que se convertirá en un motivo iconográfico recurrente unos años después. Símbolo de incomunicabilidad, el teléfono le permite a Dalí tratar este tema cargándolo de significados sensuales y seductores. El tema del teléfono roto e inservible aparece también en otros lienzos de 1939, *El enigma de Hitler*, *Teléfono en bandeja con tres sandalias fritas* y *Paisaje con teléfonos sobre un plato*. La intención es aquella de simbolizar la incomunicabilidad entre las personas, lo que puede derivar en una frustración que permanece oculta y que se manifiesta de forma subconsciente a través de los sueños. Del mismo año es también *El sueño de Venus*, un pabellón concebido como una experiencia multi-media que ha de considerarse como una importante contribución al mundo del Arte ya que sale de los convencionales espacios y formatos para plantear la idea de arte como experiencia⁵⁹¹. En esta ocasión Dalí construye un edificio surrealista, pensado como la típica casa de atracción de las ferias, que le permite al visitante vivir una experiencia única entrando en directo contacto con el arte e, incluso siendo parte y motor del mismo. En esta gigantesca instalación se encuentran mujeres desnudas cubiertas exclusivamente por crustáceos, teléfonos y ojos gigantes, espejos, maniqués y relojes líquidos, así como reproducciones de artistas consagrados

⁵⁹¹ Dalí realiza esta instalación interactiva en Nueva York en ocasión de la *New York World's Fair* de 1939 cuyo lema era *Building the World of Tomorrow with the Tools of Today*. Esta Feria, promovida por Franklin D. Roosevelt, pretendía promover la tecnología y sus avances, al fin de impulsar el sentimiento optimista dentro de los americanos que acababan de salir de la histórica Gran Depresión del 29.

como Botticelli o Leonardo da Vinci. El artista español, a través de esta obra, quiere así conquistar su lugar en la Historia del Arte reivindicando que se le incluya dentro de los grandes nombres universalmente reconocidos. Para ello, llena el pabellón de sus símbolos, como si se estuviera literalmente entrando dentro de sus cuadros y añade el elemento interactivo que permite al visitante modificar la escena que se presenta delante de sus ojos. Dalí vuelve a plasmar el tema de la incomunicabilidad usando el teléfono como paradoja de esta frustración en los pendientes telefónicos ya mencionados (1949), lo que carga esta simbología de una sutil ironía ya que el oído es un sentido necesario para que un mensaje pueda pasar del emisor al receptor. En 1947, Dalí diseña para el empresario textil Wesley Simpson un estampado con el que se confecciona el pañuelo cuyo nombre es *¿Número, por favor...?* y que se basa en un fotograma de la película de animación inacabada *Destino* (1946), pensada en colaboración con Walt Disney. Los teléfonos en este pañuelo caen en bucle hacia el abismo, lo que, a nuestro entender, se puede traducir con el hecho de obtener un número de teléfono y buscarlo de manera angustiada, lo que se puede acabar transformando en una peligrosa obsesión.

Hablando de los teléfonos y de su iconografía, no podemos olvidar la portada del *Time* del 28 de julio de 1947 en la que vemos una ilustración que retrata a la popular periodista de la prensa rosa Hedda Hopper con una máquina de escribir y un teléfono en la cabeza, lo que hace un claro guiño ya no sólo a su labor periodística sino también a su afición por lucir sombreros llamativos y, cuando menos, originales. En este caso, el teléfono va a simbolizar la tarea de investigación de la periodista, así como el amplio universo de contactos que le permiten estar siempre informada. En la película *L'amore* de Roberto Rossellini, nos emociona una extraordinaria Anna Magnani que, en el episodio titulado *Una voce umana*, hace un increíble monólogo simulando una conversación telefónica de aproximadamente media hora. Esta película es, en realidad, la transposición cinematográfica de la obra teatral *La voix humaine* de Jean Cocteau que se estrenó en 1930 en la *Comédie Française* de París y que contaba sólo con una actriz y un teléfono encima del escenario, lo que Rossellini deja inalterado. En este caso el teléfono es el vehículo de un amor obsesivo y un medio necesario, casi vital, para mantener viva la comunicación entre los amantes, convirtiéndose, a la vez, en aliado y enemigo. Finalmente, en tiempos recientes, hemos visto como la cantante Lady Gaga ha aparecido en un vídeo de 2008, en el que el teléfono significa control y mentira, y en 2009 con un tocado en forma de teléfono que llamó la atención de una prensa muy fácilmente impresionable, a nuestro entender, o quizás poco conocedoras de la historia de este complemento. Resulta cuando

menos sorprendente observar eso porque nos da la medida de cuán llamativas pudieron resultar ciertas creaciones de Schiaparelli en su momento, como el sombrero zapato, si aún hoy en día son utilizadas ideas semejantes por personajes de la actualidad que se dejan inspirar por el pasado al fin de provocar. Podríamos concluir que el atrevimiento nunca pasa de moda, sin embargo, en nuestra opinión, los tiempos suelen ser más severos con aquellas manifestaciones finalizadas a sí mismas, mientras que recuerdan con encanto la nobleza de ciertas experimentaciones, como en el caso de aquellas de las décadas de los 30 y 40 que brillan por su personalidad auténtica.

Veamos ahora en cuáles ocasiones hace uso Schiaparelli de la iconografía del teléfono y cuál es su intención, así como el valor simbólico que ella le atribuye. Además de la polvera de Dalí, que realizará también en versión de pequeño bolso de cuero con cadena, el elemento telefónico vuelve en una pieza de 1951, un pañuelo que presenta el *Parlophone* lo que representa un nombre alternativo al tradicional teléfono y que hace hincapié en el verbo hablar (*parler*, en francés y *parlare* en italiano). A la izquierda del aparato hay unos cuantos números que hemos de suponer que son números de teléfono (imaginarios, quizás, hasta que no se deleite alguien en llamarlos para demostrar lo contrario) que permiten activar la conversación, una especie de códigos secretos. Una combinación, la que une los números al aparato, sin duda incomprensible para alguien nacido antes de la invención del teléfono así que, en nuestra opinión, reside justo en esto el encanto del *Parlophone* para Schiaparelli: en ser algo que nos conecta con el mundo, que permite reducir las distancias (algo muy importante para una italiana instalada en Francia que viaja a Inglaterra y Estados Unidos para finalmente instalarse en Túnez) con sólo una sencilla combinación de números, un objeto misterioso, de todas formas, para la mayor parte de las personas, que aúna tecnología y poesía como pocos frutos de las tecnologías has hecho. Se trata sin duda de un artilugio que ejerce un encanto sobre la diseñadora, algo que tiene que ver con aquella dimensión onírica y surrealista que siempre la ha movido hacia lo desconocido. Hoy en día los escaparates están llenos de bolsos en forma de teléfono, sin embargo, uno de los primeros objetos con estas características fue diseñado por Schiaparelli en 1938, quien realiza uno en plástico transparente cuya asa está hecha con el típico cable del teléfono. El interés que esta pieza despierta en la diseñadora ha de atribuirse al amplio mundo de los objetos encontrados que ella trabaja con constancia a lo largo de toda su carrera, así que la descontextualización, el efecto sorpresa, la atribución personal que cada uno damos a las palabras jugando con significado y significante (véase la relación iconográfica entre Schiaparelli y Magritte), hacen que esta creación sea

precursora de una manera de sentir futura, con la que hoy en día estamos perfectamente familiarizados así que entendemos lo que un determinado objeto sugiere, a pesar de estar fuera de su contexto o, incluso, reinterpretado. Esto es parte de aquella educación visual que hemos ido aprendiendo década tras décadas y que ha quedado en nuestra manera de ver y sentir como un hecho incontestable. En 1940 un interesante bolso teléfono de Anne Marie of France, que actualmente se encuentra en la colección del *Museo Metropolitan de Nueva York*, es otro ejemplo del largo alcance de la manera de sentir surrealista.

El otro símbolo que impregna la labor de Schiaparelli y Dalí, tanto por separado como en sus colaboraciones, es la langosta, símbolo de prosperidad, que ha despertado el interés de varios artistas a lo largo de la Historia del Arte. De hecho, su morfología, sus colores, así como su textura (contraste entre lo tierno del interior con el aspecto de armadura, sólida e impenetrable, del exterior), todo esto lo ha convertido en un crustáceo de cualidades plásticas inimitables. En época contemporánea, la langosta es símbolo de provocación, irreverencia, permite burlarse de los convencionalismos sociales y provoca la cólera burguesa porque rompe, con su fuerte “golpe en la mesa”, aquellas convenciones culturales que se consideran necesarias para mantener el *statu quo* de la burguesía. Sin embargo, en el pasado no era así, al contrario, representaba el despertar de la conciencia. Una de las primeras ilustraciones en la que encontramos una langosta (a veces asemejada a un cangrejo de río, con la que muestra un gran parecido formal) es en la carta de la *Luna* de los tarots, cuya iconografía se remonta al siglo XV. En la imagen suele incluirse, además de la luna colocada en la parte superior, también a una langosta al borde de una laguna que representa la mente, así que el animal saliendo del agua simboliza el primer paso hacia la toma de conciencia. La carta de la *Luna* está asociada a lo inconsciente, lo nocturno y lo onírico, pero también a la luz esperanzadora que ilumina la noche; por esta razón, simboliza el largo y tormentoso camino hacia la verdad y el conocimiento.

En época barroca se introduce un elemento simbólico más: la langosta se asocia a lujo y prosperidad. Es así que encontramos langostas en algunos bodegones del siglo XVII, sobre todo en ámbito flamenco, como símbolo de opulencia; es el caso de alguna naturaleza muerta de Cornelis de Blyer o Willem Kalf, quienes la incluyen en algunos de sus bodegones, junto a otro alimento símbolo de riqueza, como los moluscos. En esta línea se encuentran también un barómetro y un termómetro que el ebanista de la corte de Luis XIV, André-Charles Boulle (1642-1732), hizo en 1720 para el Conde de Toulouse⁵⁹²,

⁵⁹² Se trataba de Louis-Alexandre de Bourbon (1678-1737), último hijo legítimo de Luis XIV y *Madame* de Montespan.

piezas con refinada marquetería y varios apliques de bronce. Cada uno de estos objetos presenta en la parte inferior una langosta dorada que representa el lujo y hace alarde de la ostentación de la familia de origen del conde, último hijo legítimo de Luis XIV, así que en estos objetos encontramos concentrada toda la magnificencia típica de Versailles, a pesar de no estar destinados al palacio real⁵⁹³.

Por otra parte, en el imaginario contemporáneo, la langosta pasa a asociarse a algo extraordinario y fuera de lo común. Se cuenta que, alrededor de 1850, el poeta romántico francés Gérard de Nerval saliera a pasear con su mascota (costumbre que se considera fue una de las causas que le llevaron a ser encerrado en un manicomio): una langosta atada con un lazo azul y que él mismo decía de estas criaturas que eran serias y pacíficas y que conocían los secretos del mar, de ahí el interés que despertaban en él. Independientemente de si este hecho fuese real o simplemente se trate sólo de una leyenda urbana sobre un excéntrico poeta, atormentado y complejo, lo cierto es que existen varias ilustraciones del siglo XIX que, a modo de caricatura, representan al poeta con su improbable mascota. Posiblemente el poeta, en el hecho de que estos seres marinos aguantan bastante fuera del agua, veía un elemento esotérico y extraño que les otorgaba un carácter único. Además, en su visión romántica, la langosta podría simbolizar la conciencia que de estar dormida (debajo del agua) pasa a despertar (saliendo a la luz), remitiéndose al significado que se encuentra en la carta de la *Luna* de los tarots, anteriormente citada. En 1822, Eugène Delacroix (1798-1863), ferviente defensor de los valores de la Revolución francesa, realizó una caricatura para la revista *Le Miroir* titulada *Les Ecrevisses à Longchamps*. Se trata de una ilustración sobre las facciones monárquicas representadas como un conjunto de vejstorios acomodados que compiten por el poder sentados encima de unos cangrejos de río que se creía que caminaban hacia atrás, lo que simboliza la triste vuelta al pasado impuesta por el Congreso de Viena. En 1865, el primer ilustrador de *Las aventuras de Alicia en el país de las maravillas*, John Tenniel, dibuja, en una ilustración que se ha vuelto muy popular, una langosta acicalándose para el baile, reforzando así la asociación entre estas criaturas y las dimensiones onírica y fantástica. En 1876, en una de las portadas de la revista milanesa *L'illustrazione italiana*, considerada uno de los periódicos semanales ilustrados más leídos de Italia, destaca un dibujo del artista Paolo Michetti. Se trata de la representación del carnaval de Nápoles a través de la imagen del pintor Francesco Netti, conocido por su afición al carnaval y por su personalidad excéntrica, disfrazado de

⁵⁹³ Ambos miden 151 cm y actualmente están expuestos en París, en el Banco de Francia.

langosta, lo que le evidencia su espíritu burlón. En tiempos más recientes, Georges Méliès, en su corto titulado *Excelsior!* (1901), obra cargada de efectos especiales, nos enseña a un mago que hace aparecer en el escenario una langosta gigantesca, algo de lo más absurdo y grotesco. También Giorgio De Chirico y Filippo De Pisis, trataron este tema. De Chirico en 1922 pinta *La langosta (Naturaleza muerta con langosta y calco)*, en el que representa una langosta cocinada junto a unos peces; al fondo, un pescador trabaja con su barco en el mar. La presencia del busto en yeso es sin duda lo más sorprendente ya que está descontextualizado y, a nuestro entender, le permite al artista asociar los productos que tan generosamente el mar regala (tema con el que el griego es especialmente sensible), con las obras de arte creadas por el hombre. De Pisis en 1936 realiza una de sus naturalezas muertas marinas, en ella se observan, en primer plano, dos langostas, unos mejillones y un limón. El ambiente no es, en este caso el que nos esperaríamos de un bodegón, es decir una mesa, sino se aprecia cómo los animales estén desperdigados por la playa, como si aún estuvieran vivos, una escena a medio camino entre alucinación y fantasía que permiten imaginar un bodegón en su contexto originario. También Pablo Picasso no sabe resistirse a la tentación de pintar langostas y lo hace en un par de ocasiones, siendo quizás el cuadro más conocido aquel titulado *Langosta y gato* (1965) donde el crustáceo está representado vivo en el acto de asustar a un gato, lo que denota la ironía del malagueño. Jeff Koons es otro artista que toca este tema cuando en 2003 presenta una de sus creaciones de aluminio que simulan la textura de los objetos hinchables: una colchoneta de playa en forma de langosta, una reinterpretación del concepto del *ready made* de Duchamp. El estadounidense, quien por cierto pintó varios cuadros de inspiración surrealista, tenía una gran admiración por Dalí a quien contactó en 1974, logrando pasar un día con él. Salvador Dalí, se ve fascinado en general por todo lo que concierne al mundo marino y a la pesca, con los que entra en contacto directo gracias a sus largas estancias en su casa de Portlligat. La langosta, para él, con su forma de “araña de mar” y su color artificial que cambia radicalmente pasando de un gris verdoso



Salvador Dalí, *Teléfono afrodisiaco*, 1936.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Salvador Dalí y Elsa Schiaparelli, *vestido langosta*, 1936.

Fuente: banco de imágenes de internet.

si el animal está vivo a un naranja chillón si está cocido, llama, ya desde 1934⁵⁹⁴, la atención de Dalí. En su opinión, la forma remite de manera indiscutible a los elementos fálicos, ancestrales y primitivos, es un símbolo cargado de marcados tintes eróticos que pronto se convierte en todo un referente dentro del imaginario daliniano. Además, el cambio de color que experimenta el crustáceo cuando es cocinado, le recuerda al ruborizarse de las personas y a la ingenuidad, sobre todo de las mujeres⁵⁹⁵. En 1935 organiza en la *Salle Chopin* de París el ciclo sistemático de conferencias surrealistas *La langosta* y, para la ocasión, diseña un cartel con la técnica del

gouache y *collage* sobre papel que representa el animal sobre una salpicadura roja, a medio camino entre pintura y sangre. La langosta, debido a su elevado precio, simboliza también el lujo, lo que en Dalí se traslada al concepto de lujuria y deseo. Dalí realiza varias composiciones que incluyen la langosta, a parte del ya mencionado teléfono y de la instalación *El sueño de Venus* (un compendio de casi todo su imaginario visual); la coloca encima de la cabeza de Gala, junto a un avión, en un retrato que realiza de su esposa, la hace salir del vientre de la mujer de cajones en la portada de *Minotaure*, y finalmente, de la mano de Schiaparelli, la pinta en un vestido de noche, irónica combinación entre lo elegante y refinado, lo repugnante y torpe. La langosta también está presente en sus joyas, se conoce un dibujo de un posible colgante o broche que Dalí hace en 1949, aunque no se sabe si finalmente llegó a realizar la joya, mientras que sí sabemos que hizo la caja con la mano-hoja que aparece en el mismo dibujo y de la que hablamos con anterioridad⁵⁹⁶.

Llegando a Schiaparelli, el vestido langosta (ver ficha del muestrario) es de 1937 y representa una de las creaciones más representativas de la italiana, definida también por esta prenda como «Elsa la escandalosa». Recientemente un vestido de noche con una langosta bordada en oro ha vuelto a protagonizar el mundo de la moda; se trata de una prenda de

⁵⁹⁴ J. Monserrat, Víctor, “Los artrópodos en la obra de Salvador Dalí”, en *Boletín de la Sociedad Entomológica Aragonesa (S.E.A.)*, nº 49 (31/12/2011): 413–434, Madrid, 2011.

⁵⁹⁵ VVAA, *Cosas del Surrealismo. Surrealismo y diseño*, op.cit.

⁵⁹⁶ *Ibidem*.

Prada elegida por la Directora de *Vogue*, Anna Wintour, en ocasión de la Gala organizada por el *Museo Metropolitano de Nueva York* en 2012 para inaugurar la exposición *Schiaparelli and Prada: Impossible Conversations*. Una vez más hemos de reconocer que la genial Elsa se adelantó a sus tiempos y marcó una tendencia aún palpable en la actualidad. Schiaparelli, en realidad, había utilizado ya en 1936 la forma de los cangrejos de río, bastante parecida a la de la langosta, para dos botones de un traje azul marino, así que la estética de los crustáceos, como aquella de conchas marinas⁵⁹⁷ y moluscos presente en botones y broches, ya había llamado su atención⁵⁹⁸. Es de 1939 un tocado de fiesta, atribuido a Schiaparelli, que consta de una langosta de dimensiones reales, recubierta enteramente de cristales tipo Swarovski, y que aparece en una fotografía que, por el juego de claroscuro podría ser de Horst P. Horst, aunque poco se sabe tanto del tocado, como de la fotografía en sí. Está claro que para Schiaparelli la bisutería es un terreno apropiado para crear sin complejos y dejarse llevar por la creatividad más desenfrenada.

La naturaleza, en general, y el mundo marino en lo específico ejerce de hecho cierto encanto sobre la modista italiana ya que diseña también broches en formas de pez, pulpo e incluso unos cuantos inspirados en los corales. Uno de estos diseños es el precioso broche, de vidrio celeste y cristales tipo Swarovski, inspirado en las sinuosas formas del pulpo. A este propósito, cabe recordar un increíble broche en forma de estrella de mar de Salvador Dalí (1950) para el que el artista usó oro, rubíes, diamantes, esmeraldas y una perla de tamaño considerable. En los años 50, Schiaparelli crea también broches en forma de langosta de varios tamaños y colores, siendo la mayoría de ellos creaciones de carácter realista que representan al crustáceo con todos sus elementos característicos. Sin embargo, es de 1951 una colección de broches con formas de animales, en la que se aprecia que la langosta y el cangrejo son, en esta ocasión, alejados de cierto realismo para adquirir un aspecto más misterioso y menos explícito.

El polifacético artista italiano Elio Costanzi, que nombramos con anterioridad, en la época en la que trabaja en París para Schiaparelli realiza, a principios de los 40, una ilustración⁵⁹⁹ para la revista *Cordelia* de dos modelos de la temporada de verano: uno de Jean Patou, con

⁵⁹⁷ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, junio, 1941.

⁵⁹⁸ *Vogue France*, París, abril, 1936.

⁵⁹⁹ Un original de la ilustración en cuestión se encuentra en la colección privada de la autora del presente trabajo, quien ha podido extrapolar todas las informaciones desde la propia imagen (tanto del anverso, como del reverso de la misma). Con respecto a la fecha exacta, sin embargo, es imposible de leer al estar dañada la parte donde supuestamente estaría esta información. Aun así, por el estilo de la indumentaria tanto de Patou como de Schiaparelli se deduce que pertenece a la década de los 40 y muy probablemente a la primera mitad.

cuello a la marinera, y otro de Schiaparelli. Éste último consta de un conjunto de camiseta *rosa shocking* con falda pantalón de color blanco y un bolero corto. Como complementos vemos un sombrero de ala ancha, una pulsera y unas sandalias a juego con la camiseta. Lo que llama la atención es la presencia de dos langostas, una de gran tamaño que va a decorar el pantalón y otra que encontramos en el sombrero. No sabemos si se trata de unas prendas que Schiaparelli realizó ya que no hemos encontrado constancia de ello, así que es probable que el diseño sea del propio Costanzi quien diseñó este figurín inspirándose en el estilo y la iconografía de la diseñadora italiana entre la que la langosta es bastante recurrente.

Como prueba de la vigencia de este universo Schiaparelli-daliniano, se puede mencionar la publicidad del perfume *Scandal* de Jean Paul Gaultier (2020) en la que el paseo por la sala de un restaurante protagonizado por la modelo Irina Shayk es acompañado por varios símbolos que nos son familiares y que pertenecen al universo surrealista, como ojos y langostas, sin contar que aparece un personaje que, por sus facciones, recuerda a Salvador Dalí, mientras que Rossy de Palma cierra el cortometraje con un irónico gesto escandalizado, en línea con el nombre del perfume que se anuncia, lo que nos recuerda los escándalos que protagonizaron algunas creaciones de Schiaparelli.

3.9.6.3 Maniqués y presencias surrealistas habitan espacios inexistentes

Los maniqués⁶⁰⁰ son naturales presencias dentro del mundo de la moda ya que son compañeros inseparables de costureras, modistas, escaparatistas, comerciantes etc. Representaciones de una belleza ideal, de un cuerpo perfecto, encarnan un estilo de vida envidiable: son la apariencia por excelencia y prescindan de toda reflexión y complicaciones porque, claro está, no se les pide esto. Suelen estar ambientados en ambientes agradables, escaparates llenos de colores, alegres y luminosos que representan sólo el aspecto despreocupado de nuestras ciudades y vidas. También los artistas plásticos están acostumbrados a trabajar con ellos ya que los usan como modelos para dibujar. Esto hace que la convivencia entre los artistas y los maniqués sea algo frecuente, irrenunciable, en ocasiones, lo que crea un vínculo y una dependencia del pintor que resulta sorprendente.

Antes que nada, hay que distinguir entre los maniqués de sastre que son, en realidad, sólo un busto sin cabeza y extremidades y sirven para colocar un vestido según se va

⁶⁰⁰ Dentro de los maniqués están también aquellos que se utilizan para ensayos de coches o colisiones, sin embargo, esta tipología no se incluye en nuestro estudio ya que no existían en los años sobre los que estamos investigando.

haciendo, de aquellos de exhibición que se ponen en los escaparates o en el interior de los comercios, fieles reproducciones del cuerpo humano y de sus proporciones. Los maniqués de sastre son mucho más antiguos que aquellos de exposición, de hecho, se cree que los Antiguos Egipcios los utilizaban para confeccionar las prendas del Faraón ya que no podían tocarlo, debido a su origen divino. El arqueólogo Howard Carter, quien descubrió la tumba de Tutankhamon, encontró uno de estos objetos: estaba realizado en madera policromada y tenía el rostro del Rey y se encuentra actualmente en el *Museo Egipcio* de El Cairo. Sin embargo, los maniqués de exhibición son más recientes y se remontan a finales del siglo XIV, pero eran muy pequeños ya que tenían el tamaño de muñecas, unos 40 centímetros. Servían para enseñar a potenciales compradores los vestidos que, confeccionados en tamaño reducido, se colocaban en estos maniqués. En el siglo XVIII se utilizaban, sobre todo en la ciudad de Venecia, unas cabezas de cartón piedra pintada y con ojos de vidrio (lo que les otorgaba la tradicional mirada vacía) que servían a las costureras para preparar cofias de encaje. Las cabezas en cuestión se solían dejar encima de los estantes para exponer las cofias realizadas y mantener la forma de las mismas. Estos rostros de mirada perdida y pelo pintado los podemos ver en varios cuadros de Pietro Longhi (1701- 1785), pintor costumbrista que amaba representar talleres de bordado y costura, así como momentos domésticos de los habitantes de Venecia, que insertó estas cabezas en algunas de sus obras como elemento anecdótico, ya que era muy fiel a la realidad tanto en lo que a la representación de la indumentaria se refiere como a la presencia de objetos cotidianos. Por otra parte, los maniqués de exposición tal y como los entendemos hoy en día y de un tamaño parecido al humano, se empezaron a utilizar desde mediados del siglo XIX a raíz de la revolución industrial, el desarrollo del sector textil y el nacimiento de las primeras galerías comerciales.; estaban realizados en madera, eran articulados y pesaban mucho. Las siluetas de estos cuerpos han ido cambiando a lo largo de la historia para adecuarse a la sociedad modificando sus formas y volúmenes en base a las tendencias estéticas y artísticas de la época, así como a las sensibilidades de la sociedad. Con el paso del tiempo los materiales han cambiado para hacerlos más manejables, entre otras cosas, hasta llegar a versiones sofisticadas realizadas en fibra de vidrio. Así como han cambiado los materiales, también han evolucionado el color, el estilo, la gestualidad, la silueta (las proporciones, las medidas etc.) y, por supuesto, la idea de hombre o mujer que quieren transmitir. Los maniqués han cambiado en función de la época, reflejan unos valores y unos ideales y han contribuido, para bien y para mal, a la idea estereotipada del cuerpo femenino o masculino. Los propios maniqués han

vivido una metamorfosis parecida a la del ser humano, han visto como la historia los transformaba, así que podemos afirmar que incluso en esto han sido y son un sucedáneo del ser humano, ya no sólo por lo que representan sino también por lo que significan.

Por todo esto, y por la esencia onírica que los ve habitando ciudades inexistentes, los maniqués interesan al ambiente surrealista. Sus exponentes, de hecho, son asiduos frequentadores del *Museo Grévin* donde se dejan sorprender por las figuras de cera expuestas. Muchos artistas vinculados al Surrealismo, atraídos por la relación entre objeto y cuerpo, cosa y persona, se cimentaron en este tema. Los maniqués no experimentan las transformaciones del cuerpo humano que vive un individuo a lo largo de su vida, y es también en este carácter de eternidad, donde reside parte de su encanto, no sólo por ser algo envidiable, sino por resultar inquietante y contrario a la naturaleza, algo forzado, una aberración que horroriza. Por otra parte, esta inalterabilidad se presta a modificaciones de todo tipo, haciendo que estos seres perfectos e incorruptibles puedan transformarse en criaturas que encarnan lo más oscuro del ser humano.

En el arte, los maniqués han pasado a representar justo lo contrario de lo que simbolizan en su origen, son desvirtuados de todo glamur, pierden su aura mágica e incorruptible y dejan de vivir en alegres lugares para pasar a habitar ciudades inexistentes, paisajes surrealistas de lo más desolador, lugares donde incluso un no humano se ve aterrado. En ocasiones son deformados, amputados, violados como metáfora del rechazo de un ideal impuesto y convencional. Son observadores silenciosos y de expresión inmutable aquellos que aparecen en las fotografías del visionario Eugène Atget cuyas fotografías tenían aire surrealista sin que conociera al Surrealismo. Con Atget la perspectiva cambia: ya no somos nosotros que miramos hacia el interior del escaparate, sino son ellos quienes nos observan a nosotros y, gracias al reflejo de la calle en el cristal, nos sugiere el fotógrafo que juguemos con la fantasía y los imaginemos dándose un paseo por París al amanecer. Otro fotógrafo interesado al universo sin vida y alma de los maniqués fue Raoul Ubac quien sí estuvo estrictamente vinculado al movimiento surrealista. De 1937 son algunas de sus *Penthésilée* en las que, a través de la técnica del *collage* fotográfico, desmonta los maniqués para crear otras figuras que a veces se asemejan a montones de huesos calcinados, otras una re-interpretación personal de Héctor y Andrómaca de De Chirico. Un artista cuyo descubrimiento dejó positivamente sorprendidos a los Surrealistas fue Hans Bellmer (1902-1975)⁶⁰¹ cuya obra *La poupée* (1932), que hemos ya citado con

⁶⁰¹ Hans Bellmer fue el compañero sentimental de Unica Zürn, escritora muy apreciada por los surrealistas.

anterioridad, fue publicada en el número 6 de la revista *Minotaure*⁶⁰². *La poupée* existe en varias versiones, ya que preveía la posibilidad de ser modificada continuamente. Se trataba de una muñeca realizada a través de despieces de juguetes y prótesis que, por su aspecto inquietante y por el origen polaco del autor, remite inevitablemente a la violencia de los campos de concentración nazi. Con el paso del tiempo, Bellmer la fue modificando y fue creando todo un universo personal, fetichista, obsesivo e inquietante en el que esta especie de maniquí abrupto va ocupando lugares cada vez más íntimos, convirtiéndose en una presencia incómoda pero ya indispensable de la que el artista ya no puede prescindir. Cuando, en 1936, Sheila Legge se presenta vestida como la mujer daliniana con cabeza de rosas, es fotografiada en el interior de la galería con la prótesis de una pierna en los brazos, lo que contribuye a aumentar el aspecto inquietante del personaje fantasmal que representa.

Unas referencias fundamentales a la hora de tratar este tema son, sin duda, los pintores de la Metafísica. Carlo Carrà, De Chirico, Morandi, Alberto Savinio utilizan a menudo formas intemporales para transmitir mensajes universales y los maniqués son seres sin tiempo y quizás en eso, y sólo en eso, nos ganan la partida a los humanos. Su soledad e inexpresividad, escenas enigmáticas situadas en ciudades vacías (*liminal spaces*, ante litteram) son los elementos en los que más se centran algunas pinturas de De Chirico, que ya citamos con anterioridad. La referencia al mundo clásico está continuamente presente en sus obras, sin embargo la lectura que la Metafísica hace es novedosa: ya no es un pasado a añorar por sus ideales de perfección, tampoco es el enemigo a batir para liberar la pintura de anclajes ancestrales, sino en sus manos se convierte en mensaje universal de visión y preguntas hacia el futuro, así que el maniquí encarna la intemporalidad del ser humano y su condición más allá de las contingencias. En 1914 el hermano de De Chirico, Alberto Savinio, publica en París⁶⁰³ un poema breve cuyo título es *Le chants de la mi-mort* en el que describe a un «hombre sin voz, son ojos y sin rostro, hecho de dolor, hecho de pasión hecho de alegría». Es a partir de este momento cuando aparecen los primeros maniqués en las obras de De Chirico quien los eleva a símbolos de la humanidad otorgándole esa universalidad de la que sus pinturas están muy impregnadas y liberando el arte del pedante antropomorfismo⁶⁰⁴. La primera obra en la que el pintor italiano incluye un maniquí es en

⁶⁰² *Minotaure*, número 6, París, diciembre, 1934.

⁶⁰³ *Soirées de Paris*, París, 1914. Se trataba de una revista dirigida por Guillaume Apollinaire.

⁶⁰⁴ Catálogo de la exposición *De Chirico a Ferrara. Metafísica e Avanguardia*, celebrada en el *Palazzo dei Diamanti* de Ferrara, del 14 de noviembre de 2015 al 28 de febrero de 2016, Fondazione Arte Ferrara Editore, Ferrara, 2015.

La nostalgia del poeta en la que se materializa esta afirmación de De Chirico: «cada cosa tiene dos aspectos, uno corriente, aquel que vemos casi siempre y que ven los hombres en general, y el otro espectral o metafísico que no pueden ver más que pocos individuos en momentos de clarividencia y de abstracción metafísica». De ahí la presencia del personaje ciego, este primer enigmático maniquí, que nos remite al mito de Tiresia. El universo de De Chirico fue perfectamente entendido por Jean Cocteau, quien de sus obras dijo: «La metafísica actúa como un asesino que quiere golpearnos a traición: primero nos tranquiliza, dándonos seguridad con sujetos aparentemente familiares, después nos hiere mortalmente, transportándonos hacia mundos inquietantes».

La propia Leonor Fini es retratada entre 1932 y 1933 por Henri Cartier-Bresson como una especie de madre coraje llevando en brazos a un maniquí de niño, mientras que detrás de ella, “contemplando” la escena, vemos a un maniquí de mujer adulta (se trata de uno de sus maniqués de dibujo); el mismo que encontramos en otra fotografía de la misma serie en la que Leonor Fini está imitando la postura y la gestualidad del maniquí, así como su mirada inquietante. Alter ego de la pintora surrealista, el ser inanimado representa una obsesiva y misteriosa presencia, un guiño a las atmósferas diáfanas y enigmáticas de sus cuadros, así como a la teatralidad de su peculiar universo.

Dentro de los Surrealista no podemos olvidar al tinerfeño Óscar Domínguez quien realizó un interesante objeto surrealista, *Jamás*, de 1937: un gramófono modificado al haberse entremezclado partes de un maniquí (en realidad unas piernas, una mano y unos pechos de yeso) del que sobresalen las piernas a través de la bocina. El instrumento queda así silenciado y el cuerpo humano se interpone, en este caso, entre el objeto y el oyente casi a simbolizar, a nuestro entender, la importancia de lo material, físico y corpóreo frente a lo intangible, un enfoque muy humano y, desde una óptica intelectual, criticable. De esta obra nos queda una fotografía de Nick de Morgoli en la que vemos a Picasso mientras observa la pieza ya que Domínguez se la dio en regalo como prenda de la amistad que les unía⁶⁰⁵. Se trata de una obra muy interesante que, a pesar de no estar realizada exactamente con un maniquí, sin embargo, sí reflexiona sobre la fragmentación del cuerpo y la objetualización del mismo, temática muy presente en la iconografía de los Surrealistas. Este objeto de Domínguez fue seleccionado por Bretón y Paul Éluard para

⁶⁰⁵ Este objeto surrealista ha sido encontrado en tiempos recientes (en 2019) en una colección privada. Para celebrar este descubrimiento y aprovechando la relación del objeto con Picasso, el *Museo Picasso* de Barcelona ha organizado una exposición con obras de ambos artistas españoles afincados en París y vinculados al movimiento surrealista. La exposición tiene por título *JAMÁS. Óscar Domínguez & Pablo Picasso*.

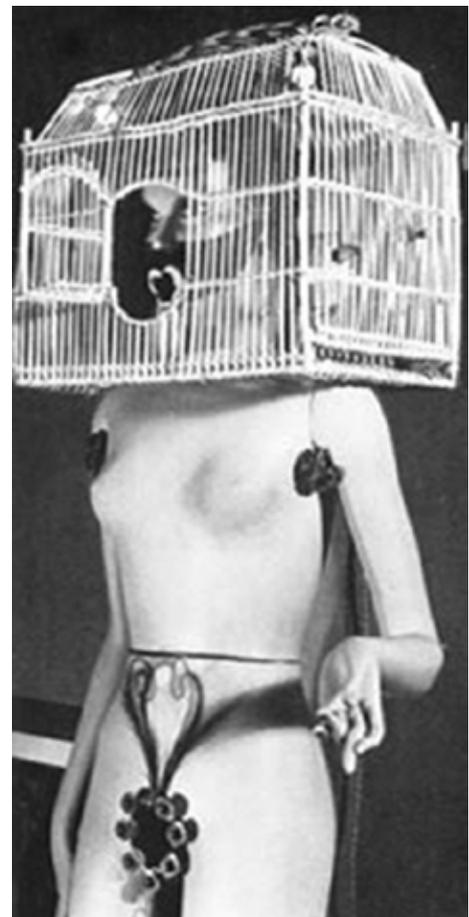
ser una de las obras expuestas en la *Exposición Internacional del Surrealismo* organizada en la *Galería de Bellas Artes de París* en 1938.

Casi contemporáneamente a la presentación de la colección *Circus* de Schiaparelli, en enero de 1938, se inaugura en París la *Exposición Internacional del Surrealismo* donde llama la atención de público y crítica un pasillo con dieciséis maniqués vestidos por varios artistas plásticos y escritores. Como si de una ciudad surrealista se tratara, estas figuras son sus habitantes inmóviles y los pasillos de la galería, las calles, cuyos nombres reflejan, silenciosa y significativamente, las inquietudes de cada artista. *Calle de las transfusiones de sangre* o *Calle de todos los diablos* son solo algunos de los sugerentes nombres⁶⁰⁶. André Breton y Paul Eluard convocan a los artistas vinculados al movimiento surrealista para que expongan en la *Galería de Bellas Artes de París*. Kurt Seligmann, André Massón, Marcel Duchamp, Salvador Dalí, Óscar Domínguez, Leo Malet, Joan Miró, Wolfgang Paalen, Yves Tanguy, Marcel Jean, Max Ernst, Espinoza, Maurice Henry, Sonia Mosse y Man Ray se encargan de crear sus originales maniqués. Man Ray es también el que documenta la exposición a través de sus fotografías, que, veinte y ocho años después, decidirá publicar con el título *Résurrection des mannequins*, un libro en edición limitada con las fotografías solo de las figuras presentadas entonces por los artistas⁶⁰⁷. Dalí opta por vestir el suyo de dos maneras diferentes, de ahí que los maniqués sean dieciséis en vez de quince. En la segunda le coloca un gorro para esquiar de color *rosa shocking*. El artista catalán volverá a inspirarse en la cabeza de un maniquí para el estampado de una tela de seda con la que se confeccionó un pañuelo, citado con anterioridad. Con respecto a Dalí, tampoco hay que olvidar los maniqués



Kurt Seligmann, maniquí para la *Exposición Internacional del Surrealismo*, París, 1938.

Fuente: banco de imágenes de internet.



André Massón, maniquí para la *Exposición Internacional del Surrealismo*, París, 1938.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁶⁰⁶ MARTIN, Richard, *Fashion and Surrealism*, op.cit.

⁶⁰⁷ *Ibidem*.



Salvador Dalí, maniquí para la *Exposición Internacional del Surrealismo*, París 1938.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Salvador Dalí, maniquí con gorro de Schiaparelli para la *Exposición Internacional del Surrealismo*, París 1938.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

que utilizó para los escaparates de *Bonwit Teller*, de los que también hablamos con anterioridad, que se convierten en un pretexto para hablar del complejo juego de tentaciones y proposiciones, más o menos explícitas, que hacen posible la complicidad entre hombres y mujeres.

En la actualidad, podemos destacar la obra de la artista visual estadounidense Martine Gutiérrez (1989), quien expuso en el *Arsenale* en ocasión de la 58ª Bienal de Venecia (2019) y cuyo trabajo está estrictamente vinculado a los maniqués. Su obra trata de cuestiones autobiográficas y se centra en la identidad de género y de etnia, debido a sus orígenes latinos y a su condición de transexual. En Venecia, en concreto, presentó algunas fotografías en la que presenta anuncios publicitarios protagonizados por ella misma (una especie de maniquí viviente) y varios maniqués que representan el límite entre el sujeto y el objeto, la ambigüedad. En nuestra opinión, a través de una estética distópica, la artista hace una

defensa de la diversidad planteando la idea de que, si viviéramos en un universo ficticio en el que no caben diferencias, desaparecería la idea de individuo, con todas las peculiaridades que lo hacen único e interesante, y se llegaría así a un mundo poblado por maniqués iguales, asexuados e inexpresivos. La afición a los maniqués podría ser, por otra parte, el equivalente de la fascinación que en la sociedad contemporánea han despertado y, en algunos ámbitos siguen despertando, los robots, justo por su esencia no humana a pesar de poder llegar a tener facciones bastante creíbles. El mundo del audiovisual, videos musicales y cine sobre todo, han tratado el tema del ciborg y la inteligencia artificial⁶⁰⁸ aportando una visión contemporánea a este encantamiento que unos seres sin vida, pero

⁶⁰⁸ Kraftwerk, Beyoncé, Lady Gaga, Kylie Minogue o, en España *Aviador Dro*, son sólo algunos de los músicos que, de una manera o de otra, han trabajado el tema de los robots, bien sea por la estética, bien por las sonoridades electrónicas asociadas a un mundo cibernético.

de humanas facciones, ejercen. En el mundo de la moda⁶⁰⁹, esta relación con los robots implica un análisis más amplio ya que hay que entrelazar varios elementos entre sí como las innovaciones tecnológicas (tanto en lo que a los materiales como a los diseños se refiere), así como en lo referente a la presencia, en los desfiles, de seres relacionados con esta estética. Una mención aparte merecen los desfiles virtuales realizados por el modisto británico Gareth Pugh (1981) que han marcado tendencia en esta línea de la robotización de la moda marcando un camino experimental.

También Schiaparelli, como obvia consecuencia de su trabajo, en varias ocasiones manifiesta interés por los maniqués, en el sentido más amplio del término. Cuando abrió su *boutique* en el número 21 de la *Place Vendôme*, un hombre de madera, renombrado como Pascal, (un antiguo maniquí de madera), entró a custodiarla y se convirtió en un amuleto para la casa hasta el punto que, con el tiempo, le dio una “pareja”, conocida como Pascalina. No es un caso que, cuando en 2013 Christian Lacroix dedicará una colección a la diseñadora italiana, aparecerá retratado con Pascal y Pascalina, elegidos símbolos eternos de la *Maison*. La pareja de maniqués era, de hecho, humanizada y Schiap habla varias veces de ellos en su autobiografía. Aliados fieles, eran a menudo cambiados de ropa y embellecidos con joyas⁶¹⁰ por la inseparable Bettina Jones-Ballard⁶¹¹, mujer de absoluta confianza de la modista, que se encargaba de los escaparates de la tienda alcanzando efectismos que sorprendían a la propia Schiaparelli y a los transeúntes ya que, muy a menudo los maniqués eran colocados con posturas curiosas, lo que les humanizaba y les quitaba su natural rigidez. También en este aspecto el *atelier* de Schiaparelli fue pionero ya que hoy en día el escaparatismo se alimenta mucho más que en el pasado de

⁶⁰⁹ Este tema ha sido analizado en una exposición que se ha celebrado en el WeGIL de Roma del 31 de octubre de 2020 al 26 de febrero de 2021, titulada *Robotizzati. Esperimenti di Moda*. Se trata de una muestra sobre la influencia que ejerce el mundo de los robots y, en el sentido más amplio del término, de la tecnología, sobre la moda. Los comisarios de la exposición se han centrado en los “mecha” o “meka”, unas figuras que pertenecen al imaginario de la ciencia ficción japonesa y que se presentan como unos robots de gran tamaño y tripulados, es decir conducidos por un hombre colocado en su interior. De este punto de partida, en la exposición se llega a hablar de las relaciones entre moda y tecnología, tanto en lo que corresponde a los diseños como a los materiales. En la exposición han estado presentes obras de diseñadores de moda como André Courrèges, Paco Rabanne, Pierre Cardin o Antonio Marras, entre otros, y diseñadores de producto que trabajan en esta línea, como Gianni De Benedittis o Pellegrino Cucciniello.

⁶¹⁰ Schiaparelli tenía una notable colección de joyas, algunas de las cuales se vendieron en subastas. Ella misma, por ejemplo, aparece engalanada (fotografía publicada en la edición francesa de *Vogue* de septiembre de 1933) con unas joyas realizadas por Suzanne Belperron, quien, según como figura en un artículo a ella dedicado en la edición francesa de *Vogue* de noviembre de 2011, se puede considerar como la diseñadora de joyas «más talentosa e influyente del siglo XX». De hecho, no hay que olvidar que también este sector estaba protagonizado esencialmente por hombres, así que la propia Belperron tuvo que enfrentarse a varios condicionante de género, exactamente como le pasó a Schiaparelli.

⁶¹¹ BALLARD, Bettina, *In my fashion*, Editorial Martin Secker and Warburf Ltd., Londres, 1960.

la cotidianidad buscando una espontaneidad que genera más empatía entre el escaparate y la gente de la calle. Como cuando le pidió prestado a Dalí un oso, que le había sido regalado al pintor español por su excéntrico mentor Edward James y que, pintado de *rosa shocking* por el artista después de haberle añadido unos cajones en el vientre, fue a decorar la *boutique*. Bettina Jones-Ballard vistió el oso con una gabardina rosa y lo adornó con varias joyas y durante un tiempo estuvo expuesto de esta guisa en la *boutique* de la plaza más chic de París⁶¹². Su casa de *Rue de Berri*, a la cual se acababa de mudar, no era menos sorprendente, en efecto, en la puerta de entrada, se encontraban dos maniqués: el señor y la señora *Satán* que daban la bienvenida a sus visitantes y que ya dejaban intuir la originalidad de la casa y de su dueña⁶¹³.

Hay que recordar, además, que en 1937 Schiaparelli había lanzado el perfume *Shocking*, destinado a convertirse en todo un clásico, dentro de los perfumes de la marca. Este éxito, no sólo se debía a la fragancia, sino, indudablemente también a la originalidad del frasco en forma de maniquí de sastre diseñado por Leonor Fini y que representará todo un hito en este tipo de Diseño de Producto, de hecho, marcará una tendencia que llegará hasta nuestros días.

¿Y cómo no volver a mencionar los maniqués desnudos que Schiaparelli expone en 1937, en la *Exposición Internacional de las Artes y las Técnicas en la vida moderna* en París? En aquella ocasión, en un acto de rebeldía, las prendas cuelgan de unos hilos, como si de una colada se tratara, mientras que los maniqués desnudos descansan en la hierba⁶¹⁴ como espíritus independientes y dotados de personalidad y vida propia⁶¹⁵. En esta exposición, se hace hincapié en el recién creado perfume *Shocking*.

En 1939 Schiaparelli participa también en la *Feria Mundial de Nueva York* y, en colaboración con el artista Marcel Vertès, presenta una escultura-maniquí: una placa de plástico con una figura femenina grabada en su superficie de la cual cuelga una falda de tejido. La estética del vestido recuerda unos bocetos que Dalí había realizado in 1937 para el vestuario del ballet del coreógrafo ruso Léonide Massine *La locura de Tristán*. Para confeccionar la indumentaria del espectáculo, de la que ya hemos hablado con anterioridad, el artista español había llamado inicialmente a Elsa Schiaparelli, sin embargo, finalmente acabó confiándole el trabajo a Coco Chanel, también íntima amiga de Dalí y, por otra

⁶¹² DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁶¹³ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

⁶¹⁴ MARTIN, Richard, *Fashion and Surrealism*, op.cit.

⁶¹⁵ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit.

parte, como sabemos, rival de la modista italiana. Según Blum Dilys⁶¹⁶, entonces, el guiño que ella hace a las joyas de Dalí sería su manera irónica y sutil de hacer referencia al desagradable acontecimiento. Curiosamente, en 1938⁶¹⁷ Eduardo García Benito realiza una ilustración para *Vogue* en la que vemos a Chanel, Schiaparelli y Madeleine Vionnet. La composición y el espacio de la imagen son absolutamente surrealistas: en un lugar con aspecto casi lunar, donde un alejado obelisco parece ser el único símbolo de civilización, dos mujeres se alejan la una de la otra. Como si de maniqués se tratara, vemos en primer plano a Chanel y en segundo plano a Schiaparelli cuyas cabezas están separadas de sus cuerpos. Chanel levanta con ambos brazos y en actitud triunfante, su cabeza, como si fuera un trofeo, Schiaparelli parece que se aleja dando la espalda a su rival, mientras que la cabeza de Vionnet yace directamente abandonada en el suelo, sin su cuerpo. Reconocemos a las dos modistas porque llevan prendas diseñadas por ellas (Schiaparelli lleva un conjunto presentado el mes de abril de 1938 en la *Colección pagana*: un conjunto de falda y chaqueta, siendo esta última la auténtica protagonista, tanto por el volumen abullonado de sus mangas, como por el rico bordado que corre a lo largo de los brazos y Chanel lleva un traje de noche de encaje). La lectura que he podido hacer de esta imagen es absolutamente personal ya que no he encontrado nada al respecto. Partiendo de la base de que Benito conocía con total seguridad la rivalidad entre las dos modistas, lo que desde luego no era ningún secreto, parece claro que quiere dar su lectura indicando que las dos han conseguido desterrar a la gran maestra de la moda francesa, Madeleine Vionnet, cuyo *atelier* estaba, de hecho, de capa caída en este momento, y ahora se disputan el papel de *prima donna* de la moda francesa. Francamente desconozco si Benito estaba al tanto de lo que había pasado con Salvador Dalí y el vestuario para el ballet de Léonide Massine, pero todo hace pensar que, al momento de realizar esta ilustración, sí sabía que alguna batalla había sido ganada por Chanel, mientras que Schiaparelli se ve en la obligación de salir de la escena. Así que podría ser perfectamente que, con esta ilustración, quisiera relatar con cierta ironía la conclusión de los hechos. De todas formas, al margen del cotilleo que esta historia pueda conllevar, creemos que interesa sobre todo la estética surrealista de la obra, en efecto este tipo de temática no estaba especialmente presente en las ilustraciones de Benito, así que sorprende su uso, lo que, quizás, podría deberse a que el artista quería ambientar la escena en un paisaje daliniano y así dejar claro a qué hecho en concreto se refería. Ciertamente, se advierte también la influencia de De Chirico en lo que al paisaje

⁶¹⁶ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 146.

⁶¹⁷ *Vogue USA*, New York, julio, 1938.

metafísico se refiere. Lo cierto es que esta dimensión surrealista será utilizada por Benito en otras ilustraciones, siendo una de ellas la que publica en *Vogue* en el 1939⁶¹⁸ dedicada a Lucien Lelong y a su línea de maquillaje llamada *Robin Hood*, importado a Estados Unidos por *Bonwit Teller*, en la que vemos como un ojo y una boca sobrevuelan por encima de dos mujeres que quedan sorprendidas por el hecho, mientras se encuentran paseando por una plaza, también en este caso, con un obelisco al fondo.

Siguiendo el rastro de presencias surrealistas, hay que mencionar algunos trabajos realizados por el italiano Giulio Coltellacci⁶¹⁹ para *Vogue*: una portada y cuatro ilustraciones. Schiaparelli no está muy representada en este número de *Vogue*, lo que posiblemente se deba a que su colección para el verano de 1947 fue presentada en el mes de febrero (es decir, con notable antelación, como venía siendo habitual en ella), así que había pasado demasiado tiempo. Además, en 1947 una nueva generación de diseñadores como Dior, Balmain o Balenciaga estaba revolucionando la moda, así que también es normal que otros modistos, de la “escuela” anterior, tuviesen menos protagonismo. La portada de este número ⁶²⁰ es un claro homenaje a la ciudad de París, representada a través de tres de sus principales monumentos, y a su importante rol en el mundo de la moda, de hecho este número de la revista es una edición especial dedicada exclusivamente a las últimas colecciones para el verano presentadas por las casas de moda más importantes del momento. La imagen representa a una mujer gigante, cuya parte superior del cuerpo está compuesta por la Torre Eiffel, sentada encima del Arco de Triunfo y con el brazo izquierdo apoyado en la columna de la *Place Vendôme* (meca de la moda y presencia constante también en muchas ilustraciones y fotografías del *atelier* de Schiaparelli). Finalmente, para aumentar la nota surrealista, la cabeza del curioso personaje está formada por una especie de alambique de cristal transparente; una composición muy vibrante y con las intensas gamas cromáticas habituales en Coltellacci que deja claro que en el interior de la revista hará muchas sorpresas. Dentro de las varias ilustraciones que se encuentran entre las páginas de esta revista (entre ellas, por ejemplo, cabe mencionar una de Bérard que representa la recién estrenada *Línea corolle* de Dior), se encuentran dos del mismo Coltellacci que consideramos interesantes por el carácter onírico y la referencia

⁶¹⁸ *Vogue USA*, New York, octubre, 1939.

⁶¹⁹ Giulio Coltellacci (1916-1983), romano, fue un escenógrafo y diseñador de vestuario teatral italiano que trabajó con los más importantes directores de teatro en Italia, como, por ejemplo, el triestino Giorgio Strehler quien, en su juventud, utilizaba con frecuencia ambientes surrealistas como demuestra el hecho de que Leonor Fini diseñó el vestuario de *La vedova scaltra* de Goldoni que Strehler dirigió.

⁶²⁰ *Vogue France*, París, mayo-junio, 1947.

a pintores como Max Ernst y que se titula *El circo de la primavera* y *La feria de las vanidades*. Son siete las figuras que se desplazan por ambas ilustraciones llevando ropa de Balmain y Balenciaga; personajes a medio camino entre hombre, animal y vegetal, con cabezas de pájaros o flores variopintos, lo que nos recuerda el *Vestido de la novia* (1939) de Max Ernst y posiblemente una velada crítica a la frivolidad. Otras dos ilustraciones del mismo autor se publicaron en la edición de *Vogue France* de 1948⁶²¹ y se titulan respectivamente *El juicio de París* (con vestidos de Nina Ricci, Jeanne Lanvin, Lelong, Schiaparelli y Maggy Rouff), y *La invitación al castillo* (con vestidos de Nina Ricci, Pierre Balmain, Robert Piguet, Schiaparelli y Raphaël). Ambas están ambientadas en el mismo escenario surrealista, respectivamente de día y de noche, lo que hace pensar que podrían estar inspiradas en una puesta en escena teatral. En cada una de ellas aparecen cinco figurines estilizados de cuellos alargados, dos de ellos sin cabezas, que, con aire inexpresivo, ocupan un lugar indeterminado como maniqués en un escaparate. Al fondo, una misteriosa puerta cerrada que de día está vigilada por un perro⁶²² que lleva en la boca aquella que podría ser la manzana dorada de la discordia. En ambas ilustraciones aparece un vestido de Schiaparelli. Se trata de piezas que corresponden con aquellas diseñadas por la modista en esta época: en *El juicio de París* se aprecia un vestido de satén verde para el día, en cuya falda hay unos bolsillos (un vestido de cintura estrecha, en línea con el *New Look* de Christian Dior) y unos pliegues abundantes que dan mucho volumen a la parte delantera, en *La invitación al castillo*, por otra parte, vemos un vestido de noche de satén rosa y dorado con drapeado asimétrico, de aquellos de estilo victoriano que la diseñadora presenta en 1948.

Fruto de la colaboración entre Schiaparelli y Dalí son dos piezas que encarnan esta desolación: el vestido *harapiento* y el *esqueleto* (ver fichas del muestrario); ambos tienen

⁶²¹ *Vogue France*, París, febrero, 1948. Se trata de una edición mítica por varias razones: empezando por la portada de aires fantásticos diseñada por Philippe Jullian, a medio camino entre lo surreal, lo romántico y lo exótico; además fue en este número donde aparecieron los figurines de Tom Keogh para la obra *El Retrato de Don Quijote* de Aurel Miloss de 1947 para los Ballets de los Campos Elíseos; al tratarse de la edición del mes de febrero se publican ilustraciones de Raymond Peynet, de quien hablaremos más adelante y finalmente aparece un reportaje fotográfico sobre la nueva moda realizado por el fotógrafo de moda Arik Nepo.

⁶²² El perro podría ser perfectamente un galgo, como la línea esbelta y su largo cuello dejan intuir. Desde la Belle Époque en adelante, esta raza de perros adquirió cada vez mayor protagonismo en las ilustraciones de moda, como demuestran algunas obras de Erté, por ejemplo. Además, la influencia ejercida por los Ballets Rusos, se nota también en este sentido ya que los zares eran grandes aficionados a tener en casa perros *Borzoi* (galgo ruso), lo que también se difundió rápidamente en Francia. Las estatuillas criselefantinas del Art Decó de bellas mujeres paseando a elegantes galgos, hicieron el resto: el galgo se convirtió en icono de estilo y glamur y de hecho fue pintado por artistas de la talla de Picasso, Van Dongen o Schiele, entre otros.

la virtud de metamorfosear el cuerpo de quien los lleva, convirtiéndola en una presencia, algo etéreo que escapa a la dimensión humana y viviente.

3.10. Las grandes colecciones de Elsa Schiaparelli entre 1937 y 1938

Desde febrero de 1937 hasta octubre de 1938, Elsa Schiaparelli lanza cinco colecciones que, pensadas en un arco de tiempo de casi un año y medio, están destinadas a revolucionar el mundo de la moda. Estas colecciones son: *Mariposas*, *Circus*, *Una colección pagana*, *El zodiaco* y *La Comedia del Arte*. En cada una de ellas, como veremos, se remite a algunos de los grandes temas de la cultura occidental, usando la iconografía típica del imaginario colectivo que nuestra sociedad desde hace siglos ha ido construyendo, sin embargo, así como se remite al pasado, es capaz de innovar aportando su personal punto de vista y renovando el catálogo iconográfico que así se ve enriquecido de imágenes y referencias de las que se alimentarán el arte y el sector de la moda a partir de este momento. Con estas colecciones, Schiaparelli hace que algunos de los temas irreverentes del Surrealismo confluyan hacia el ámbito conformista de la moda, contribuyendo a cambiarla desde dentro y a erradicar ciertas actitudes conservadoras que, a su vez, sirve de importante revulsivo para la sociedad. Además, sus propuestas temáticas, así como el espectáculo de sus desfiles se consideran, junto a los de Poiret, Chanel, Vionnet y Dior de los más impresionantes de la Historia de la Moda.

3.10.1 Las mariposas

En el mes de febrero de 1937, la diseñadora presenta una nueva colección para el verano en la que propone líneas sencillas y una temática muy vinculada a la estética surrealista: las mariposas (presenta estampados con este motivo y retoma un tema que ya había utilizado en el pasado). La idea de dedicar una colección al tema de las mariposas, comenta Blue Dilys⁶²³, se le había ocurrido al ver una fotografía de Man Ray (1930-1935), en la cual el fotógrafo surrealista, con la técnica de la impresión al carbono, había conseguido plasmar nueve brillantes mariposas como si de un insectario se tratara.

El tema de las mariposas llegó a ejercer un encanto especial también en muchos artistas que las han representados en sus obras de arte plástico. Si pensamos en el pintor renacentista

⁶²³ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

Arcimboldo (1527-1593), que en más de una ocasión ha sido identificado como un precursor del Surrealismo, estos insectos los encontramos en algunas de sus obras. En concreto, en las representaciones que Arcimboldo hace de las *Floras*, podemos observar como el cuerpo de la mujer está realizado no sólo a base de flores, sino también de insectos, entre los que destaca una mariposa, además de varios reptiles. En la reciente exposición celebrada en el *Guggenheim de Bilbao*, el Director del museo, Miguel Zugaza, ha indicado⁶²⁴ que con ella plantearon «sacar a Arcimboldo de su cliché; separarle del pintor onírico y precursor del Surrealismo y destacar el carácter científico de sus encantadoras pinturas». Y, efectivamente, el aspecto científico y metódico del artista⁶²⁵ llega hasta el extremo de hacer que sus cuadros parezcan libros de Botánica o etología, ya que, sin lugar a duda, de ellos se servía para las representaciones tan precisas de flores, insectos y cualesquiera otros seres⁶²⁶. Estos insectos los volvemos a encontrar en varios bodegones florales barrocos de los maestros de Flandes como *Vaso chino con flores* de Balthasar van der Ast (1593/94-1657) conservado en el *Museo Thyssen-Bornemisza* de Madrid, *Naturaleza muerta con un reloj* de Willem van Aelst (1627-1683), *Un tulipán y otras flores en un jarrón* (1650 aprox.) de Johannes Goedaert o en algunos floreros de Juan de Arellano (1614-1676) como aquellos del *Museo de Bellas Artes de Asturias*. En estos casos las mariposas, simbolizan el engaño de la belleza terrenal frente a la pureza y eternidad del espíritu. Reflexiones asociadas al espíritu contra reformista que tantos cuadros de *Vanitas* inspiró.

En otro orden de cosas, la entomología moderna y, en concreto, el estudio de las mariposas fue iniciado por la científica y exploradora alemana Maria Sibylla (1647-1717) quien observó con rigor, describió e ilustró con detalle el proceso de la metamorfosis de las mariposas, desmontando la creencia de origen antiquísimo según la cual los insectos eran el resultado de la putrefacción del lodo y demostrando, por primera vez, la metamorfosis de



Man Ray, Mariposas, 1930-1935, impresión al carbono.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁶²⁴ LORENCI, Miguel, “El encanto «científico» de Arcimboldo”, en *Las provincias*, 13 de noviembre de 2017, Madrid, 2017.

⁶²⁵ Catálogo de la exposición *Arcimboldo. Las flores y la primavera*, celebrada en el *Museo Guggenheim de Bilbao*, del 08 de noviembre de 2017 al 05 de febrero de 2018, Editorial Banca March, Palma de Mallorca, 2017.

⁶²⁶ Catálogo de la exposición *Arcimboldo*, celebrada en el Palazzo Barberini de Roma, del 20 de octubre de 2017 al 11 de febrero de 2018, Skyra Editore, Milano, 2017.

la oruga, ocupándose de casi doscientos tipos de mariposas⁶²⁷. Las preciosas ilustraciones científicas de Maria Sibylla son auténticas obras de arte que contribuyeron, a pesar del olvido al que fue relegada durante décadas, a crear el mito de estos insectos y a dar a conocer la belleza de sus formas y colores ya que no todo el mundo podía acceder a una variedad semejante de especies.

La simbología de la mariposa como alma/psique es retomada por el escultor neoclásico, el italiano Antonio Canova (1757-1822), quien la incluye en su grupo escultórico de *Amor y Psique* (1808), representados mientras juegan con una mariposa que representa el hecho de que la joven Psique entrega su alma al amado. Posteriormente también William-Adolphe Bouguereau (1825-1905) en *El rapto de Psique* de 1895, representará a la figura femenina con alas de mariposas, atribuyéndole el mismo significado de entrega amorosa. Por otra parte, en el Decadentismo la fragilidad de estos insectos se convertirá en un elemento nostálgico y metafórico de la condición humana, tal y como se interpreta en la obra literaria de 1884, *À rebours* de Huysmans (1848-1907). Entre 1910 y 1913 el pintor simbolista Odilon Redon (1840-1916) trata este tema decadente realizando varias obras de mariposas; adelantándose a la sensibilidad surrealista pinta aquellos elementos presentes en la naturaleza que le llaman la atención por su carácter misterioso y simbólico: mariposas, flores y conchas marinas.

En lo que concierne a la relación entre el mundo de la moda y las mariposas, hay que subrayar la reiterada presencia de estos insectos en la época victoriana (1837-1901) ya que ésta ejerció ciertas influencias sobre Schiaparelli, como veremos, y porque es cuando se va forjando una parte de aquel misticismo asociado a estos insectos que llegará a plasmarse de manera directa en el Surrealismo. En vilo entre la influencia del Romanticismo y aquella más pragmática del Positivismo, en la época victoriana las mariposas, así como otros insectos, tienen cierto protagonismo, que se materializa en la difusión de la práctica del coleccionismo en cajas rigurosamente etiquetadas, o en la variada y muy creativa ilustración victoriana. Dentro de esta última cabe destacar las tarjetas comerciales o de felicitación y la publicidad ilustrada, que se beneficiaron de la llegada de la cromolitografía para anunciar de manera novedosa aquellos productos pensados para la moderna y exigente sociedad de la Revolución industrial (galletas, chocolates, almidón etc.). Sin embargo, es quizás en el campo de la moda donde esta afición se manifiesta con notable profusión ya que hay muchas muestras de la presencia de insectos en el campo del

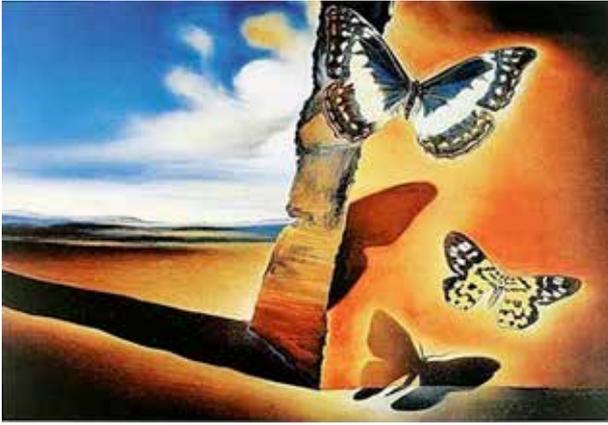
⁶²⁷ MERIAN, Maria Sibylla, *La oruga, maravillosa transformación y extraña alimentación floral*, Núremberg, 1679.

bordado, por ejemplo, tanto para vestidos de fiesta como para prendas íntimas, así como en los complementos (joyas, abanicos, relojes, guantes, prendedores para el pelo etc.). Una presencia notable comparable sólo con aquella realmente abrumadora del Art Nouveau. Entre los numerosos insectos que podemos encontrar en la moda de la época victoriana, las mariposas son sin lugar a duda, aquellos que cosechaban mayores éxitos entre las mujeres, así que son los más representados. Eso se debe a su indiscutible elegancia, valor estético y decorativo, además de que, en algunos casos, a simbologías místicas y de carácter espiritual. Según la sociedad victoriana, fuertemente religiosa y conservadora, estos insectos representaban el alma ya que la metamorfosis que protagonizan era un símbolo del pasaje de la vida terrenal a la celestial, alcanzada sólo por el alma. Así que éstas representaban un mensaje de *memento mori*, al puro estilo barroco, para recordar que la vida era efímera y así animar a seguir una conducta piadosa siguiendo la senda correcta de la fe. El diseñador de moda de origen francés, Emile Pingat (1820-1901), por ejemplo, obtuvo éxito mundial gracias a sus preciosistas capas en forma de mariposa, algunas de las cuales se encuentran en la colección del *Museo Metropolitano de Nueva York*. De esta época, y pertenecientes a la misma colección, son también un pañuelo con encaje de bolillo de manufactura inglesa, que presenta un complejo motivo de flores, hojas, pájaros y mariposas, o un vestido de noche de 1898 realizado por Frederick Worth que presenta un precioso bordado de mariposas de varios tamaños⁶²⁸.

Para asistir a una reinterpretación de la simbología de las mariposas y ver como éstas son asociadas a la libertad de las mujeres, hay que esperar a *Los locos años veinte*. Es en esta década cuando las mariposas se asimilan a las *flappers*, las jovencitas ágiles y alegres que bailaban desenfadadamente al ritmo del *Charleston* y cuyas faldas cortas llenas de flecos constituyeron un verdadero revulsivo no sólo para la moda, sino también para la sociedad que vio en ellas una primera manifestación de la independencia femenina. Las *flappers* se movían a base de ritmos sincopados, sacudían su cuerpo con energía (los flecos, los collares y las plumas se agitaban y ondeaban con alegría), de ahí la asociación con el rápido movimiento de las alas de las mariposas. En 1922 la revista *Life*⁶²⁹ presenta una portada con ilustración de F. X. Leyendecker, titulada *The flapper* que representa a una sensual mujer con enormes alas de mariposa, marcando el inicio de una renovación simbólica de estos insectos. En la década de los cincuenta, cabe recordar el ya citado

⁶²⁸ Información extraída de la página de Facebook especializada en arte: *E le chiamano arti minori...* Post del 20 de septiembre de 2020.

⁶²⁹ *Life*, New York, febrero, 1922.



Salvador Dalí, *Paisaje con mariposas*, 1959, óleo sobre lienzo.

Fuente: banco de imágenes de internet.

sombrero con mariposas que llevó Aimée de Heeren al «Baile del siglo» y finalmente, en tiempos más recientes, hay que mencionar a Alexander McQueen, Bibian Blue y Loewe que presentaron colecciones inspiradas en las mariposas y, sobre todo, en la idea de ligereza y colorismo que se les asocia.

Dentro del universo simbólico propuestos por los Surrealistas, las mariposas ocupan un lugar preferente. Les interesa este insecto dentro de su re-interpretación y estudio de la naturaleza y, en

concreto, de las formas biomorficas y primigenias, alejándose de preceptos estrictamente científicos para buscar coincidencias y relaciones con el subconsciente, pertenecientes a la esfera de lo personal y subjetivo en vez que de lo universal y científico. La metamorfosis que las mariposas protagonizan a lo largo de su vida es una potente metáfora de la existencia humana, en el sentido más amplio del término: el ser humano vive en constante transformación, tanto física como mental; el cambio es algo que experimentamos a lo largo de nuestras vidas y, además, ya no sólo estamos acostumbrados a vivir con el paso del tiempo y lo que eso conlleva, o con el embarazo y su extraordinaria transformación física, sino que, además, nos encanta jugar con ello: somos expertos en trabajar el tema de las transformaciones voluntarias bien gracias a los disfraces de Carnaval, bien utilizando la moda como poderosa herramienta de cambio y transformación, bien cambiando de opinión, en el caso de algunos expertos transformistas, cuando la ocasión lo requiere. Las mariposas encarnan todo lo maravilloso y extraordinario de los procesos naturales y llegan a adoptar, para los Surrealistas, una valencia psicológica porque además remiten a lo desconocido y sorprendente, metáfora del subconsciente. Dalí pinta mariposas en varias ocasiones; un ejemplo puede ser la obra del *Museo de Bellas Artes de Asturias, Metamorfosis de ángeles en mariposa* (1973), que, a pesar de estar realizada lejos de los momentos álgidos del Surrealismo, demuestra como el pintor catalán seguía trabajando algunas temáticas que habían sido propias de su etapa francesa. Esta obra es una acuarela de grandes dimensiones en la que el artista invita a reflexionar sobre el nacimiento y la transformación como herramienta poderosa en manos del ser humano y, sobre todo, de la mujer, engendradora de vida. Un homenaje también a Gala y a la femineidad en todos sus aspectos. Dalí, casi veinte años después, en 1959, pintará *Paisaje con mariposas*, una obra

en la cual nos presenta un paisaje típico de su imaginario, solitario e irreal⁶³⁰, poblado solo por dos mariposas cuyas sombras se proyectan sobre una roca. Lejos de la frescura y espontaneidad de su amiga Elsa, aquí el pintor español utiliza estos insectos y la idea de metamorfosis que se les asocia para plantearnos una reflexión sobre el origen del mundo y el inicio de la vida (en 1953 se descubrirá el ADN lo que fascinará a Dalí que hasta incluirá en una pintura la famosa hélice que contiene el código genético, alrededor del cual revolotean, por cierto, unas mariposas)⁶³¹. Dalí representará a una cabeza de maniquí rodeada por mariposas para el estampado de un pañuelo del que hablamos anteriormente; en este caso, las mariposas, lejos de ser aquellos insectos agradables y amigables, son figuras amenazantes que quiebran la cabeza del maniquí inspirado en la *Venus* de Botticelli, así que las podríamos leer como la amenaza del paso del tiempo que transforma el rostro de forma inexorable, haciendo marchitar la belleza incluso de la más bella. Por otra parte, en varias ocasiones Dalí ilustrará unas tarjetas navideñas en las que el tradicional árbol de Navidad es sustituido por unas mariposas de tamaño decreciente que dan a la composición la tradicional forma piramidal.

Dentro de la dimensión onírica surrealista, se encuentra de hecho la idea de metamorfosis y dentro de la infinidad de sugerencias a las cuales la alusión a la transformación remite, como hemos visto, está sin duda la de renovación, entendida como elemento positivo, una especie de resurgir, una primavera del espíritu, en línea con la reinterpretación de los años 20, asociada a las *flappers*. Es con este significado, relacionado con la idea de libertad e independencia, que Elsa Schiaparelli propone sus mariposas que revolotean en sus prendas ya desde 1935, año en el que diseña varios figurines en los que aparecen estampados de mariposas, así como elementos decorativos en sombreros de ala ancha, en tocados de redecilla, en cinturones y capas. Sin embargo, la idea de las *flappers* ya no está presente, ya que ha pasado un tiempo suficiente para considerar necesaria una actualización de la idea de mujer y, además, el movimiento feminista está cobrando cada vez más fuerza, dirigiendo la mirada hacia contenidos profundos y ya no sólo de apariencia (es el caso



Elsa Schiaparelli, vestido corto, 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁶³⁰ BROOK, Carolina, "Dalí", en *Art e dossier*, número 160, Giunti Editore, Firenze, octubre, 2000.

⁶³¹ *Ibidem*.



Atribuidos a Elsa Schiaparelli, guantes de piel, 1937. *Victoria and Albert Museum*. Londres.

Fuente: banco de imágenes de internet.

del movimiento sufragista). Así que, para Schiaparelli, las mariposas son sí un símbolo de libertad, pero asociado más bien a la reivindicación de los derechos de la mujer.

Entre las creaciones más conocidas de Schiaparelli sobre este tema, se encuentra un vestido corto de 1937 que deja la espalda al descubierto, confeccionado con un tejido fresco y alegre, presenta un estampado de mariposas de colores, cuya ligereza y frivolidad, acorde con la referencia al vuelo de estos insectos, recuperará a partir de la década de los cuarenta. Se trata de una indumentaria que va a redefinir el concepto de mujer independiente y, además, aporta una contribución fundamental a la moda *prêt-à-porter*, puesto que, en varias versiones y variantes, con cuellos, escotes y mangas diferentes, dominará el panorama de la moda a partir de los años cincuenta⁶³². Se trata, de hecho, del primer

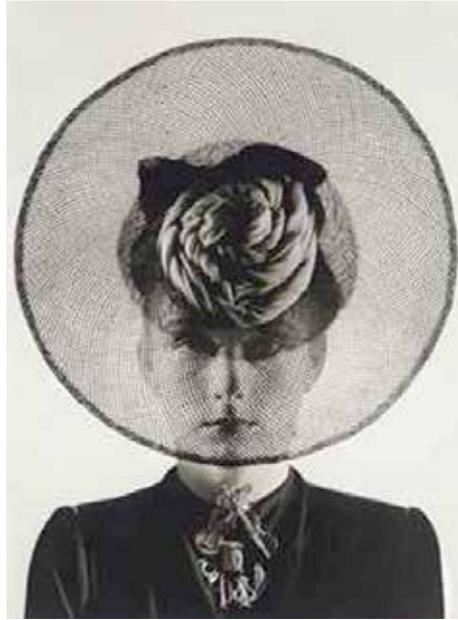
vestido de noche corto en Alta Costura y, por lo tanto, representa una novedad absoluta. Vestidos con este corte y esta línea se pondrán de moda después del lanzamiento del *New Look* por parte de Christian Dior (1947) y, en el caso de los Estados Unidos, de la mano de la diseñadora Claire McCardell. Otra prenda interesante que Schiaparelli presenta en estos momentos es una chaqueta con un sombrero de ala ancha como complemento en los cuales se aprecian unos broches de gran tamaño en forma de mariposa, como si estos insectos se hubiesen posado delicadamente y de forma azarosa sobre la persona. En el *V&A Museum* de Londres se conservan unos guantes, atribuidos a Elsa Schiaparelli, en los cuales vemos dos grandes mariposas amarillas, y que podrían pertenecer a esta misma serie.

De 1937 son otras creaciones identificativas del universo muy personal de Elsa Schiaparelli: un abanico en forma de mariposa, a juego con una pinza para el pelo, son complementos muy graciosos y femeninos⁶³³; *manteau cage*, (ver ficha del muestrario) y varios sombreros con rejillas a modo de pantalla⁶³⁴ constituyen otras creaciones interesantes que el mundo de las mariposas le inspira a Schiaparelli. En la misma línea, siguiendo la

⁶³² LAVER, James, *Breve historia del traje y la moda*, op.cit.

⁶³³ *Femina*, París, abril, 1937.

⁶³⁴ Un sombrero de este tipo es el que lleva la princesa polaca Jean Poniatowski, en una fotografía de Horst P. Horst y publicada en *Vogue France*, París, julio, 1939.



De izqda. a dcha. Elsa Schiaparelli, *Capa-Jaula*, 1937.

Atribuido a Elsa Schiaparelli, tocado 1937, *Victoria and Albert Museum*, Londres.

Elsa Schiaparelli, chaqueta y sombrero de ala ancha con broches y botones en forma de mariposas, 1937.

Fuente: banco de imágenes de internet y DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

asociación insectos-naturaleza y por ende vida al aire libre y pic-nic, encontramos el bolso en forma de cesta, confeccionado por el diseñador Roger Model, actualísimo y con el cual la *Maison Schiaparelli* se adelanta a sus tiempos, proponiendo una línea que cosechará grandes éxitos en el futuro⁶³⁵. La misma Elsa es retratada en una fotografía de finales de los años 30 con una cesta negra de mimbre reconvertida en bolso, mientras pasea por la calle en traje oscuro.

3.10.2 Circus

La relación entre el arte y el circo la encontramos en otros ámbitos artísticos. Sin duda es Picasso el principal referente en este aspecto y de él, así como de su interés hacia este mundo de marginados, hablaremos más adelante, cuando citemos sus saltimbanquis y arlequines en referencia a la colección que Schiaparelli dedica a la *Comedia del Arte*. El ambiente circense, de todas formas, es plasmado por el malagueño en el telón de fondo del ballet *Parade* del que hablamos con anterioridad, en el que se recogen



Roger Model para Elsa Schiaparelli, bolso en forma de cesta, 1937.

Fuente: D'AMATO, Gabriella, *Moda e desing.* Ediciones Mondadori, Milano, 2007.

⁶³⁵ D'AMATO, Gabriella, *Moda e design*, Ediciones Mondadori, Milano, 2007.

elementos tradicionales de este tipo de espectáculos, así como la magia que desprenden tanto sus personajes como el mundo de animales y seres especiales que lo rodean. La misma fascinación ejerce el mundo del circo sobre Henri de Toulouse-Lautrec (1864 – 1901), quien supo captar los vertiginosos movimientos de las acrobacias aplicando aquel encuadre fotográfico que lo caracteriza, y Georges Seurat (1859 – 1891) cuya obra *El circo* de 1891 es un hito dentro de la técnica puntillista ya que junta un cromatismo vivaz con un sorprendente dinamismo, lo que le permite alcanzar una expresividad notable. Y no hay que olvidarse de Georges Rouault (1871 - 1958) quien les dedica varios cuadros a los payasos. En sus rostros maquillados, el pintor francés busca modelos que se salgan de los convencionalismos clasicistas y le permitan trabajar el contraste entre las expresiones tristes y la alegría de los colores plasmados en sus caras. Además, en los ropajes coloristas, Rouault encuentra un pretexto para tratar aquellos efectos cromáticos que lo caracterizan, cristalizando expresiones y movimientos. El mundo del cine, para citar otra disciplina artística, también nos presenta momentos gloriosos vinculados con *El más grande espectáculo del mundo* (Cecil B. DeMille, 1952) y sus retos, baste con citar a Federico Fellini (1920-1993) y a películas como *La strada* del 1954, es decir, posterior a la colección de Schiaparelli, pero interesante por la lectura del circo que ofrece el cineasta italiano que trabaja con lirismo y dramatismo a sus desgraciados personajes.

Schiaparelli estaba acostumbrada a sorprender, tanto a los transeúntes que pasaban por delante de su escaparate, como a clientes y prensa que estaban en su interior y acudían a las presentaciones de las colecciones. En la *Maison Schiaparelli*, cada desfile era un evento espectacular. Ya los propios nombres de sus colecciones eran de lo más original: *Detente, mira y escucha, Pagar y llevar* y así un sinfín. Rompiendo esquemas, como siempre, así procedía Elsa Schiaparelli⁶³⁶ y las presentaciones de las colecciones se vuelven eventos bajo la mirada entusiasta de los asistentes. Con este concepto novedoso de los desfiles que pasan de ser puras pasarelas a espectáculos variopintos, en nuestra opinión, Schiaparelli se adelanta, aunque sin la necesaria conciencia y racionalidad que eso supone, al mundo artístico de los años sesenta y setenta. Como ya comenté anteriormente, la ebullición cultural de las artes de vanguardia, marca el estilo de Schiaparelli que, lejos de ser “sencillamente” una modista hace guiños constantes al mundo de las artes plásticas. Con sus colecciones, en efecto, plantea el desfile como si de una *performance* se tratara o, en ocasiones, de un *happening* puesto que involucra a menudo al público en las más

⁶³⁶ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

disparatadas actuaciones. Con la introducción de las colecciones temáticas, la modista revoluciona el mundo de la moda, añadiendo un componente espectacular y teatral que acerca estos eventos al mundo del arte, como se observa de los dibujos que el amigo y artista Christian Bérard⁶³⁷ realiza para la ocasión.

Con esta colección más que con otras, Schiaparelli corrobora su idea de moda como espectáculo, y lo hace a través de un mundo colorista y vital lleno de valores simbólicos y referencias artísticas que enriquecen su discurso y adscriben su persona en el número de los artistas que han tomado inspiración del mundo del circo, dando su personalísima opinión y expresando su punto de vista. Posible consecuencia de su formación autodidacta, Schiaparelli se caracteriza por una incondicional fidelidad a su principal referente: el mundo del arte. Toma inspiración del pasado, así como de los grandes artistas de su tiempo, haciendo que el Diseño de Moda se vuelva una expresión artística más e insertando esta disciplina en el discurso y el debate relativo a la creatividad.

La propia manera que ella tenía de exponer sus vestidos era del todo peculiar, en efecto los escaparates y las salas de su *atelier* en ocasiones se parecían más a pinturas surrealistas que a exposiciones de una *boutique* de moda, de hecho, era frecuente que mandase decorar las paredes para contextualizar sus creaciones, como cuando Dalí le pintó unos paneles con paisajes surrealistas delante de los que colocaron maniqués con prendas renombradas de la *Maison*. Un concepto que representa una ruptura con el pasado y que va a entroncar directamente con el nuevo espíritu, aquel que ya desde el inicio del siglo está transformando el mundo del arte. Alejados de las reflexiones puramente técnicas y plásticas, las preguntas ahora son otras y todas parten de una más general: ¿Qué es el arte?

Schiaparelli, contribuye en este debate y da su personal aportación, con sus creaciones, objetos hechos a medida de una nueva forma de sentir y pensar, y a la vez a través de sus desfiles. Más que para mujeres elegantes, podríamos decir que Schiaparelli diseñaba sus creaciones para mujeres con estilo, de ahí también la enorme importancia que daba a los complementos como elemento fundamental de distinción. Ella había encontrado sin duda la manera de sorprender: convivían, como un único concepto, distinción y originalidad,

⁶³⁷ Christian Bérard (1902-1949), conocido por sus contemporáneos con el nombre de *Bebe*, fue un pintor, escenógrafo e ilustrador francés. Hijo del conocido arquitecto parisino, André Berard, Christian trabajó para Chanel, Schiaparelli y Dior entre otros, para los cuales realizó ilustraciones de sus creaciones o invitaciones a presentaciones de colecciones. Colaboró también con los Ballets Rusos de Diaghilev. Influenciado por la estética de los Nabis, su pintura se caracteriza por el colorismo, la ingenuidad y espontaneidad del trato, así como por la representación alargada y estilizada de las figuras que, en el conjunto, resultan extremadamente elegantes.



Fotografía del interior de la boutique de Schiaparelli hacia 1946 en Place Vendôme.

Fuente: banco de imágenes de internet.

elegancia y extravagancia. Esta mezcla era, desde luego, muy atractiva para las mujeres de la época que estaban viviendo unos cambios importantes a nivel social, lo que se reflejaba también en atrevimiento y falta de miedos y complejos a la hora de vestir⁶³⁸.

Un ejemplo claro de este concepto tan moderno e rompedor con el pasado lo tenemos en el estreno de *Circus*, la que se ha convertido en su colección más famosa, considerada, además, como la primera en tener un carácter temático en

toda la Historia de la Moda, ya que tiene un tema concreto, un lema, sobre el cual se basan e inspiran las prendas y también la propia presentación⁶³⁹. Es en el mes de febrero de 1938 Schiaparelli cuando presenta una nueva colección para el verano, se trata de *Circus*, inspirada en el mundo del circo y sus atracciones; una colección destinada a convertirse en la más importante y conocida de todas. De este momento nos queda una de las pocas fotografías que la diseñadora tiene en compañía de Salvador Dalí: se trata de una imagen en la que salen retratada junto al pintor español y a su otro amigo y diseñador de interiores Jean-Michel Frank quienes, según se lee en el pie de foto, reciben a su amiga tras finalizar el desfile para dirigirle sus felicitaciones⁶⁴⁰.

Si todos los desfiles de la *Casa Schiaparelli* son un evento, en esta ocasión el *atelier* se sumerge en un tremendo bullicio y la gente presencia el espectáculo puro con auténticos trabajadores del mundo del circo que llenan la sala animándola con bailes y actuaciones. Este ambiente alegre y desenfadado refleja perfectamente la temática de las prendas que en esta ocasión se presentan y esto es lo que Elsa Schiaparelli quiere: contextualizar sus creaciones, por lo menos el día de la presentación de las mismas. En *Vogue* se describen unos momentos del desfile: «Schiaparelli se queda detrás de escena, mirando cada modelo antes de que salga. Probablemente no ha dormido más de dos horas la noche anterior, y está tan nerviosa como una *prima donna* que hace su debut en la Ópera. Sus amigos tienen que sacarla del pasillo posterior para decirle lo buena que es su colección. Lleva puesto un nuevo y hermoso broche de flores y zapatos de gamuza negra de suela alta de Perugia que

⁶³⁸ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

⁶³⁹ SEELING, Charlotte, “Elsa, la escandalosa”, en *Moda. 1900-1999*, op.cit.

⁶⁴⁰ *Vogue USA*, New York, marzo, 1938.

aumentan su diminuta altura»⁶⁴¹. Esta colección es aquella en la que la colaboración entre Salvador Dalí y la italiana es aún más visible, si cabe, ya no sólo para lo que al diseño de prendas se refiere, sino también en lo concerniente al montaje para el espectáculo en que se convirtió el desfile. Me refiero al decorado que Schiaparelli elige para presentar sus prendas en el *atelier*. No he encontrado referencias directas a estas imágenes, sin embargo, tomando como punto de partida una fotografía que representa el *showroom* de Schiaparelli, he podido deducir, a través de un análisis iconográfico, que fue Salvador Dalí quien realizó el telón de fondo que se aprecia en la instantánea, y que planteó un paisaje surrealista, utilizando la estética del hombre-laberinto que será recurrente en su obra posterior. Si esta afirmación se confirmara, significaría que la primera vez en la que Dalí hace uso para un evento público de esta iconografía es para Schiaparelli, volviendo a tratar este tema más adelante y en varias ocasiones, al realizar variaciones sobre este tema. Esto, unido a la representación del Sol como un ser volátil, nos podría llevar a afirmar que algunos de sus motivos iconográficos surgieron de los encargos que le vinieron del sector de la moda para convertirse en clásicos de su repertorio simbólico. La fotografía que ha dado lugar a esta teoría es una, de autor anónimo, en la que vemos como, sobre un fondo daliniano, destacan cinco maniqués con algunas de las más icónicas prendas diseñadas por Schiaparelli: el vestido harapiento y el esqueleto, un jersey de punto con el efecto trampantojo, un vestido largo ajustado a la cintura y una falda pantalón llevada por un personaje sentado en un columpio. No nos he dado saber si se trata exactamente de una toma del día de la presentación de la colección, sin embargo, sí que estamos delante de una escena de su *atelier* y, por las creaciones que se ven, relacionada con la colección sobre el circo. Es probable que los paneles fueron encargados para la presentación del desfile y que quedasen un tiempo después como elemento decorativo al fin de exponer algunas piezas simbólicas de la *Maison*, así que quizás la foto se haya tomado unos días después del desfile ya que hay prendas de épocas anteriores a 1938. La escena, supuestamente pintada por Dalí, consta de cuatro paneles que forman dos huecos independientes, como para crear dos escaparates dentro de la *boutique*, y es muy interesante ya que, a nuestro entender, fue realizada por Salvador Dalí antes del famoso telón *Laberinto* de Figueras. El espacio de la izquierda representa una escena rocosa con una cueva que se abre al fondo y de la que se asoma una figura, mientras que, en la parte de la derecha, quizás la más importante, se aprecia al fondo el rostro que Dalí propone para el frasco de perfume

⁶⁴¹ *Ibidem*.



Salvador Dalí, dibujo para el frasco de perfume en cristal de Baccarat de Schiaparelli, *Le Roy Soleil*, 1946.

Fuente: banco de imágenes de internet.

Le Roy Soleil de Schiaparelli (un rostro etéreo formado por el vuelo de unos pájaros). Sin embargo, es el panel de la derecha el que resulta más interesante ya que aparece el busto de un hombre, situado en un paisaje que podría recordar los acantilados del Cabo de Creus, en cuyo vientre se abre una puerta. Se trata de la misma iconografía que utilizará en 1941 cuando recibirá el encargo de diseñar, además de vestuario y libreto, también los decorados para el ballet *Laberinto*, inspirado en el mito de Teseo y Ariadna, que se estrenó en la *Metropolitan Opera House* de Nueva York el 8 de octubre de 1941 (coreografía de Léonide Massine y música de Schubert). Este enorme telón de fondo se encuentra actualmente emplazado bajo la cúpula del *Teatro-Museo Dalí* en Figueras. Asimismo, una figura parecida la encontramos

en otro telón que hizo en 1944 para el ballet *La locura de Tristán*, en el que el personaje masculino, Tristán, tiene algunos elementos parecidos al del *Laberinto*, como el hecho de estar agrietado y recubierto por árboles que hunden las raíces en su cuerpo. El referente directo de todas estas obras es *Metamorfosis de Narciso* de 1937 (Londres, *Tate Gallery*), una pintura en la que se ven a dos personajes que pueden ya considerarse como unos antecedentes del busto del *Laberinto*. En el telón la figura masculina representa a Teseo y su lucha con el Minotauro es representada como una batalla consigo mismo y con su parte más oscura, simbolizada por la puerta situada en el vientre del personaje. En estos casos, las referencias a la mitología ampliadas de las lecturas psicoanalíticas, son típicas del arte de Dalí quien se refiere con frecuencia tanto al mundo del subconsciente como a la mitología clásica. Por lo tanto, la asociación entre la temática de los paneles que diseña para la colección de Schiaparelli y la idea del laberinto como lugar donde encontrarse a uno mismo, podría buscarse en una reflexión sobre las apariencias: a veces se aparenta alegría y entusiasmo (el circo), mientras que dentro se sufre en silencio (el laberinto).

El mundo del circo, como tema de inspiración para su colección de moda, no es tratado por Schiaparelli bajo el aspecto melancólico, sino, más bien le permite abrir el abanico de posibilidades expresivas porque para ella significa sobre todo espectáculo, aunque es inevitable que el aspecto tragicómico se pueda leer en varias de sus creaciones, ya que el tema lo propicia. Éste mundo, lleno de sorpresas, se plasma en tejidos, botones, bordados y joyas desenfadadas y coloristas que, quizás, alcanzan la mayor nota de originalidad

cuando trata el tema de las rarezas biológicas, de los llamados fenómenos del freak show, lo que le permite experimentar libremente y conseguir efectos de metamorfosis del cuerpo absolutamente originales. La colección *Circus* fue un éxito absoluto y el mundo de la moda se llenó de payasos, acróbatas, *pierrrots* etc. al mismo tiempo que los escaparates de París se llenaron de objetos referentes al circo⁶⁴².

En los boleros vemos unos increíbles bordados, como en el caso de aquel que adquirió la reina de la belleza, *Madame* Helena Rubinstein⁶⁴³, que presenta elefantes y acróbatas. Las chaquetas son enriquecidas por botones muy originales, que van desde cabezas de payasos hasta acróbatas en el aire. Todo esto hace de estas prendas unas auténticas obras de arte y los vestidos, tanto de día como de noche, son naturales protagonistas también de esta colección. En *Vogue* se publica hasta en dos ocasiones⁶⁴⁴ un vestido de día de esta colección ajustado al cuerpo y conjuntado con un bolero muy corto y un gorro muy prominente. Los complementos que se proponen a juego son una especie de alpargatas de plataforma (de lo más actual si pensamos en las sandalias de plataforma tan de moda hoy en día entre las jóvenes), y un posible guiño a los equilibristas del circo, un collar de caballitos o acróbatas y un broche en forma de cabeza de payaso. Con respecto a los estampados, Schiaparelli usa sedas en las que vemos caballos, conejos, cisnes y carrozas de trenes. Es el caso de un vestido de noche de tirantes y pronunciado escote en forma de “V” que se confecciona en seda estampada inspirada en un dibujo de Marcel Vertès (el ilustrador que realizó la mayoría de las campañas publicitarias de los perfumes de Schiaparelli) y representa la vivacidad del circo a través de las acrobacias de caballos y jinetes. Otros estampados que se diseñan en colaboración con Vertès son aquellos que se utilizan para dos vestidos icónicos de esta colección: uno



Helena Rubinstein con bolero bordado de Schiaparelli, 1938.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁶⁴² DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁶⁴³ Helena Rubinstein (1870-1965), nacida en Polonia de familia judía, fue una de las mayores empresarias del mundo de la cosmética. Creó su propia casa del nombre homónimo, que aún hoy en día se sigue comercializando con éxito, cuyo objetivo era introducir el elemento clínico en la cosmética para poner la ciencia al servicio de la belleza. Inventó los institutos de belleza, el mascara *waterproof* y la crema reafirmante, entre otros productos. Además de ser amiga y cliente de Schiaparelli (muchas fotos la ven con la indumentaria de la diseñadora), fue también una extraordinaria coleccionista de arte. Dentro de su colección (en su gran mayoría retratos de ella misma realizados por encargo), se encuentran obras de Picasso, Dalí (con quien también tuvo una relación de amistad), Chagal, Dufy, Miró etc. además de muchas esculturas africanas y de Oceanía. Fue pionera en el reconocimiento del arte africano en Europa tal y como se demuestra en la exposición *Helena Rubinstein. La colección de Madame*, celebrada en el *Museo de Quai Branly Jacques Chirac* de París, del 19 de noviembre de 2019 al 28 de junio de 2020.

⁶⁴⁴ *Vogue France*, París, marzo, 1938 y *Vogue France*, París, abril, 1938.



Elsa Schiaparelli, vestido con estampados animales del mundo del circo, 1938.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



Elsa Schiaparelli, chaqueta con botones en forma de acróbatas.

Fuente: banco de imágenes de internet.

de corte veraniego y fresco en *rosa shocking* con estampado de conejos, carruseles con sus caballos, trenes y carrozas; otro de corte ajustado y con un frunce lateral asimétrico en color turquesa con cisnes y bovinos. Este último estuvo expuesto durante un tiempo en la *boutique* junto a otro vestido de la colección de inspiración victoriana y ambos se conjuntaron con pañuelos que cubrían la cabeza y guantes espectaculares que creaban el efecto de unas mangas globo⁶⁴⁵.

Dos páginas llenas de colores y personajes circenses de los más variados son aquellas que encontramos en la edición francesa de *Vogue*⁶⁴⁶, en la que Christian Bérard presenta la colección de su amiga: «La alegría del circo ha inspirado a Schiaparelli: los motivos, las formas, los colores las lentejuelas», se lee en la conocida ilustración poblada de acróbatas, payasos, caballos y bailarinas. En el mismo mes, también la edición estadounidense de *Vogue* se hace eco de la colección *Circo*⁶⁴⁷ y lo hace entre las páginas de un número dedicado en gran parte a la moda surrealista, como adelanta la bonita portada de Pierre Roy, quizás el más magrittiano de los ilustradores de moda, que, a través de un efecto trampantojo, nos mete delante de unos cajones entreabiertos de los que sobresalen guantes, collares y otros enseres femeninos.

Entre las creaciones más conocidas de esta colección encontramos el vestido *harapiento*, el vestido *esqueleto* y los zapatos de pelo de mono confeccionados por la *Maison* por André Perugia⁶⁴⁸ y que se encuentran en la colección del *Philadelphia Art Museum* (ver ficha del muestrario).

⁶⁴⁵ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

⁶⁴⁶ *Vogue France*, París, abril, 1938, op. cit.

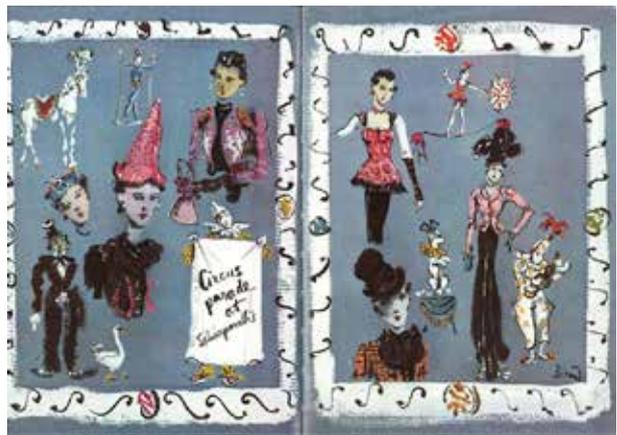
⁶⁴⁷ *Vogue USA*, New York, abril, 1938.

⁶⁴⁸ André Perugia (1893-1977) fue un diseñador de moda francés de orígenes italianos. Se formó en la tienda de su padre y, con sólo 16 años, abrió su primera *boutique* en París donde confeccionaba zapatos hechos a mano. Fue así como se especializó en diseño de zapatos, caracterizando su estilo por originalidad y atrevimiento. Trabajó tanto para los grandes diseñadores de la época, incluyendo Poirot y Schiaparelli, como para la meca del cine, Hollywood. Se considera como el primero de los grandes y famosos diseñadores de zapatos.

Con respecto a los complementos, a modo de ejemplo, podemos citar un broche en forma de oso entrenado, en cerámica esmaltada y perlas o el famoso broche *Circo*, diseñado para Schiaparelli por Max Boinet, en esmalte y cristales de colores. Colores vibrantes, elefantes y acróbatas decoran los tejidos usados por la diseñadora y el mundo del circo queda plasmado en creaciones actuales y sorprendentes que enamoraron a las mujeres, tanto a las atrevidas y sofisticadas, como a las más discretas⁶⁴⁹, porque, «más allá de estas fantasías, el corte perfecto de Schiaparelli sigue estando presente, y los trajes de mañana, sobrios de línea, están confeccionados en telas claras o vivas»⁶⁵⁰. Muchas de estas creaciones las encontramos, por supuesto, entre las páginas de las revistas de moda y se van mezclando con otras de temporada.

En mayo de 1938 se publica en *Vogue*⁶⁵¹ una fotografía de una modelo con un velo que le cubre la cabeza y, a modo de horquilla, una hermosa concha de hilos de oro que sostiene la tela. Un detalle de lo más refinado y llamativo que la propia actriz Arletty, fiel seguidora de la *Maison* de la *Place Vendôme*, lleva en una fotografía de 1938 que ella y su compañero de escena, Paul Bernard, toman en el set de la obra de teatro *Cavalier seul*. La actriz lleva también en su mano derecha una *mesh bag* de metal dorado de Schiaparelli, lo que crea un conjunto perfecto con la concha marina y el bordado de oro del bolero azul claro. El mundo de las maravillas marinas y las espirales de las conchas, han evidentemente inspirado este tocado que, como parte de la colección *Circus*, remite a lo más sorprendente de la naturaleza.

El desfile de *Circus* se cierra, como es natural, con un traje de novia del cual hay que resaltar el velo que cubre la cabeza: un bordado azul, en el cual se aprecian unos



Christian Bérard, invitación para la presentación de la colección *Circus* de Elsa Schiaparelli, 1938.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Elsa Schiaparelli, dibujo y velo bordado del traje de novia que cerró el desfile de *Circus*, 1938.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁶⁴⁹ MIR BALMACEDA, María José, *La moda femenina en el París de entreguerras*, op.cit.

⁶⁵⁰ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, marzo, 1938.

⁶⁵¹ *Vogue France*, París, mayo, 1938.



De izqda. a dcha.: Mae West con vestido de Schiaparelli en la película *Every Day's a Holiday*, 1937.

Daysi Fellowes con vestido de Schiaparelli, 1937-1938.

Cecil Beaton, fotografía de Marlene Dietrich con abrigo y sombrero de Schiaparelli, 1947.

Fuente: banco de imágenes de internet y DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

tentáculos finamente dibujados que, según Blum Dilys⁶⁵², recuerdan las serpientes de la cabeza de Medusa. Este elemento grotesco está relacionado con el mundo del circo y la exhibición de monstruosidades y rarezas de vario tipo muy en boga entre finales del siglo XIX y principio del XX. Es el caso del famoso circo de P. T. Barnum, un componente de cuya familia, por cierto, se exhibió en la presentación de la colección *Circus* tal y como relata la misma Elsa Schiaparelli: «La colección más bulliciosa y descarada fue aquella del circo. Barnum, Bailey, Grock y los Fratellini se desataron en un baile loco en el austero *show room*, arriba y abajo por la imponente escalinata, dentro y fuera de las ventanas. Clown, elefantes, caballos, decoraban los tejidos en los cuales se leía *Attention à la peinture*. Globos como bolsas, polainas como guantes, cucuruchos como tocados, perros adiestrados y motivos bromistas... el tiempo estaba marcado con gran entusiasmo. [...] Schiap no perdió a ninguna de las ricas clientas a la antigua y tradicionalistas, al contrario, se ganó a muchas nuevas compradoras, entre las cuales, obviamente, todas las estrellas...»⁶⁵³. Ina Claire, Marlene Dietrich, Katharine Hepburn, Mae West, Claudette Colbert, Gloria Swanson, Ruth Ford, Cécil Sorel o Arletty son solo algunas de las actrices de *Hollywood* que llevaron sus trajes; Helena Rubinstein, Nush Eluard, Daisy Fellowes y Wally Simpson, las mujeres más elegantes e influyentes del momento que visitaban habitualmente el *atelier* de la *Place Vendôme* y fueron unas incondicionales de la modista italiana.

⁶⁵² *Ibidem*, p. 179.

⁶⁵³ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 125.

3.10.3 Una colección pagana

Entre las colecciones más espectaculares de Schiaparelli, se recuerda también la *Colección pagana*, presentada en el abril de 1938, con prendas para el otoño. El tema central, alrededor del cual gira es esta vez el de la *Primavera* de Botticelli. «[...] Las mujeres parecían salir de una pintura de Botticelli, con guirnaldas y refinados pétalos de flores bordados encima de faldas adherentes clásicas y muy sencillas»⁶⁵⁴.

El adjetivo pagano, obviamente, está relacionado con las referencias mitológicas presentes en la obra del pintor del primer Renacimiento italiano y con las teorías estéticas del *Neoplatonismo*. Sobre todo, las pinturas *El nacimiento de Venus* y *La primavera* son los referentes directos de esta colección, siendo la figura de *Flora*, con su traje enteramente recubierto de flores y elementos vegetales, la principal fuente de inspiración. El interés hacia los insectos se despertó en el *Quattrocento*, gracias a la escuela flamenca que, en varias ocasiones, insertaba moscas o mariposas, pintadas con extremo cuidado y realismo, al fin de dar la impresión de que un insecto se hubiera apoyado en la obra. Un detalle anecdótico que entronca con la idea del trampantojo y que, relacionado en ocasiones con pinturas de Vírgenes y el niño adquiere también un valor simbólico. Es el caso de la refinadísima *Madonna Lenti* (1472-1473) de Carlo Crivelli en la que una mosca, de grandes proporciones con respecto a la Virgen y el niño, se encuentra en la parte inferior izquierda de la pintura yendo a simbolizar el pecado y lo diabólico ya que estos insectos, relacionados con la inmundicia, se asociaban al diablo en las obras religiosas. La presencia de insectos y elementos vegetales en la colección de Schiaparelli remite también a aquella parte del Renacimiento relativa al Entomología, por un lado y a la Botánica, por otro. Nos recuerda, así, aquellas ilustraciones científicas renacentistas que, desde la invención de la imprenta, proliferaron por Europa llenando los libros de imágenes muy delicadas de flora y fauna. Aquellas ilustraciones que van desde un exquisito de David Kandel (c. 1520 - c. 1596), pionero en la ilustración científica, pasando por la meticulosa María Sibylla Merian (1647-1717) hasta llegar a Ernst Haeckel (1834-1919) cuya expresividad artística llegó hasta a tener hasta tintes surrealistas. Era frecuente, además, que las ilustraciones botánicas de antaño viniesen acompañadas de algún guiño, de tipo anecdotista, a insectos variados, lo que nos transporta de lleno dentro de la *Colección pagana* de Schiaparelli. Dentro del panorama del arte actual, dos hitos artísticos importantes dentro del tema de los

⁶⁵⁴ *Ibidem*.

insectos son la *Araña* de Pino Pascali, realizada en tela azul en 1968, una interpretación personal de la realidad, y la de Louise Bourgeois (1996) titulada *Mamá*, que representa la capacidad de las madres de velar por la familia (metafóricamente: tejer la tela) y a la vez, en algunos casos a causa de la sociedad patriarcal, de no saber salir de esta realidad que representa la zona de confort y quedar atrapada en ella.

En lo que se refiere a la relación en sentido estricto entre el mundo de la moda y el de los insectos, cabe mencionar el uso que se hacía, en la época victoriana, de las iridiscentes alas del escarabajo verde *sternocera aequistignata* que eran utilizadas como lentejuelas para bordar vestidos y adornar tejidos o complementos, además del uso que de ellas se hacía también en joyería (lo que le valió el nombre popular de *escarabajo indio de joyas*). Un ejemplo del sofisticado uso que se hacía de este insecto lo encontramos en el vestido verde esmeralda que la actriz inglesa y activista sufragista Ellen Terry (1847-1928) llevó para dar vida a Lady Macbeth; éste estaba bordado con las alas del escarabajo en cuestión tal y como se aprecia en la pintura de Sargent (1889) que lo inmortalizó.

Los orígenes italianos de Elsa y el gusto por el arte y la elegancia influyen, posiblemente, en la elección de la temática renacentista, a través del cual la diseñadora puede resaltar los increíbles bordados que enriquecen sus creaciones, unos bordados que recuerdan aquellos renacentistas y que, cómplice también *La primavera* de Botticelli, van a embellecer sus creaciones. Para Schiaparelli, las flores son el símbolo por antonomasia de la belleza, representan pureza y la incorruptibilidad; tanto es así que ella misma relata que de pequeña se puso semillas en la boca con la esperanza de que su rostro se cubriera de flores⁶⁵⁵. Obra de Lesage, estas decoraciones extraordinarias, como el motivo en forma de candado⁶⁵⁶, aportan preciosismo y detallismo a la colección además de introducir materiales inusuales como plásticos y fibras sintéticas de notable intensidad cromática. Así que la diseñadora crea un mundo efervescente lleno de flores bordadas con esmero, insectos de intensos colores y vestidos como árboles que someten a una inesperada metamorfosis a las mujeres que los llevan puestos, modernas Daphne perseguidas por Apolo. El sentido plástico del espectáculo se apodera, una vez más, de las elegantes salas del *atelier* de Schiaparelli, y las pinturas son el complemento elegido para hacer de fondo a la indumentaria presentada por unas setenta modelos que desfilan encarnando el sentido de refinamiento y elegancia del Renacimiento unido al espíritu innovador de la modista.

⁶⁵⁵ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 23.

⁶⁵⁶ BAUDOT, François, *Moda y Surrealismo*, op.cit.

En las páginas de las revistas de esta temporada se encuentran referencias constantes al mundo vegetal, «silvestre», como lo definen en *Vogue*⁶⁵⁷, donde vemos un bolso que parece un manojito de hojas, o una capa enteramente recubierta de hojas de seda verdes que cuelgan y se mueven libremente siguiendo los movimientos de las modelos y que iría a juego con los vestidos de estampados vegetales de la colección. Asimismo, encontramos una pulsera de hojas verdes, inspirada en otra planta enredadera, que parece trepar por la muñeca y finalmente un collar verde y rojo que simula un ramo de hiedra y se enreda alrededor del cuello formando dos roleos que caen hacia el escote. Es ahora cuando introduce el motivo de la hoja de hiedra que utilizará en varias ocasiones y en cuya forma se inspirará para el frasco y todo el envoltorio de su perfume *Succès Fou* de 1952. Exactamente como en la *Primavera* de Botticelli, los elementos vegetales recubren el cuerpo y forman, de manera aparentemente casual, unos complementos extraordinarios. De hecho, una preciosa pieza de bisutería es una que hace a la vez de diadema y collar (ya que parte desde la cabeza para bajar hasta el cuello) de margaritas y hojas, realizada en madera, vidrio esmaltado, cristal y metal dorado que se subastó recientemente en Sotheby's. El referente directo y primigenio son, en nuestra opinión, las diademas de margaritas que se hacen las niñas en el campo, así como las ofrendas florales para los dioses tribales, lo que remite a ese espíritu ancestral tan presente en la *Colección pagana*. Una colección que surgió bastante lejos en el tiempo del movimiento ambientalista tan presente y tan necesario en la sociedad de hoy en día, y que, sin embargo, enseñó el camino a aquellos que querían verlo: volver a convivir con la naturaleza, como se hizo en el pasado, en un mundo anterior a la Revolución industrial, en el que el hombre tenía la conciencia de ser una parte más dentro de un engranaje perfecto, la tierra, y no aspiraba a una supremacía absoluta y al control de todas las especies, animales y vegetales.

Es en esta ocasión cuando se presenta una de las creaciones más originales y sorprendentes de Schiaparelli: el famoso collar de insectos (ver ficha del muestrario) que, realizado. Los insectos y las hojas, además, en las creaciones de Schiaparelli se



Elsa Schiaparelli, sombrero y foulard con broches en forma de insecto, 1938.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁶⁵⁷ *Vogue France*, París, junio, 1938.



Elsa Schiaparelli, collar en metacrilato, 1938.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



Elsa Schiaparelli, botones, 1938.

Fuente: banco de imágenes de internet.

vuelven botones y van a decorar, con sus bellas formas, vestidos, abrigos, cuellos de camisas y sombreros de todas las dimensiones⁶⁵⁸, así la diseñadora juega con lo azaroso, lo repugnante, lo natural y, por supuesto, añadiendo, como viene siendo natural en ella, un toque de ironía y desenfado al mundo de la moda. Otra creación reseñable de este momento es un collar de flores metálicas multicolores que cae encima del escote como un cuello bordado que también va a celebrar la belleza de la naturaleza.

Dos protagonistas indiscutibles de esta colección son los botones y los bordados de Lesage que, con su personalidad y preciosismo hacen de las prendas unas verdaderas obras de arte de la alta costura y no sólo. El coleccionista Billy Boy*, de quien hablaremos más adelante, posee un abrigo en satén que es toda una exaltación de lo rural y campestre ya que presenta en las mangas un increíble bordado en forma de riestras de maíz. Otro ejemplo de los bordados de esta época lo encontramos en una chaqueta llevada por la editora de moda, Diana Vreeland, quien, en una foto de esta época realizada por Louise Dahl-Wolfe, luce un precioso bordado de girasoles. Hojas bordadas con hilo de oro o lentejuelas y abalorios negros sustituyen el cuello de una chaqueta y rodean el escote, tanto por delante, como por detrás; flores y hojas de lentejuelas se distribuyen profusamente alrededor de un escote; hiedras y hojas de vid bordadas trepan por la parte frontal de chaquetas y chalecos y racimos de uva se convierten en botones (la presencia, por cierto, de las hojas de parra es una clara asociación con aquel mundo pagano, encarnado por lo dionisiaco y por el dios del vino, Baco).

En esta colección Schiaparelli usa el tejido *Viyella* para unas cuantas prendas, de hecho, en uno de los anuncios de *British Vogue*, citados con anterioridad, se lee una cita de la diseñadora: «Le doy a la *Viyella* un lugar determinado en mis modelos de la colección de otoño»⁶⁵⁹, lo que va acompañado de un retrato de la modista y la foto de uno de sus modelos. Con respecto a los botones, por otra parte, en esta colección los hay de

⁶⁵⁸ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, junio, 1938.

⁶⁵⁹ *British Vogue*, Londres, noviembre, 1938, p. 20.

varios tipos y formas: hoja, cucaracha, cigarra, escarabajo etc. Sin lugar a duda, son aquellos en forma de insectos que resultan más sorprendentes porque juegan también con el efecto sorpresa y porque recuerdan, en nuestra opinión, aquellos insectarios de los escolares donde una gran variedad de insectos disecados, clasificados y etiquetados, es expuesta estando pinchada en alfileres metálicos.

Otras piezas interesantes que se presentan en esta colección, son unos vestidos que se inspiran en la pintura de 1937, *Aurora* de Paul Delvaux; los estampados simulan las cortezas de los árboles, ya no en la textura, como había pasado anteriormente, sino en el propio dibujo de la tela que va a simular las vetas de la madera (en 1935, Schiaparelli había utilizado en varias prendas el muaré, cuyo patrón podría entenderse como un precursor de estos estampados de la colección pagana). Si a eso le añadimos que la modista presenta las prendas en cuestión con las capas de hojas ya mencionadas, entonces, como si de árboles se tratara, podemos imaginarnos a las modelos desfilando por el *atelier* y convirtiéndolo, por momentos, en un pequeño bosque. Vuelve el concepto del desfile-espectáculo que ofrece insólitas visiones a los asistentes, y vuelve el tema de la metamorfosis. Con respecto a este último concepto, referente directo es sin duda el mito de Apolo y Daphne (tema que, por cierto, en 1953 tratará también Salvador Dalí quien realizará un precioso broche de oro que se encuentra en Figueras). Asimismo, todo esto nos recuerda a la figura daliniana de *Alicia en el país de las maravillas* con su cabeza y manos de rosas que juega a saltar a la comba. Un imaginario, sin lugar a duda, surrealista que sirve de complemento al discurso sobre la metamorfosis, del que hablamos con anterioridad, en la que el cuerpo no se ve estancado en formas preconcebidas y prosaicas, sino se convierte en algo fluido gracias, también, a la complicidad de la moda que insiste en la diversidad y la aceptación como valores en alza de la sociedad contemporánea.

De esta colección es también un abrigo de noche⁶⁶⁰ definido *de Ópera*, por su elegancia, confeccionado en brocado de seda e hilo de metal de cobre y que cierra, a la altura del



Elsa Schiaparelli, figurín de vestido con estampado que simula la corteza de los árboles

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁶⁶⁰ El abrigo en cuestión lo hemos encontrado en la página www.etsy.com un portal de venta on line. Perteneció a una tienda de ropa de lujo de segunda mano de nombre *Crowning fashion* y posiblemente provenga de una colección privada. Está puesto a la venta por 47.427,08 €. La prenda viene con la etiqueta original de la Casa Schiaparelli, claramente visible, y se indica en la descripción que se presentó en la *Colección pagana*.

cuello, con dos llamativos botones de vidrio verde, en forma de escarabajo egipcio. La tela presenta motivos vegetales variados: flores beige, rojas y verdes, hojas de varias formas y tamaño y finalmente, lo que vendría a ser el motivo principal, una especie de plumeros que recuerdan la forma de las plumas de pavo real. La prenda es de corte holgado y acampanado y también las mangas son rectas y amplias. A nuestro entender, tanto en lo que a los volúmenes se refiere como en el motivo decorativo del brocado, tiene un aire oriental que recuerda los quimonos japoneses, así como las prendas que diseñaba el gran modisto francés, amigo de Elsa Schiaparelli, Paul Poiret.

También esta colección acaba finalmente marcando tendencia a nivel internacional: pone de moda accesorios y complementos en forma de insectos que van a invadir los escaparates de todo el mundo, que se llenan de joyas y bisutería en forma de bichos de todo tipo (desde las más refinadas mariposas y abejas hasta las menos glamurosas cucarachas), además de elementos vegetales (como la famosa gargantilla de la que cuelgan cinco pequeñas piñas), flores, hojas, que también se ponen de moda. Es el caso de *Bonwit Teller*, de Nueva York, que, pocos meses después de que Elsa presentara su *Colección pagana*, presenta la colección de joyas *Campo y foresta*. Se podría hablar de una especie de *revival* de la afición modernista por los elementos del mundo vegetal y animal, sin embargo, ahora las formas son más realistas y los contenidos menos literarios que aquellos del Art Nouveau.

3.10.4 El zodiaco

Elsa Schiaparelli vuelve a sorprender con vestidos ricamente bordados en la siguiente colección de invierno, de temática astronómica, que presenta en agosto de 1938: *Zodiac*.

Ciertamente las estrellas y el arte hicieron siempre un binomio muy feliz a lo largo de la Historia del Arte, porque desde la eternidad del firmamento se contemplan las mortales miserias humanas, como diría Giacomo Leopardi en su poema *Canto nocturno de un pastor errante de Asia*. Ya los Antiguos Egipcios, en su representación de la bóveda celeste, encarnada por la diosa *Nut*, celebraban la infinidad del universo protector. Y en Rávena el Mausoleo de Gala Placidia (primera mitad siglo V) renueva este deseo de eternidad, donde el azul del cielo es el único conforto frente a la oscuridad de la muerte. Mientras que el *Monje junto al mar* de Friedrich (1808-1819), en pleno Romanticismo, parece enfrentarse al universo y, en la más absoluta soledad, reflexiona replegado sobre sí mismo; la luz de las estrellas ejerce sobre Van Gogh (*Noche estrellada*, 1889) esa

fascinación hipnótica que el pintor plasma creando una visión dinámica y fluida. Además, desde tiempos inmemorables, las estrellas ejercieron una cierta fascinación sobre el ser humano, quien, a través de la astrología, la identificación de las constelaciones y otros medios de adivinación, ha tratado de interpretar las influencias de los astros en el transcurso de la existencia humana, así como la supuesta y tan deseada predicción del futuro. Notables son, a modo de ejemplo, los caligramas artísticos que forman las constelaciones del manuscrito de época carolingia como el *Aratea* (820 d. C.) que nos da la idea de los conocimientos astronómico de aquel entonces y del interés que el cielo ha ido despertando a lo largo de la historia de la humanidad. Al margen de la Astronomía, este misticismo puede encontrar una aplicación práctica también en la Astrología: los signos zodiacales, el horóscopo o el amplio universo de los tarots, entre cuyas cartas se encuentra aquellas de *La estrella*. A este mundo misterioso y a su fascinación, incluso los Surrealistas no quedaron inmunes, atraídos por el lado esotérico del universo. Es el caso de Dalí, quien, en 1967, realiza unas litografías dando su propia versión de los signos zodiacales ilustrados según preceptos puristas, filtrados por la ensoñación surrealista, como en el caso de *Géminis* representado como un ser de dos cabezas o de *Cáncer*, identificado con un cangrejo de río. En 1970, el artista catalán se pone a prueba también con los tarots donde Gala, por ejemplo, figura como *La emperatriz* y el propio Dalí como *El mago*. En este contexto, cabe recordar que, entre finales de 1940 y 1941, un grupo de Surrealistas (André Breton, Oscar Domínguez, Marcel Duchamp, Max Ernst, Wifredo Lam, André Masson, Tristan Tzara y otros) se afincaron en Marsella, antes de poder ir a los Estados Unidos para huir de la guerra; en este tiempo crearon *El juego de Marsella*, también denominado *Juego surrealista de cartas*, una re interpretación de los tarots donde las tradicionales figuras habían sido cambiadas por otras extraídas de su personal iconografía (*La estrella*, por ejemplo, es sustituida por *El sueño*, identificado en las figuras de Freud, al igual que aparecían figuras como *Alicia en el País de las maravillas* o el Conde de Lautréamont).

Schiaparelli no se resiste tampoco a la fascinación que la bóveda celeste ejerce desde siempre sobre el ser humano, y añade el componente más científico, más vinculado a la Astronomía a aquello puramente simbólico. Sus orígenes y su familia, en concreto su tío, el famoso astrónomo Giovanni Schiaparelli, que había sido director del Observatorio de Brera, en Milán, están posiblemente a la base de la idea que impulsa esta nueva elección temática. De hecho, ella siempre reconocerá la importancia que tuvo la relación con



John Phillips, retrato de Elsa Schiaparelli en su atelier, reportaje publicado en la revista *Life*, Nueva York, 1937.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



Elsa Schiaparelli y Salvador Dalí, Neuilly, 1949.

Fuente: banco de imágenes de internet.

sus familiares y la formación que recibió en su juventud⁶⁶¹. Fue justo su tío el que, mirando los lunares de la cara de una jovencita Elsa, le hizo notar que la silueta de los lunares de su mejilla izquierda recordaba la constelación de la *Ursa Mayor*⁶⁶². A partir de este momento, la modista hizo del Gran Carro, su símbolo, plasmándolo en prendas y joyas, como se puede apreciar, por ejemplo, en el broche que lleva en la famosa foto de 1950 con Salvador Dalí en ocasión de una fiesta organizada por el artista español. Se trata de una pieza que, según relata Marisa Berenson⁶⁶³, mandó que realizase Cartier y que presenta siete esmeraldas que representan las estrellas principales y más de setenta diamantes que construyen la forma del carro, mientras que

en el medio se encuentra una moneda con el perfil de la propia Elsa.

Las revistas no tardan en plasmar las innovaciones principales de esta colección, como en el caso de *Marie Claire*⁶⁶⁴ donde vemos algunos trajes de chaqueta repletos de estos estupendos bordados de temática astronómica. El sistema solar, y por ende el Rey Sol y el Dios del Sol, Apolo, son el centro de esta colección y, en concreto, los motivos principales son dos: las estrellas, con las constelaciones y los signos zodiacales, por un lado, y, por otra parte, las referencias mitológicas y divinas. Las chaquetas y los boleros son las prendas más representativas de esta colección, quizás como referencia a los *justacorps* y a los ternos a la francesa tan en boga en Versailles desde Luis XIV hasta la Revolución

⁶⁶¹ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit.

⁶⁶² WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

⁶⁶³ BERENSON, Marisa, *Elsa Schiaparelli's Private Album*, op.cit.

⁶⁶⁴ *Marie Claire*, París, septiembre, 1938.

Francesa y que, por cierto, estaban confeccionados en damascos y brocados finamente bordados por Lesage (de ahí el papel tan predominante que adquieren los bordados en esta colección de Schiaparelli).

En este contexto, destacamos unas chaquetas de terciopelo azul. Al tratarse de una colección para el invierno, el uso del terciopelo, bastante frecuente en estas prendas, está justificado ya no sólo por la luminosidad de sus reflejos, muy apropiada para el tema central de la colección, sino también por tratarse de un tejido cálido, adecuado para los fríos inviernos con espectaculares bordados de Lesage que entran dentro de las temáticas más puramente astronómica de las estrellas y el sistema solar. Se representan en ella signos zodiacales, en la solapa, y en los laterales, hoces de luna, planetas, cometas, galaxias y constelaciones, entre las cuales se aprecia, como no podría ser de otro modo, la *Ursa Mayor*. Asimismo, cabe mencionar un vestido cuyo cinturón representa la unión de los símbolos de Júpiter y Marte, y un bolero negro de terciopelo, con bordado asimétrico de signos zodiacales y un gran sol encima del hombro derecho. En la misma línea decorativa, se encuentra también una blusa azul-violeta de mangas cortas, también un pretexto para bordar con hilo de oro estrellas y soles, siguiendo un patrón parecido al de las chaquetas y los boleros.

Por otra parte, las referencias mitológicas se inspiran en Apolo, el dios del Sol, lo que nos lleva hasta el Rey Sol, Luis XIV, por asociación de ideas. Este último, finalmente, nos mete de lleno en la fastuosidad de la decoración barroca del Palacio de Versailles y sus lujosas estancias. Es así como las creaciones de la modista se ven enriquecidas por fragmentos brillantes que recuerdan el Palacio y sus maravillosos jardines repletos de flores. Los bolsillos se vuelven jarrones, decorados con porcelanas de Sèvres, como en el caso de un espectacular abrigo que llega a tener hasta seis bolsillos con abalorios de porcelana y lentejuelas y cuyos botones son piezas doradas muy refinadas, reminiscencias de un mundo lleno de esplendor y riqueza. No puede faltar, obviamente, un guiño a



Elsa Schiaparelli, chaqueta bordada con constelaciones, 1938.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



Elsa Schiaparelli, detalle de abrigo con flores de porcelana, 1938.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

los espejos, en referencia a la *Galería de los Espejos* de Versailles, que se aprecia en una chaqueta de terciopelo negro embellecida por dos elementos laterales que cuelgan paralelos, recordando largos mechones de pelo, realizados con espejos pequeños e hilo dorado. Ha de notarse que los botones de esta prenda tienen la forma de la cabeza de Apolo. El dios del Sol también está presente en las capas, en su carro dorado tirado por caballos que suben por encima de las nubes, como se aprecia en el complejo bordado de lentejuelas relucientes que embellece la parte delantera de la capa negra que lleva la diseñadora de Interiores Elsie de Wolfe⁶⁶⁵ en un retrato fotográfico que le hizo Cecil Beaton en su lujosa residencia en Versailles, la *Villa Trianon*. Es posiblemente por esta relación con Versailles y los monarcas

franceses, a casi tres siglos de distancia, que la capa llevada por ella contribuye a celebrar y llamar a la memoria los antiguo fastos del Palacio de Versailles (se la conocía, de hecho, como la María Antonieta americana por vivir en Versailles rodeada del lujo más extremo). El bordado de esta capa tiene un cierto parecido con aquel de un corpiño que, a diferencia de ésta, está realizado en varios colores con lentejuelas rosa y azul; en él los rayos del sol se disparan por encima de las nubes, creando una imagen casi abstracta de los más refinado. El sol también es representado en toda la luminosidad de sus rayos en el dibujo de Christian Bérard⁶⁶⁶, en el que vemos a tres modelos con prendas de esta colección, siendo una de ellas la famosa capa rosa *Phoebus*, que, en su parte trasera, tiene un bordado de grandes dimensiones que representa el sol como una gigantesca estrella de facciones humanas y largos rayos luminosos hechos de lentejuelas de oro.

Una chaqueta de esta colección es lucida por Gala Dalí en una fotografía de 1939 en la que aparece junto a su esposo y al matrimonio Clark (el historiador del Arte, Kennet Clark y su mujer). Los cuatro retratados están ataviados con vestidos de ceremonia, de hecho,

⁶⁶⁵ Elsie de Wolfe (New York 1865-Versailles 1950) es considerada la primera mujer decoradora de Interiores de los Estados Unidos. De estilo ecléctico, se le atribuye el haber introducido la idea del *buen gusto* en el sector del amueblamiento. Vivió los últimos años de su vida en la *Villa Trianon* de Versailles (que no hay que confundir con el más grande *Petit Trianon*), donde organizaba fiestas de lujo a las que acudían también Coco Chanel o los Duques de Windsor. La villa fue ocupada por los nazis durante la ocupación, hasta que la diseñadora la pudo recuperar tras finalizar la Segunda Guerra Mundial y devolverla, antes de fallecer, a los antiguos fastos.

⁶⁶⁶ *Vogue France*, París, noviembre, 1938.

el propio Dalí lleva un esmoquin de doble abotonadura. El conjunto de Schiaparelli llevado por Gala se compone de una falda larga rosa y una chaqueta de terciopelo color vino. La parte superior presenta un precioso bordado floral y unos botones *rosa shocking* en forma de estrellas⁶⁶⁷. Una vez más se aprecia cómo, también en esta colección, los botones vuelvan a ser un elemento muy cuidado, como viene siendo habitual en la diseñadora, y representan un pretexto creativo. Algunos de ellos son claramente estrellas y soles, quizás más prosaicos, mientras que otros son de inspiración clásica y representan, por ejemplo, la bella cabeza de Apolo, como si fueran pequeños restos arqueológicos de antiguas esculturas del dios griego. Cabe mencionar, dentro de los complementos, un collar de un material parecido a la baquelita y perteneciente a la colección de Billy Boy*⁶⁶⁸ diseñado por Jean Clement para Schiaparelli, que representa las personificaciones de algunas constelaciones. Jean Clement diseñó para Schiaparelli también muchos botones increíbles que se encuentran actualmente en la colección de Billy Boy* y entre los que hay que reseñar aquellos en forma de concha marina, de clave de violín (posiblemente para la colección inspirada en la música), de candado o de cerradura entre otros. Los colores que Clement utiliza para esta pieza son muy delicados y en tonos pastel, lo que contrasta con la vivacidad cromática habitual en las creaciones de la *Maison* Schiaparelli. Asimismo, no hay que olvidar un original cinturón, un ejemplar de los que se encuentra en el *Museo Metropolitan* de Nueva York, realizado en acetato transparente con estrellas y hebilla de metal dorada.

Con este homenaje al sol, a la luz y a Luis XIV, en nuestra opinión, Elsa Schiaparelli está dirigiendo su personal agradecimiento a todo un país, Francia, que, más que ningún otro, supo valorar su arte, su estilo y le favoreció contactos interesantes, así como amistades entrañables. Italiana de origen, pero francesa de adopción desde 1928, ella siempre tendrá palabras de honra y respeto para este país que, durante muchos años de su vida, fue su casa y laboratorio y, cuando, en tiempos de guerra, se verá obligada a cerrar el *atelier* de



Elsa Schiaparelli, capa bordada con el dios Sol en su carro tirado por cinco caballos, 1938.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁶⁶⁷ Un conjunto como éste se encuentra en la colección del *V&A* de Londres.

⁶⁶⁸ Sobre este coleccionista hablaremos más adelante en el presente estudio.

París para marchar a Estados Unidos, extrañará su ambiente, su apasionante trabajo, así como la *Ciudad de la Luz*, su glamur y todas las oportunidades que le solía brindar.

3.10.5 La Comedia del Arte

Otra de sus grandes colecciones está inspirada en la *Comedia del Arte*, que, presentada en el mes de octubre de 1938 con prendas para la primavera, representa una colección en la que la modista nos vuelve a sorprender con el rostro amable y alegre de la vida. También en esta ocasión recurre a un tema todo italiano⁶⁶⁹, se trata, de hecho, de un argumento de tradición antigua para la península italiana que tiene, por ejemplo, en Ludovico Burnacini(1636-1707), entre otros, una influyente figura en lo que respecta a las escenografías y el vestuario escénico. Los disfraces que Burnacini diseñó estaban hechos para personajes grotescos y caricaturizados que encarnaban con ironía a los aspectos más cómicos de la sociedad para sacar a la luz los defectos de la sociedad de clase y sus contradicciones.

El carnaval y sus disfraces, muy en boga en estos años, tanto en su versión callejera, para el pueblo en general, como en la de las fiestas en lujosos palacios, destinadas a la alta sociedad⁶⁷⁰, le permiten a la diseñadora explorar un terreno nuevo, como es el tema de la identidad, de las apariencias, de los engaños y trabajar con libertad su mirada lúdica. La figura del disfraz italiano, *Arlequín*, inspira a algunas creaciones de esta colección de Schiaparelli quien hace del traje de parches del joven servidor un lema de importante. Los colores de los vestidos son intensos y vivos, ahora más que nunca, y los nombres de éstos son curiosos: verde Polichinela, azul Pierrot o amarillo Capitán⁶⁷¹.

⁶⁶⁹ La *Comedia del Arte* nació en Italia en el siglo XVI. Se trataba de una tipología de espectáculo basada en la semi-improvisación, en la presencia de personajes fijos que se repetían en todas las obras y en la sencillez de la puesta en escena, muchas veces realizada al aire libre en vez que en teatros convencionales. No será hasta el siglo XVIII, de la mano del dramaturgo veneciano Carlo Goldoni, que la también llamada *Comedia italiana*, adquirirá un carácter literario para convertirse así en un género verdadero, lo que conllevó cierta pérdida del original carácter espontáneo (se habla de la *Reforma goldoniana*). Algunos de los personajes principales de la Comedia del Arte son conocidos aún hoy en día por ser disfraces tradicionales del carnaval: Arlequín, Brighella, Colombina, Balanzón, Polichinela etc.

⁶⁷⁰ A modo de ejemplo, baste con citar a la Vizcondesa de Noailles fotografiada por Man Ray en 1928 con un extraordinario vestido de motivos marinos para el *Baile del fondo del mar*, o los conocidos disfraces diseñados por el ilustrador Paul Stuller. Éste creó para el Carnaval de 1933 un vestuario específico para algunos de los arquitectos más reconocidos de los Estados Unidos, entre los que se encontraba William Van Alen (Edificio Chrysler de Nueva York). Estas creaciones consistían en una túnica, que representaba un edificio estilizado, y en un sombrero; éste era diferente para cada arquitecto ya que representaba a la obra principal que cada uno había diseñado, así que Van Alen fue con un sombrero que reproducía la aguja del Chrysler.

⁶⁷¹ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

¿Cómo no recordar la pasión de muchos artistas por el mundo de los disfraces, antifaces y los arlequines? Varios fotógrafos y pintores comparten con Schiaparelli su afición tanto por el circo como por la *Comedia del Arte* que los fascina y cautiva, y en sus obras re-interpretan la figura de saltimbanqui y de Arlequín realizando variaciones sobre el tema de la vida bohemia, la identidad y el disfraz. En 1721 el pintor francés Antoine Watteau pintó su conocido cuadro *Gilles*, un Pierrot melancólico y ensimismado acompañado por otros personajes de la *Comedia del Arte*, como Cassandro y Leandro. En tiempos más recientes, en 1927, la fotógrafa norteamericana Berenice Abbott (1898-1991) retrató a la periodista estadounidense Janet Flanner (1892-1978) quien tuvo un papel importante en la difusión de las vanguardias europeas en los Estados Unidos y que fue conocida popularmente por ser trasgresora ya que abiertamente lesbiana. La Flanner es representada por Berenice Abbott luciendo una chistera decorada con dos antifaces, iconos del disfraz; una reflexión sobre los múltiples aspectos de la personalidad de un individuo y el derecho a la ambigüedad, así como a la intimidad. Los Arlequines, por otra parte, despiertan también mucho interés entre los artistas de las vanguardias, como Joan Miró, que en 1924 pinta *El Carnaval de Arlequín*, cuadro de su época surrealista, donde el Carnaval se convierte en delirio, en una visión causada por el hambre, según explicó el propio Miró, en la que cabe cualquier fantasía y de la que Arlequín es el maestro de ceremonias. Este tema despierta también el interés de Picasso quien dirige varias veces su mirada hacia la *Comedia del Arte* y, sobre todo, a la figura de Arlequín, que trata a lo largo de toda su vida, representándolo y proponiéndolo de forma siempre diferente. A veces niño silencioso, a veces jovencito serio, a menudo autorretrato a través del cual nos hace llegar su mensaje de artista capaz de modificar la realidad. Para Picasso, este personaje es la encarnación de la máscara por excelencia, entendida como la ficción, la necesidad de esconderse y no ser uno mismo, frente a los demás. Es en la intimidad cuando los arlequines de Picasso revelan sus angustias y frustraciones; cuando cae la máscara y estamos delante del hombre. En el caso de Picasso⁶⁷² sabemos que se identifica ya desde una fase muy temprana de su producción artística, durante las etapas más introspectivas de su pintura, los Periodos azul y rosa, con los marginados y la gente del circo: muy a menudo pobres y solitarios saltimbanqui. En sus pinturas nos los representa en la intimidad, en los momentos de descanso o entrenamiento, lejos de las luces del espectáculo. De este modo, el contraste entre la elegancia, la alegría de su indumentaria

⁶⁷² LEMAIRE, Gérard-Georges, "Picasso", en *Art e dossier*, número 19, Giunti Editore, Firenze, diciembre, 1987.

y la miseria de sus vidas choca de forma dramática, así como nos descoloca la soledad y melancólica resignación de sus rostros con el trabajo lúdico y ameno que desarrollan. La figura de Arlequín interesará al pintor español también en su etapa cubista, durante la cual volverá sobre este tema acompañando el personaje de unos instrumentos musicales y, en ocasiones, de otras figuras de la *Comedia del Arte*. A nivel puramente plástico, también es interesante la estética de su indumentaria de *patchwork* que, acorde con la descomposición geométrica cubista, favorece la fragmentación de la imagen. Una mirada cargada de dignidad y comprensión, ciertamente, la que Picasso dirige al mundo del circo y de la *Comedia del Arte*⁶⁷³ que se convierte en metáfora de la existencia humana y que no deja indiferente a Elsa Schiaparelli. Ella cita esta forma de sentir la vida en las dos colecciones que tratan ambos temas y sus creaciones van a encarnar un mundo contado por muchos artistas, pasando por impresionistas y cubistas.

Otro artista que se interesa al tema del Carnaval es el pintor asturiano Evaristo Valle (1873 - 1951), quien se distancia bastante de lo comentado hasta el momento para acercarse a una dimensión más goyesca (siendo, además el mismo Goya otro de los grandes artistas que trató este tema). Valle trata el tema del Carnaval pintando las que se denominan carnavaladas o mascaradas, en las que vemos tanto la diversión de la burguesía gijonesa, como aquella del pueblo llano, aunque es tratando este último, como, por ejemplo, en la pintura *Cipriano el hojalatero* (1947), donde el pintor da lo mejor de sí mismo. De hecho, en el caso de Evaristo Valle, es lado grotesco y cómico que prevalece por encima de otros aspectos, ya que se trata de una celebración que el artista representa en su faceta más campechana, y en la que, alejándose del glamur de las grandes ciudades europeas, se convierte en catarsis popular. Aspecto, este último, que, sin embargo, no está presente en las creaciones de Schiaparelli quien trata el tema del Carnaval más bien desde el punto de vista lúdico y glamuroso, además, conociendo ella misma de primera mano, las lujosas fiestas de disfraces parisinas a las que acudía gustosamente, como se puede observar en unas cuantas instantáneas que la retratan disfrazada con sombreros de lo más llamativo (cuando en forma de barco de papel, cuando de mago o vaquero)⁶⁷⁴.

Una pintura de Man Ray de 1939, titulada *Los buenos tiempos*, demuestra la admiración que este artista tenía por la modista. Man Ray introduce a la izquierda un personaje con un vestido de *patchwork* de cuadros, que recuerda al de un Arlequín y,

⁶⁷³ *Ibidem*.

⁶⁷⁴ “Schiaparelli coupe encore des robes en secret”, en *París presse*, París, 29 de abril, 1959. Artículo sin firma.

por ende, a un abrigo de lana presentado en esta colección por Schiaparelli. Llama la atención la cabeza del personaje pintado por Man Ray: ésta lleva, en su interior, una vela y un apagavelas cónico, lo que guarda un sorprendente parecido con el frasco del perfume *Sleeping* que Schiaparelli lanzará solo un año después, en 1940⁶⁷⁵. El abrigo en cuestión es quizás la prenda más representativa de esta colección ya que representa de lleno el concepto del *patchwork* de Arlequín al estar enteramente confeccionado con lo que parecen ser retales de colores, cosidos entre sí con hilo grueso. El efecto final es un juego geométrico que podría recordar ciertas prendas Art Decó, como, por ejemplo, los abrigos de Sonia Delaunay. Schiaparelli, de hecho, vuelve a utilizar aquellas líneas geométricas y cubistas que al inicio de su carrera la habían inspirado⁶⁷⁶ y se divierte con prendas de carácter sobre todo simbólico: lo que es en la *Comedia del Arte* un traje símbolo de la pobreza y la marginación, de la mano de Schiaparelli vive su propio rescate social y entra en el mundo de la Alta Costura. El propio *patchwork*, de hecho, es un trabajo textil que se volvió a ver en las pasarelas en varios momentos de la Historia de la Moda Contemporánea, como en el caso de algunas creaciones actuales de la diseñadora británica Vivienne Westwood quien, desde que lanzó las estéticas *Punk* y *New Wave* hasta la actualidad, ha ido haciendo varios guiños al tema de los retales. ¿Y cómo no mencionar los monos de arlequín que lucía el excéntrico Freddie Mercury a finales de los 70, cuando aún llevaba melena larga? Este *look*, como otros que el cantante exhibía, contribuyó a definir la idea de música como espectáculo; evidenciaban la teatralidad de sus gestos, además las mallas ajustadas le daban un aspecto de auténtica Reina (*Queen*) del escenario.

En la colección sobre la *Comedia del Arte* de Schiaparelli encontramos claras referencias al traje de Arlequín en otras conocidas prendas: tres chaquetas y una blusa.



Elsa Schiaparelli, conjunto, 1939.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Elsa Schiaparelli, abrigo con motivo de patchwork, 1939.

Man Ray, *Los buenos tiempos*, 1939, óleo sobre lienzo, colección particular.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁶⁷⁵ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁶⁷⁶ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.



Erwin Blumenfeld, tres modelos de Elsa Schiaparelli, diciembre de 1938.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



Elsa Schiaparelli, chaqueta con motivo *patchwork* y botones en forma de máscara, 1939.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

En una de las chaquetas podemos apreciar que las mangas están enteramente bordadas con hilos de seda que forman los típicos rombos de colores⁶⁷⁷. En otra, realizada enteramente en color negro, vemos como retales de terciopelo están aplicados sobre la lana de la chaqueta, simulando parches que tapan rotos. Cabe destacar otra chaqueta, en este caso de terciopelo, fotografiada por Eugène Rubin que presenta un bordado con un juego de líneas diagonales que forman un entramado de rombos monocromáticos⁶⁷⁸. Finalmente, con respecto a la blusa, se trata de una prenda de satén que se considera el primer diseño que Hubert de Givenchy realizó para Schiaparelli y en el que trabaja el *patchwork* utilizando los colores blanco, negro, amarillo y celeste. Dicha blusa se presenta embellecida con gorguera amarilla y puños a juego y va conjuntada con unos pantalones blancos que terminan con unos lazos a la altura de los gemelos⁶⁷⁹. Varios broches de vivos colores esmaltados salen, además, de esta colección con formas de arlequines y máscaras que se pondrán muy de moda durante varias décadas.

Erwin Blumenfeld, en una fotografía de diciembre de 1938⁶⁸⁰, representa a tres modelos de Schiaparelli como Arlequines; se puede apreciar la utilización del *patchwork*, al que acabamos de hacer referencia, así como de broches y botones en forma de máscaras; destaca, como no podría ser de otro modo, el uso de antifaz y velos que esconden el rostro de las mujeres. Por otra parte, la máscara, ya utilizada por Schiaparelli en una foto de André Durst de 1935⁶⁸¹, se convierte, de la mano de la modista italiana, en un complemento más, y antifaces de todo tipo van a protagonizar botones, cinturones y tocados. El concepto de

⁶⁷⁷ *Ibidem*.

⁶⁷⁸ *Femina*, París, septiembre, 1939.

⁶⁷⁹ BAXTER-WRIGHT, Emma, *The little book of Schiaparelli*, Carlton books, Londres, 2012.

⁶⁸⁰ *Vogue France*, París, diciembre, 1938.

⁶⁸¹ *Excelsior Modes*, París, n°23, 1935.

máscara y disfraz, tiene cierta vinculación, como observa Blum Dilys⁶⁸², con el psicoanálisis; el antifaz se vuelve elemento intrigante a través del cual es posible esconder la propia personalidad entrando en un juego misterioso.

El tema de la máscara estaba muy vinculado al repertorio visual surrealista en virtud de su mirada al Primitivismo. La máscara en el imaginario surrealista encarna la ritualidad de un mundo primigenio y espontáneo y se vuelve vehículo de lo mágico y misterioso. Objeto indispensable durante los rituales de los chamanes, de hecho, interesa como objeto místico que remite a una dimensión otra y no tangible. Una famosa fotografía de Man Ray de 1926 pone justo en primer plano una máscara africana; aquí el artista propone una doble lectura, por un lado el discurso de la identidad, evidenciado por el psicoanálisis y, por otra parte, el tema del Primitivismo y de lo ancestral como valor “automático”⁶⁸³. Schiaparelli diseñó una gargantilla con cinco colgantes en forma de máscaras de estética africana en línea con la valoración de lo primitivo, tan en boga desde principios del siglo XX. Es probable que dicho collar se presentase en esta colección, junto a otra bisutería, aunque no queda constancia de ello; resulta de todas formas interesante ver cómo se esté haciendo uso de las máscaras africanas para el mundo de la moda, lo que podría responder a aquel precepto picassiano y cubista según el que había que eliminar todo sublime de la tradición estética. Esta gargantilla se encuentra publicada en el catálogo de la exposición *Hommage à Elsa Schiaparelli* que se dedicó a la diseñadora del 21 de junio al 30 de agosto de 1984 en el *Pavillon des Arts* de París. La nota al pie de la fotografía de la gargantilla en cuestión pone «Fantasioso collar en yeso



Fotografía del desfile de Schiaparelli de primavera-verano de 1935.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁶⁸² DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁶⁸³ SCHWARZ, Arturo, “Man Ray”, en *Art e dossier*, número 139, Giunti Editore, Firenze, noviembre, 1998.

pintado, probablemente de la colección Arlequín. Referencia *Vogue* 1938»⁶⁸⁴. Llama la atención, a ese respecto, una publicidad de *Vogue USA*, octubre, 1938, New York, que anuncia las joyas (aunque se trata más bien de bisutería) de Schiaparelli. Dicha publicidad presenta una estatua africana, parecida a aquellas que Alfred Stieglitz introdujo en los Estados Unidos a través de su galería de arte *291* (1905 – 1917) de Nueva York, ataviada con un collar, una pulsera y un brazalete de Schiaparelli. Es probable, entonces, que esta gargantilla perteneciera a una serie de piezas de inspiración africana, lanzadas al mercado casi en simultánea con la colección sobre la *Comedia del Arte*, aunque no tiene por qué estar necesariamente vinculada a ella.

3.11 Entorno a la Segunda Guerra Mundial (1939-1945)

A continuación, analizaremos el trabajo de la *Maison* Schiaparelli durante los meses anteriores a la Segunda Guerra Mundial, para luego pasar a comentar la actividad durante la guerra y finalmente ver el desarrollo después de la finalización del segundo conflicto mundial. Antes de que estallase oficialmente la guerra (septiembre de 1939), de hecho, el *atelier* seguía trabajando, como se puede apreciar de la cantidad de revistas de moda que reseñaban con total normalidad sus creaciones y en las que nos centraremos. Además, Schiaparelli presentó dos nuevas colecciones con pocos meses de distancia, lo que es prueba más que fehaciente de una actividad intensa, sin embargo, veremos cómo la llegada del conflicto mundial marcó, inevitablemente, un cambio en el sector, haciendo un efecto bisagra del que Schiaparelli, como otros diseñadores, apenas pudo recuperarse, cómplices también los cambios en la estética femenina que se acercaban.

Está claro que la moda, exceptuando las posibilidades de reciclaje del sector en el ámbito militar, algo que conlleva una enorme adaptación de medios y conceptos, fue de los más castigados por los dos conflictos bélicos debido, por un lado, a que se trataba de un sector relacionado con la industria del lujo y, por otra parte, a que más de la mitad de sus clientes estaban en Europa. Sin embargo, el viejo continente, tras finalizar la guerra, supo reactivar rápidamente este sector, gracias a la gran demanda que en seguida se generó y al claro deseo de volver a la normalidad. Porque la moda intercepta las necesidades sociales con su radar privilegiado que, además, hace que incluso se pueda adelantar a las demandas

⁶⁸⁴ Catálogo de la exposición *Hommage à Elsa Schiaparelli*, op.cit. p. 53.

reales, creando tendencias y ofreciendo lo que más se necesita porque, por su naturaleza y vocación, debe estar en el lugar adecuado y en el momento oportuno para sobrevivir.

3.11.1. Unos meses antes de la guerra

El encanto y el optimismo de los años anteriores al segundo conflicto bélico y, sobre todo del París que conocía Schiaparelli, estaban destinados a desaparecer: en septiembre de 1939 Francia y Gran Bretaña declararon guerra a Alemania iniciando así la Segunda Guerra Mundial, un hecho dramático que está detrás del inicio del ocaso de muchas casas de moda, entre las que se encuentran la de Poiret y Schiaparelli⁶⁸⁵. El año 1939, desde enero hasta agosto, se caracteriza por una actitud nostálgica, es decir: a pesar de que ya se respiraba el clima bélico, la gente no se quería resignar a ver cómo se acababa su mundo y su vida de placeres mundanos, así que se trataron de mantener ciertas costumbres hasta poco antes del inicio del conflicto. A lo largo de todo 1939, de hecho, en París, el *atelier* de Schiaparelli seguía viento en popa, quizás por el carácter de los parisinos que eran reacios a la hora de aceptar el fin de la época dorada que había caracterizado los últimos años. La ciudad de París estaba siendo un importante centro de recepción cultural, social y política de quien huía de Alemania y otras zonas de conflicto con la esperanza de encontrar un país libre, así que se tenía la ilusión de estar liderando una especie de resistencia cultural. Sólo la caída de París bajo las tropas alemanas en junio de 1940 pudo realmente poner fin, de manera contundente y dramática, a esta esperanza y a la actitud nostálgica para dar paso a la desesperación y el asombro que no tardaron en tornarse resignación, en algunos casos y lucha en otros.

3.11.1.1. Creaciones reseñables publicadas revistas de moda

En la mayoría de los meses del año 1939 las revistas de moda no pararon y en sus páginas es posible encontrar muchas propuestas interesantes que reflejan la actividad del sector y, en lo que a nuestro estudio se refiere, de la *Maison* Schiaparelli. Es el caso de un corpiño negro de gran refinamiento que presenta, en la parte delantera, un entramado de líneas y pequeños botones, lo que crea un efecto acolchado al estilo capitoné, una estética que la modista ya había utilizado para un bonete de 1937⁶⁸⁶ y que resulta muy elegante.

⁶⁸⁵ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

⁶⁸⁶ *Vogue France*, París, enero, 1939.

Desde enero hasta agosto de 1939 la *Maison* propone unos cuantos botines de inspiración victoriana, usando de nuevo, a distancia de casi cinco décadas, el cierre lateral de botones. Se trata de unos zapatos de «rayas multicolores»⁶⁸⁷, con suela de pequeña plataforma y tacón, que sorprenden hoy en día por su diseño de extraordinaria actualidad. Confeccionados, una vez más, por el conocido André Perugia, estos zapatos demuestran como la creatividad y el afán investigador siguiesen alimentando la vena creativa de Schiaparelli, a pesar de los tiempos difíciles que se acercaban. André Perugia trabajará a varios modelos para la *Maison* en 1939. Por ejemplo, diseñará unas sandalias con tres bandas de cuero que amarran el empeine del pie y que presentan tres curiosas esferas debajo de la suela (lo más parecido a unos patines)⁶⁸⁸; sin duda algo de lo más experimental, en línea con las ideas ya no sólo de Schiaparelli, sino también del propio Perugia que se caracterizó por sus diseños innovadores en el mundo del calzado, comparables sólo con las geniales intuiciones de Salvatore Ferragamo.

En el mes de junio se publica en *Vogue USA*⁶⁸⁹ una falda-pantalón de corte bombacho que, cerrándose a la altura de las rodillas, presenta un encaje que simula unas ligas de rodilla. En la misma página se publica también un tocado recubierto enteramente por frutos rojos sintéticos y hojas de tejido. Además, volvemos a encontrar tocados de red⁶⁹⁰, como aquellos de la colección dedicada al tema de las mariposas, pero, en este caso, de aros concéntricos o bien con una redcilla adornada con flores rosa de jazmín que cubre enteramente el rostro y se levanta por encima de la frente, como aquello que lleva la princesa polaca Jean Poniatowski en una fotografía de Horst⁶⁹¹. Siempre en el mes de junio, *Vogue France*⁶⁹² publica una fotografía de unos guantes muy originales de Schiaparelli que permitían guardar las cerillas (ver ficha del muestrario).

En la capital francesa se seguían celebrando bailes y fiestas que daban mucho trabajo a las casas de moda, incluyendo a la de Elsa Schiaparelli. En el mes de junio tuvo lugar una ceremonia para celebrar el cincuentavo aniversario de la *Tour Eiffel*, lo que, como ya comenté anteriormente, le permitió a Schiaparelli presentarse al evento en uno de sus trajes de corpiño estilo victoriano, cosechando un gran éxito. Por otra parte, en el mes de

⁶⁸⁷ *Vogue France*, París, abril, 1939.

⁶⁸⁸ VV.AA. Catálogo de la exposición *Lusso & autarchia. 1935-1945. Salvatore Ferragamo e gli altri calzolari italiani* celebrada en el *Museo Internazionale della Calzatura* de Vigevano, Edizioni Sillabe, Livorno, 2005.

⁶⁸⁹ *Vogue USA*, New York, junio, 1939.

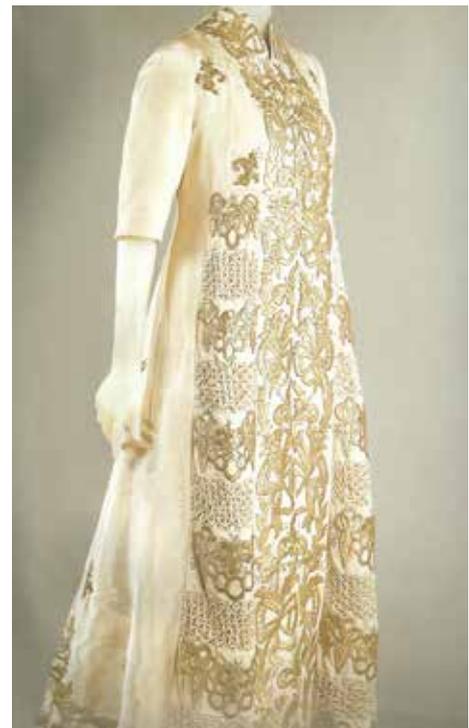
⁶⁹⁰ *Ibidem*.

⁶⁹¹ *Vogue France*, París, julio, 1939.

⁶⁹² *Vogue France*, París, junio, 1939.

julio, se realizó la tradicional fiesta de disfraces organizada por el Conde Etienne de Beaumont que, aprovechando el tricentésimo aniversario del nacimiento del dramaturgo Racine, eligió como tema principal de los disfraces la época del Rey Sol; *A la corte en los tiempos de Racine* era el nombre del baile. El 14 de julio, fiesta nacional, tampoco faltaron las ceremonias anuales para celebrar por todo lo alto, como cada año, la toma de la Bastilla⁶⁹³. Es en el clima pre-bélico de un París que está dando los últimos coletazos de serenidad y vida mundana, que Elsa Schiaparelli consigue llevar adelante su trabajo, siguiendo con su punto de vista innovador, rompiendo esquemas e intentando procesar la situación para lograr comprender las necesidades de las mujeres a ella contemporáneas y que están llamadas a vivir dentro de poco tiempo unos momentos de gran incertidumbre y precariedad.

Tres meses antes del inicio de la guerra, Schiaparelli participa en una de las muchas fiestas que se organizaban en un París todavía fastuoso y divertido, si bien con algunas inevitables limitaciones. Es en ocasión de la fiesta organizada por Lady Mendl en la embajada Británica en París, donde se ve a la modista italiana acudir a este evento con un espectacular conjunto de inspiración tunecí⁶⁹⁴. Túnez había representado un lugar importante en su vida puesto que había viajado allí la primera vez en 1903 con su padre como consecuencia de los estudios orientalistas a los que él se dedicaba y será aún más importante en su futuro puesto que será allí donde decidirá fijar su residencia, en Hammamet tras cerrar su *atelier*⁶⁹⁵. En la instantánea realizada por el fotógrafo de *Life*, William Vandivert, vemos a Elsa Schiaparelli con un gabán estilo oriental bordado con arabescos dorados que recuerdan a los



Elsa Schiaparelli, vestidos conjuntados con el gabán estilo oriental, 1939.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁶⁹³ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁶⁹⁴ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁶⁹⁵ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit.

elementos decorativos de las arquitecturas musulmanas. Las referencias al universo de perfumes y sabores orientales creado por Paul Poiret son aquí evidentes. Esta prenda está inspirada en el caftán oriental. De origen posiblemente persa, se fue difundiendo por el Mediterráneo gracias a la cultura otomana. Se trata, en realidad, de una prenda masculina que, en sus versiones más lujosas, vestían a los sultanes. El caftán en occidente se pondrá de moda en la década de los 60 de la mano del movimiento hippie que reivindicará el uso de prendas cómodas y unisex. Dentro de los modistas, aparte de Elsa Schiaparelli, fue el dominicano Óscar de la Renta (1932-2014) quien trabajó el tema del caftán en aquellos años. Esta prenda está asociada al estilo definido como *bohemian chic*. Debajo de esta prenda la modista lleva un vestido color lavanda con un bordado de perlas doradas que forman un entramado parecido al de las *moucharabia*, las ventanas de madera típicas de Túnez y los países árabes en general. De este modo la diseñadora rinde un velado homenaje al mundo islámico hacia el cual miraba con notable interés ya desde la infancia. Su afición por este elemento arquitectónico tunecí, lo encontramos también en su autobiografía en la cual dedica unas líneas a describir el entramado de madera de estas sugestivas ventanas: «Schiap está en Hammamet, tumbada en la penumbra de la *moucharabia*, la terraza amada por las mujeres orientales; una terraza que no es ni una habitación, ni un pórtico y tampoco está al aire libre. Está rodeada por una estructura de madera tan refinada y con motivos y transparencias tan complicadas que el sol y el viento entran libremente, mientras que las moscas, desorientadas, no logran encontrar el camino»⁶⁹⁶.

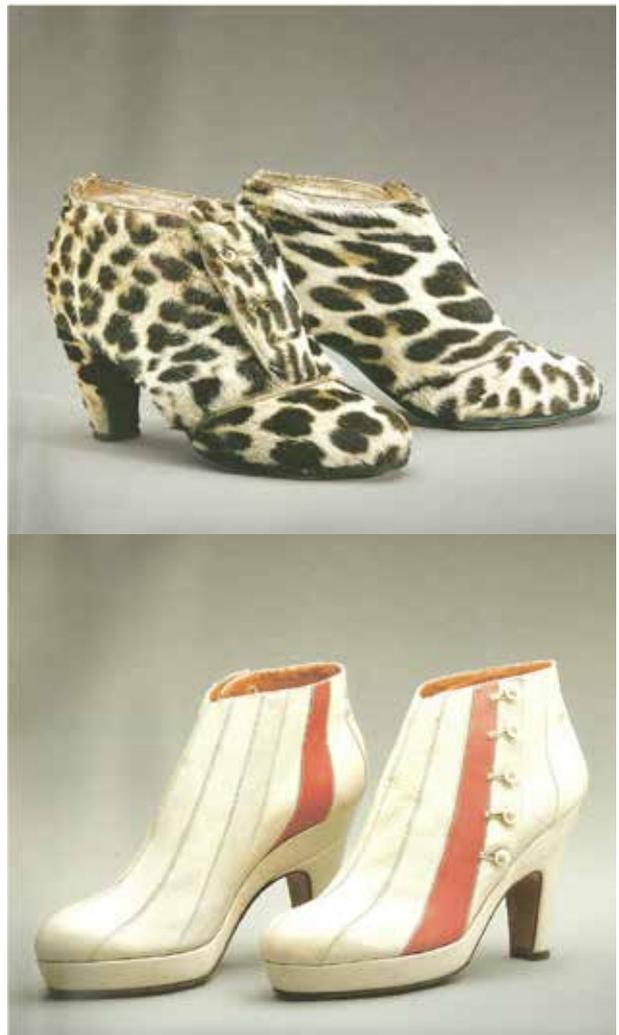
En agosto de 1939 Schiap presenta su última colección para el otoño-invierno de 1939-1940 antes de que Francia entre en guerra contra Alemania. La diseñadora pone el énfasis en los materiales, volviendo a utilizar la piel exótica, su gran afición, incluso en los zapatos. Es el caso de unos botines diseñados por ella misma y confeccionados en piel de leopardo por André Perugia que, por lo visto, fueron durante mucho tiempo los zapatos preferidos de su guardarropa personal, como demuestra una instantánea de 1939 que la retrata sonriente a su llegada a Nueva York bajando de un avión y llevando puestos los zapatos en cuestión, así como un bonete de piel de leopardo a juego. Al parecer, Elsa usaba con frecuencia zapatos de tacón para incrementar su estatura diminuta, según se lee en *Vogue USA*, marzo, 1938, New York. La piel y los estampados que hoy definimos como *print animal*, por cierto, eran una gran pasión que Schiaparelli compartía con la periodista de moda Diana Vreeland (1903-1989), quien, en su libro de memorias *D.V.*⁶⁹⁷

⁶⁹⁶ *Ibidem*, p. 277.

⁶⁹⁷ VREELAN, Diana, *D.V.*, Editorial Superflua, Barcelona, 2021.

(1984), habla también de la diseñadora italiana, como una de las más influyentes de su época.

A pesar del entusiasmo con el que la modista seguía trabajando y creando, en el verano de 1939, Elsa se ve obligada a cerrar su *atelier* de Londres. Probablemente las dificultades económicas están detrás de esta decisión, puesto que, como la misma Schiaparelli recordará en el décimo segundo de sus *Doce mandamientos para las mujeres*⁶⁹⁸, las clientas inglesas tenían la costumbre de pagar *on account*, lo que obligaba a adelantar una cantidad ingente de dinero que hacía inviable el negocio. Por otra parte, la opinión pública de la época no tardó en considerar como causa principal del cierre el daño realizado a la casa por los numerosos copistas que llenaban los escaparates de los comercios londinenses de prendas, imitaciones claras de los diseños de Schiaparelli. El daño que le hacían los copistas era desde luego enorme sobre todo por el hecho de que convertían sus piezas, que nacían con la vocación de ser casi únicas, en prendas universalmente “consumidas” y comerciales. Sin embargo, Elsa, al parecer, no fue consciente de ello puesto que en su autobiografía declara sentirse orgullosa de ser un referente para felicitar a los copistas: «El momento en que la gente deja de copiarte, significa que ya no realizas nada bueno y que has dejado de innovar⁶⁹⁹». Está claro que también el clima de incertidumbre e inseguridad que se respiraba en Europa jugó un papel fundamental en esta decisión.



Elsa Schiaparelli, zapatos de piel de leopardo, 1939.

Abajo. André Perugia, zapatos tipo botín con suela de plataforma y cierre de botones estilo victoriano, diseñados para Schiaparelli, 1939.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁶⁹⁸ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 279.

⁶⁹⁹ *Ibidem*, p. 250.

3.11.1.2. Colecciones antes de la segunda guerra mundial

Con respecto a las últimas colecciones que Schiaparelli presenta antes del estallido de la Segunda Guerra Mundial, estas son dos: una inspirada en la época victoriana, y otra en la música, en el sentido más amplio y lúdico del término. Una vez más vemos como a vestidos de noche elegantes, la diseñadora acompaña creaciones de día, más frescas y ponibles. Fiel a su idea de mujer activa y elegante, estas dos colecciones se caracterizan por la actualidad de las prendas y un siempre presente sentimiento de libertad, quizás ahora más acusado todavía. «En tiempos difíciles la moda siempre es extravagante», declara en su autobiografía⁷⁰⁰ y, efectivamente así lo hace en estos momentos convulsivos. Instrumentos musicales, banderas, escudos y campanas al vuelo son los protagonistas de estas dos colecciones que nos gusta pensar que representaron un último intento de celebrar la vida y la creatividad ante la inevitabilidad de la destrucción que se acercaba.

3.11.1.3. La estética victoriana

Es en febrero de 1939 cuando Schiaparelli presenta su nueva colección para el verano proponiendo una vuelta al pasado y elogiando las formas abullonadas del polisón que causaron furor entre las mujeres de finales del siglo XIX, en la época Victoriana⁷⁰¹. Son de estos meses los vestidos drapeados de Schiaparelli que, para dar volumen a las prendas, pueden estar recogidos bien en la parte delantera como en la posterior, como en el caso del abrigo de tafetán rojo que la baronesa de Rothschild llevó al estreno de los Ballets Rusos y que, levantándose hacia atrás, creaba un divertido efecto puff⁷⁰².

Cuando se habla de indumentaria de la época victoriana se hace referencia a aquellos vestidos en boga aproximadamente entre 1837 y 1901, coincidiendo con el reinado de la Reina Victoria de Inglaterra. Dicho estilo, de todas formas, no era típico sólo de Gran Bretaña, sino se fue expandiendo en todo el mundo muy rápidamente, consecuencia también de los amplios dominios coloniales del país anglosajón. Esta estética estuvo marcada por los diseños del primer modisto de la Historia, el inglés Charles Frederick Worth y se caracteriza por el uso profuso de encajes y telas lujosas y, sobre todo, de las estructuras que daban volumen a la indumentaria, como el miriñaque y el polisón. El

⁷⁰⁰ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit.

⁷⁰¹ LAVER, James, *Breve historia del traje y la moda*, op.cit.

⁷⁰² *Femina*, París, agosto, 1939.

miriñaque estuvo de moda en la primera parte de la época victoriana, aproximadamente entre 1830 y 1878; mientras que el polisón, que acabó remplazando el miriñaque, se impuso a partir de 1879 y estuvo en vigor hasta principios del siglo XX aunque su tamaño se fue reduciendo visiblemente, hasta desaparecer por completo en 1909, coincidiendo con la llegada de Paul Poiret al mundo de la alta costura⁷⁰³.

Es en concreto en la última etapa del estilo victoriano⁷⁰⁴, aquella del polisón, en la que se inspira Schiaparelli y re-interpreta añadiendo algún detalle típico de su estilo como, por ejemplo, las cremalleras. Aquellos vestidos voluminosos y de lo más elegante que llevan las mujeres pintadas por lo Impresionistas están a la base de la inspiración para esta colección. Un tema que nos remite, a nuestro entender, a las pinturas *en plein air* y a los parques parisinos frecuentados por la burguesía que, en época de Revolución Industrial, ha aprendido a disfrutar del ocio dominguero. Una estética sin duda de claro carácter nostálgico, que hace el guiño a aquellos retratos tan populares en la época victoriana, los daguerrotipos, durante un tiempo, los retratos al colodión húmedo, después y finalmente las tarjetas de visitas, como aquellas que tanta popularidad le dieron a Félix Nadar (1820 - 1910). En fin, un mundo ya muy lejos de aquello en el cual se presenta esta colección (cuando ya se respira el clima bélico), un tiempo pasado que quizás sirva también para recordar otra época dorada de Francia y Reino Unido, aliadas en el próximo conflicto mundial⁷⁰⁵.

Con respecto al tema de la moda victoriana, cabe mencionar que el 15 de diciembre del mismo año en el que Schiaparelli presenta esta colección, se estrena en Atlanta la película *Lo que el viento se llevó* de Víctor Fleming. Ambientado en Estados Unidos durante la Guerra de Secesión y la posterior reconstrucción, es decir entre aproximadamente 1861 y 1867, este largometraje marca un hito importante dentro de la Historia de la Moda. Eso se

⁷⁰³ COSGRAVE, Bronwyn, *Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días*, op.cit.

⁷⁰⁴ El estilo victoriano fue muy influenciado por los avances de la Revolución Industrial, de hecho, se utilizaban tejidos de colores brillantes, como resultado de la llegada de los tintes artificiales. Se trataba, de hecho, de trajes vistosos porque su finalidad era también demostrar el poderío de Inglaterra (y Francia también ya que se utilizaba la misma estética también en este país). Con respecto a las telas, en el caso concreto de Inglaterra, se trataba de utilizar telas británicas: sedas, encajes, brocados que venían en su gran mayoría de las colonias (India y China).

⁷⁰⁵ Creemos que es cuando menos curioso mencionar la afición que a la moda victoriana tienen en el siglo XXI las chicas de la tribu urbana llamada *Lolitas*. De hecho, opinamos que, en lo que respecta a la recuperación del estilo victoriano e incluso de sus estructuras, es el referente más directo y, en algunos lugares del mundo, como Japón, aún vigente. El estilo de las *Lolitas* se basa, de hecho, en la estética victoriana ya que han vuelto a poner de moda aquellos vestidos de encaje y abullonados por el miriñaque típicos del siglo XIX.



Elsa Schiaparelli, vestido con las llaves de San Pedro bordadas.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

debe a que el vestuario de la película⁷⁰⁶, basado en la primera estética de la época victoriana (aquella del miriñaque), llegó a tener una gran influencia sobre el desarrollo de la moda posterior, ya no sólo en la estética nupcial, sino también, lo que es muy importante, en los planteamientos del *New Look* (1947) de Christian Dior. El modisto francés propondrá una versión muy actualizada de este estilo, a través de su línea *corolle* de la que hablaremos más adelante, presentando una re-elaboración, en clave moderna, de las líneas de mediados del siglo XIX; y lo hace influenciado también por la película *Lo que el viento se llevó* que representa el punto en el que se había quedado congelado el glamur antes del estallido de la Segunda Guerra Mundial.

Por lo tanto, si observamos la cronología de los hechos, Schiaparelli es, una vez más, una visionaria por el hecho de tomar como referente la estética victoriana, aunque, ciertamente, ella se inspire en la estética del polisón y no en aquella del miriñaque, como, sin embargo, hará Dior, nueve años después, tras finalizar la guerra.

La época victoriana, además, le inspira a Schiaparelli la idea de la mujer independiente y atrevida y la vez “ángel del hogar”, protectora, una figura necesaria que da seguridad en tiempos difíciles. Este concepto está detrás de algunas creaciones de esta colección que, en ocasiones, juega justo con el tema del paraíso y los ángeles. Es el caso del vestido, confeccionado en varios colores, en cuyo tejido están bordadas las llaves de San Pedro; en éste, la riqueza de los bordados realizados con perlas se junta con la inmediatez del dibujo ensalzando a la mujer y su papel en la sociedad.

Mae West vuelve a inspirar a Elsa Schiaparelli que en esta colección propone de nuevo las sinuosas formas de la diva americana: la modista italiana hace referencia a la voluptuosidad del cuerpo femenino no solo volviendo a introducir el corsé, de cuyas

⁷⁰⁶ La película se llevó, como es sabido, hasta diez premios Óscar y estuvo nominada prácticamente en todas las categorías. No pudo estar nominada al Óscar al Mejor diseño de vestuario ya que esta categoría se instituyó diez años después. Sin embargo, en la prensa especializada, se ha mencionado muchísimas veces el vestuario de *Lo que el viento se llevó* como uno de los más logrados y complejos de la *Historia del Cine*.

asfixiantes varillas Paul Poiret había liberado a las mujeres a principios del siglo XX⁷⁰⁷, sino también en los tejidos. Una referencia a Mae West, por ejemplo, se puede apreciar en el estampado de uno de los trajes más irónicos de la colección en el cual se representa a una mujer paseando con su perrito (otro estampado de Vertès). Un cierto aire romántico, por otra parte, se advierte en otro vestido llevado por la misma Schiaparelli en ocasión de la fiesta del aniversario de la Torre Eiffel. El estampado de este vestido es una vez más de su amigo y colaborador Marcel Vertès y en él vemos unas golondrinas llevando en su pico unas cartas volando entre flores y hojas; los tonos rosas y violetas del dibujo le aportan un aire romántico, así como las flores otorgan una nota fresca y primaveral a la pieza⁷⁰⁸.

En otros vestidos el protagonista absoluto no es tanto el estampado, sino el volumen tan característico y muy parecido al del polisón que va a abullonar la parte trasera. De hecho, este corte lo encontramos en unos cuantos vestidos de noche de esta colección como aquello que, con ilustración de Bérard, publica en *Vogue*⁷⁰⁹ y cuyo pie de foto dice, con aquella ironía de *Vogue* que ya nos es familiar: «alegre como una fiesta de campo, este vestido de seda que hace un nudo en la parte posterior». Y vemos como Bérard dibuja una chica de lo más elegante mientras cuelga unas linternas de papel para decorar la carpa de la fiesta del pueblo. Los colores festivos de dicho vestido, así como unos frunces en la parte delantera que pueden recordar unas guirnaldas, supongo que son la razón de este comentario, ya que el vestido parece estar realizado con cintas o festones de aquellos que se usan para las celebraciones. Además, tratándose de una colección para el verano, también es probable que la revista quisiera relacionar la prenda con la atmósfera veraniega. De todas formas, este tipo de volúmenes, tanto posteriores como laterales,



Elsa Schiaparelli, vestidos estilo época victoriana, 1939.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁷⁰⁷ CERRILLO RUBIO, Lourdes, *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*, op.cit.

⁷⁰⁸ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

⁷⁰⁹ *Vogue France*, París, abril, 1939.



Elsa Schiaparelli, guantes, 1939.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

se ven en las páginas de la prensa de moda de esta temporada, como en el caso de una publicación en *Femina*⁷¹⁰, en la que se aprecia cómo tanto Paquin como Balenciaga, dan cierta amplitud a sus vestidos, bien a través de frunces, bien de un drapeado; aunque quizás no de una manera tan contundente y voluminosa como en el caso de Schiaparelli. Del mismo corte abullonado, pero de tonos mucho más delicados es otro vestido de la misma colección: éste está confeccionado con seda de bandas color rosa y negro, que van alternando tonos brillantes con tonos mate. Dos vestidos de estas características fueron pintados por Drian en 1939⁷¹¹, quien, representándolos desde atrás, deja ver las espaldas descubiertas que casi todos estos vestidos tenían en común. Con el mismo estilo, voluminoso y de colores intensos, Schiaparelli diseña

también algunas capas de noche de bordes fruncidos. Ésas están realizadas con las mismas telas de bandas de colores de los vestidos, con la diferencia que al satén se le unía el terciopelo que era más apropiado para la indumentaria de abrigo. En el caso de una de estas capas, publicada en *Vogue*, sorprende la asociación de colores: rosa y verde oliva, lo que crean un efecto cromático de lo más experimental⁷¹².

En esta época las sutiles ironías y los guiños surrealistas de Schiaparelli dejan paso a la elegancia en su forma más pura. Aun así, la nota surrealista no puede faltar, aunque quede camuflada de glamur: en los complementos es donde la audacia y el carácter de la diseñadora se hacen patentes. Famosos, en efecto, son unos guantes cuyos dedos están rematados por unos frunces dorados en forma de cuernos. Según palabras de la misma Schiaparelli, a inspirarla fue, en esta ocasión, el gesto italiano de la *mano cornuta* y su referencia al diablo y a los amuletos⁷¹³. De este modo estaría entrando en contraste con el aire paradisiaco de la indumentaria de la colección y haría un guiño a la sensualidad femenina a la vez que, a una cierta libertad sexual, escondida detrás de sus trajes, ciertamente, pero tan real como la vida misma.

⁷¹⁰ *Femina*, mayo, París, 1939.

⁷¹¹ Catálogo de la exposición *Hommage à Elsa Schiaparelli*, celebrada en el *Palais Galliera* de París del 21 de junio al 30 de agosto, París, 1984.

⁷¹² *Vogue USA*, New York, marzo, 1939.

⁷¹³ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 207.

3.11.1.4. La música

En el mes de abril de 1939 la modista presenta una nueva colección, esta vez para el otoño y cuyo tema central es la música. Un argumento que se aleja bastante de aquellos tratados hasta el momento por la diseñadora a pesar de que se trate de un tema que ha inspirado desde siempre a los artistas plásticos.

Desde el Arte Egipcio o el de las islas Cícladas (III milenio antes de Cristo) y sus ídolos que tanto interés despertaron en los artistas contemporáneos por ser figuras estilizadas de valor universal, pasando por la Antigua Grecia donde varios músicos y cantores embellecían las vasijas de cerámica, hasta llegar al Románico y a las arquivoltas de las portadas de iglesias y monasterios donde encontramos los veinticuatro músicos del Apocalipsis, la música ha sido fuente de inspiración para el ser humano que encuentra en ella la elevación espiritual. Tampoco podemos olvidar las cantorías renacentistas de Luca Della Robbia o Donatello, así como los exquisitos ángeles músicos de Melozzo da Forlì o Rosso Fiorentino⁷¹⁴, todo un mensaje de belleza, pura contemplación de lo celestial y sublime. Lo cierto es que la música, por su valor trascendental, porque conecta la parte más terrenal del ser humano con la dimensión divina, ha estado presente a lo largo de toda la Historia del Arte, bien en lo que, a la representación de los intérpretes, es decir los músicos se refiere (seguramente más habitual, como temática, sobre todo en el mundo antiguo y medieval), bien en la plasmación de los propios instrumentos musicales. Es de todas formas en época barroca cuando asistimos a una proliferación de obras, sobre todo pictóricas, que representan a músicos e instrumentos musicales. Los cuadros de *Vanitas*, de hecho, con su carácter de moraleja, ofrecen un importante pretexto para tratar este tema; sin embargo, en este contexto la música se convierte en alegoría de lo efímero, algo engañoso del que huir o, por lo menos, que hay que practicar sólo para alabar a dios, porque no deja de ser algo fugaz frente a la fe y a la eternidad del alma.

En la época contemporánea⁷¹⁵, no se puede olvidar de citar las aportaciones al tema de Picasso y Matisse. El primero toma como pretexto los instrumentos musicales para proceder a una geometrización progresiva que, va desde los aspectos más melancólicos



Elsa Schiaparelli, chaqueta con botones en forma de pianoforte, 1939.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁷¹⁴ RAMÍREZ, Juan Antonio, *Historia del Arte*, vols. 1 y 2, Alianza editorial, Madrid, 2008.

⁷¹⁵ RAMÍREZ, Juan Antonio, *Historia del Arte*, vol. 4, Alianza editorial, Madrid, 2008.

de *El viejo guitarrista* (1903) hasta el más irónico *Los tres músicos* (1921). El segundo, Henri Matisse, aúna en muchas obras sus dos grandes aficiones: las artes plásticas y la música (y, por ende, la danza) reflejos de un pasado idílico y de ritos ancestrales. De todas formas, es quizás la reflexión de Kandinskij sobre arte y música aquella que resulta más compleja y en línea con la contemporaneidad y la manera de sentir más actual. Para Kandinskij la música y la pintura son dos disciplinas a través de las que se reflejan las vibraciones anímicas, así que el pintor, como el compositor, puede plasmar emociones concretas en el lienzo mediante unos códigos que el mismo Kandinskij sugiere en su libro *De lo espiritual en el arte* (1910) y que él mismo utilizaba en sus obras. De este modo, los colores pasan a ser lo que son las notas para el compositor, el lienzo el pentagrama y el cuadro finito, la sinfonía.

Schiaparelli, lejos de tratar el tema bajo el punto de vista religioso, místico, se centra, sobre todo en las vibraciones musicales y en la atmósfera que la música crea. Son las sensaciones placenteras que, en malos tiempos con aquellos en los que se presenta esta colección, ayudan y dan alivio, las que la diseñadora plasma en sus creaciones. Además, es un tema indudablemente plástico que le permite dar rienda suelta a su creatividad, trabajando, como ya desde más de un año venía haciendo, el tema de los botones y los bordados presentando una amplia variedad de diseños. Los propios instrumentos musicales, en efecto, en su enorme variedad le permiten darles un toque personal a sus prendas que, de este modo, ganan personalidad.

Con esta colección, la modista en realidad, retoma y desarrolla un tema que ya le había interesado años atrás cuando había presentado un estampado de pentagrama con flores, en vez de notas, en un vestido de la colección primaveral de 1937. Dicha prenda, que actualmente se encuentra en el *Museo de Arte de Filadelfia*, se publicó en su momento (en el mes de junio de 1937) a través de una bonita ilustración de Pierre Mourgue⁷¹⁶. Ahora la música, las notas, así como los instrumentos musicales son protagonistas absolutos de una colección entera y las prendas se ven enriquecidas con bordados de campanas, violines, trompetas, arpas o botones en forma de pianoforte, tambores o liras, porque se elogia un mundo, el de la música, complementario en cuanto a sugerencias y creatividad, al de la moda.

La modelo Louise Dahl-Wolfe es fotografiada para la revista *Harper's Bazaar* mientras pasea por una exposición de Brancusi que se celebra en junio de 1939⁷¹⁷ en el *Museo de*

⁷¹⁶ *Harper's Bazaar USA*, New York, junio, 1937.

⁷¹⁷ *Harper's Bazaar USA*, New York, junio, 1939.



Izqda. Vestido bordado con pentagramas y notas, guantes del mismo motivo y cinturón.
 Dcha. La hija de Elsa Schiaparelli, Gogo, en un baile con un vestido Schiaparelli, 1939.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

Arte Moderno de Nueva York. Se puede apreciar que la mujer lleva puesta una chaqueta de seda y chifón de esta colección en la que hay unas campanas bordadas por Lesage. El conjunto podía llevarse con unos guantes transparentes con campanas doradas, motivo a juego con la chaqueta. Los guantes de telas finas como el organdí, apropiados para el otoño, son unas auténticas joyas de esta colección, ya que los hay con bordados variados que van desde las ya mencionadas campanas, pasando por pentagrama hasta llegar a instrumentos musicales, como un violín para una mano y una pandereta para la otra.

Una prenda sorprendentemente actual es aquel con la cual es fotografiada su hija Gogo en un baile. Se trata de un vestido fresco y primaveral que recuerda aquellos de mariposas propuestos en la colección del verano de 1937 que tanto éxito tuvieron por su carácter joven, dinámico, fresco y elegante a la vez. En la foto en cuestión se observa a Gogo con un vestido bordado con pentagramas y notas y ceñido por un cinturón metálico de sorprendente actualidad, tanto en el color como en la forma.

Otro precioso vestido de esta colección es uno de color violeta que presenta un bordado de instrumentos musicales alrededor de la cintura: los instrumentos parecen colgar de una cinta roja que sigue la silueta de la mujer. Con esta prenda, la diseñadora vuelve a ofrecer un efecto trampantojo ya que parece que esté realmente rodeado por una cinta roja de

la que cuelan unos pequeños instrumentos musicales, objetos reales, que podrían ser un guiño a las elegantes *chatelaines* de finales del siglo XIX y principios del XX⁷¹⁸.

Una blusa gris de chifón es otra pieza que merece la pena mencionar ya que presenta un delicado bordado de flores; posiblemente sea una referencia a aquellas composiciones musicales inspiradas en las cuatro estaciones (como en el caso de Vivaldi), tal y como observa Dilys⁷¹⁹. Por otra parte, la referencia directa al mundo de la música la encontramos en los catorce botones en forma de tambores que crean una hilera divertida en la parte delantera.

En las revistas de estos meses se encuentran varios complementos y bisutería de esta colección, al fin de reseñar las últimas tendencias en cuestión de moda. Entre ellos, cabe destacar un bolso en forma de pianoforte⁷²⁰ (ver ficha del muestrario), unos pendientes de esmalte en forma de instrumentos musicales y un pañuelo blanco con estampado muy actual de pentagramas y notas en color negro⁷²¹.

3.11.2 La Casa Schiaparelli en la guerra

Finalmente, en septiembre de 1939, Francia, al lado de Gran Bretaña, entró en guerra contra Alemania. Por supuesto, este hecho se notó en seguida en todos los sectores, y, en lo que concierne las casas de moda⁷²², esto significó la baja inmediata de muchos varones, algunos de ellos modistos o gerentes, que se vieron en la obligación de servir como militares al país. Por otra parte, quienes pudieron, salieron de Francia para encontrar una nueva vida en Estados Unidos⁷²³. Es el caso de Mrs. Hortense MacDonald, agente

⁷¹⁸ Los *chatelaines* eran unos complementos muy en boga entre las mujeres de finales del siglo XIX y principios del XX. Consistían en unas cadenas unidas por una pieza central que se amarraba a la cintura o bien se abrochaba con alfileres a las prendas. De estas cadenas colgaban objetos de uso cotidiano como espejos, lupas, bolígrafos o incluso navajas o libretas. La variedad de estas piezas es extraordinaria e incluso algunas de ellas son auténticas obras de arte ya que estaban realizadas con esmero y en materiales de lujo como marfil, laca proveniente de China o plata repujada o con incrustaciones de nácar. La función de estos objetos era puramente práctica, por lo menos en una fase inicial de su difusión entre las mujeres, ya que era un sucedáneo de los bolsillos que, en aquella época, aún no habían aparecido ni en las faldas, ni en los vestidos de noche de las mujeres. Objetos parecidos los encontramos también en la cultura japonesa: los *netsuke*, unas pequeñas esculturas que se remontan al siglo XVII realizadas por lo general en madera o marfil que actuaban como broches ya que servían para asegurar al cinturón pequeños contenedores y que eran una parte importante del traje tradicional. Todos estos complementos se podrían considerar como los precursores de las riñoneras actuales.

⁷¹⁹ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 211.

⁷²⁰ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, enero, 1939.

⁷²¹ *Vogue USA*, París, junio, 1939.

⁷²² MARSANO, Beba, "La nascita della moda moderna", en *La Storia dell'arte. Nuovi orizzonti creativi*, Edizioni Electa, Milano, 2006.

⁷²³ A.A.V.V., *Iconos de la moda. El siglo XX.*, op.cit.

publicitario de la *Casa Schiaparelli*, que, siendo originaria de Nueva York, decidió regresar a su tierra.

A pesar de que la situación se estuviese volviendo rápidamente insostenible, el gobierno francés, consciente del papel del país como potencia económica, hizo un llamamiento a las empresas para que siguiesen con sus actividades comerciales. También algunos periodistas señalaron estos valores patrióticos como una de las más eficaces medidas para reavivar la industria del país. Es el caso de un artículo publicado en la edición británica de *Vogue* por Bettina Ballard en el cual se lee «El mejor servicio a la nación que el mundo de la alta moda puede hacer, es continuar a crear y exportar y así traer de nuevo el dinero a Francia⁷²⁴».

En Francia, en estos momentos, está presente la necesidad de mantener vivo el comercio, los *ateliers* y, por ende, el sector de la moda y la industria textil. Estos, además de representar una fuente inagotable de puestos de trabajo, también merecen ser valorados por lo que representan en sí, por el prestigio aportado a Francia. La elección de Schiaparelli de no cerrar su *atelier* a pesar de la dificultad de seguir adelante con la rutina, es un auténtico reto señalado por todo el mundo como tal⁷²⁵. Es con el afán de defender y proteger la industria textil y a sus trabajadores, que Schiaparelli considera que merece la pena hacer cualquier intento antes de cerrar el negocio y opta por seguir adelante y no rendirse frente a los hechos. Y luego están los potenciales compradores, la mayoría de ellos de Estados Unidos que, ajenos al conflicto bélico, pueden ayudar a que el sector de la moda sobreviva en tiempos de enormes dificultades⁷²⁶.

Aun así, Schiaparelli se ve obligada a reducir la plantilla de sus trabajadores que pasan de 600 a 150 empleados. En octubre de 1939, con el nuevo equipo, la diseñadora de moda presenta su nueva colección para la primavera de 1940 y cuyo nombre es *Pequeña colección de tiempos de guerra* dejando claro el poco tiempo que tuvo para prepararla. «Esta primera colección de guerra deleita los ojos, pero también satisface el espíritu, porque es el triunfo de la inteligencia y de un agudo sentido de la realidad actual»⁷²⁷. En ella figura, entre otras cosas, un vestido que, interpretando las necesidades de los tiempos que corren, puede ser tanto un traje de día como de noche, la llamada *robe laveuse*:

⁷²⁴ *British Vogue*, Londres, noviembre, 1939.

⁷²⁵ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁷²⁶ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

⁷²⁷ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, octubre-noviembre, 1939.



Elsa Schiaparelli, *robe laveuse* (vestido lavandera), 1940.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

una falda (más⁷²⁸ o menos⁷²⁹ larga) que se recoge hasta las rodillas como un delantal y que puede bajarse hasta los pies soltando o atando las específicas tiras. Inspirándose en la costumbre de las lavanderas de levantarse las faldas en los lavaderos, Elsa Schiaparelli la llama *robe laveuse* (vestido de lavandera) por su indiscutible funcionalidad y a la par refinamiento. Sin duda una prenda muy interesante que hoy en día se definiría *smart*, en el sentido de despierto, rápido, ya que es acorde con los tiempos en los que vivimos y que exigen rapidez de soluciones y personalidad.

En esta colección también se advierte como la paleta se haya oscurecido dejando paso a gamas grises y colores dramáticos, acordes al momento en el que son producidas, como verde oliva, azul intenso, morado (berenjena), negro⁷³⁰ aunque, en ocasiones, se encuentran en las revistas estampados divertidos (en blanco y negro) como es el caso de un vestido de Schiaparelli hecho con una tela de pingüinos en color blanco y rojo sobre fondo negro⁷³¹ o una de Balenciaga

con pequeñas palomas blancas.

La *Casa Schiaparelli*, sigue funcionando, entonces, y se plantea adecuarse a los tiempos actuales proponiendo prendas de carácter práctico y funcional⁷³² como, por ejemplo, una chaqueta cuyos cierre son unas cadenillas que van a sustituir los tradicionales botones⁷³³ (lo que evita que se extravíen y que se tengan que reponer con la dificultad que esto entrañaba en aquel momento). Otro ejemplo de este encontrado pragmatismo, es el mono para la evacuación inmediata lanzado en septiembre de 1939, el mismo mes del inicio de la ocupación, y que servirá de inspiración para unas piezas presentadas en la colección de octubre de 1939: una especie de conjunto para la huida, práctico y funcional; el traje en cuestión es un increíble ejercicio de funcionalidad. Hecho para la mujer que, en plena noche, se ve obligada a ponerse lo que tenga a mano para huir nada más escuchar el sonido

⁷²⁸ *Harper's Bazaar France*, París, diciembre, 1939.

⁷²⁹ *Plaisir de France*, París, octubre, 1939.

⁷³⁰ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, octubre-noviembre, op.cit.

⁷³¹ *Vogue France*, París, abril-mayo, 1940.

⁷³² DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁷³³ *Vogue France*, París, marzo 1940.

de las sirenas de alarma (de hecho, es por esto que se llamaban *trajes sirena*), ofrece todo lo que se puede necesitar en una situación de emergencia: concebido como única prenda (pantalón y jersey unidos en un solo cuerpo) es fácil de poner gracias a la cremallera que lo abrocha de arriba abajo. Es cálido, por supuesto, y dispone de unos grandes bolsillos que permiten prepararlo con antelación guardando las cosas necesarias para la supervivencia, como una antorcha o una máscara anti-gas y, para sentirse a gusto consigo misma, una barra de labios.

Aunque la colaboración con los artistas surrealistas ya no era tan intensa como en el pasado (también debido a que algunos intelectuales fueron poco a poco abandonando Francia para ir hacia los Estados Unidos), a nuestro entender Schiaparelli, con una pieza de este tipo, demuestra, una vez más, un cierto Surrealismo de concepto, una manera de sentir al límite entre lo real y lo absurdo, lo posible y la alucinación. Quizás sea por esta razón que esta prenda es probablemente una de las más populares entre aquellas confeccionadas por la modista en esta época. Ella, que cree sinceramente en la necesidad de renovarse o morir, ve indispensable que el mundo de la moda renuncie a su cara puramente glamurosa para optar por combinar elegancia y funcionalidad. Una reflexión que se puede aplicar al mundo del diseño en general, a la arquitectura, a todo lo que conlleva un uso y disfrute por parte de los individuos que, como tales, son complejos e inquietos, sensibles y románticos, prácticos y, a la vez, soñadores. Es justo esta dimensión entre el sueño y la utopía, que nos remite a lo onírico, a lo freudiano, a lo surrealista, y que atraviesa de forma coherente, como si de un hilo rojo se tratara, todas las creaciones de Schiaparelli, y que hace que, en el caso de la modista italiana, el disparate se convierta prepotentemente en lo cotidiano.

Por otra parte, según lo que cuenta Elsa Schiaparelli en su autobiografía, entre los parisinos se había difundido la costumbre de salir a la calle con máscaras anti-gas, práctica que describe con cierta ironía y escepticismo: «Puesto que se esperaban unos bombardeos



Elsa Schiaparelli, mono para la evacuación inmediata, 1939.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



Traje de chaqueta de la línea Cash and Carry con bolso imitando bandolera y con bolso ocultado en la falda, 1940.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

salvajes dentro de poco, a la mayor parte de los empleados se los desalojó. Sin embargo, no hubo ningún bombardeo, y nosotros íbamos por la ciudad con inútiles máscaras anti gas; algunos las olvidaban en el taxi, otros las usabas como bolsos, otros escondían en ellas botellas de whisky o ginebra, convencidos de que, en caso de alarma, algo fuerte vendría mejor que las máscaras anti-gas»⁷³⁴.

De hecho, el mono para la evacuación no debió ser visto por sus contemporáneos como un disparate, si, siguiendo este filón, Schiaparelli

vuelve a proponer algo parecido. En su colección que presenta el 26 de octubre de 1939, llamada *Cash and carry* y con prendas para la primavera de 1940, aparecen unos enormes bolsillos que toman gran protagonismo por estar, a veces, ricamente bordados y por ser increíblemente amplios (el tamaño estaba estudiado para que cada uno de ellos pudiera contener un bolso de mano). Estos bolsillos los encontramos en muchísimas prendas: vestidos, chaquetas y abrigos. Pensados para tener las manos libres, no solo en la huida sino también en la cotidianidad, estos bolsillos se vuelven los auténticos protagonistas de la colección, sobre todo cuando, generando un curioso efecto trampantojo, parecen colgar de una cinta como si de una bandolera se tratara. Hasta este momento no era frecuente encontrarse con bolsillos en abrigos o chaquetas, puesto que su función estaba perfectamente cumplida por los bolsos de mano que, además, añadían un toque sofisticado y elegante⁷³⁵. En realidad, Schiaparelli siempre fue defensora de los bolsillos, así que, a partir de ahora, sencillamente se vuelven habitual en las prendas de todos los diseñadores. De hecho, en el caso de Schiaparelli, éstos ya tenían mucho protagonismo, ya que, por ejemplo, en ocasiones se volvieron, junto con las hombreras, lugares preferentes para los bordados, y ahora se convierten en graciosos sacos que abultan las chaquetas hasta entonces entalladas y más estilizadas. Algunas prendas, además, siguen presentando unos bordados espectaculares justo en estos grandes bolsillos, como en el caso de una chaqueta negra de la colección *Cash and carry* que presenta un bordado barroco dorado, realizado

⁷³⁴ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 138.

⁷³⁵ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, op.cit.

con hilo metálico, así como unos botones trenzados del mismo estilo⁷³⁶.

Muy original es sin duda el dibujo de una falda con unos bolsillos que quedan ocultos debajo de un panel; este cae por encima de ellos escondiéndolos a la vista. Si es cuando menos insólito ver bolsillos en los abrigos, es absolutamente impensable imaginarlos en las faldas; por esta razón, el panel contribuye a mantener ocultas las estratégicas aberturas camuflando los bolsillos, lo que permite llevar objetos o documentos de valor sin despertar sospecha. Otra pieza curiosa e ingeniosa es el gorro que, en sus extremidades, se vuelve bufanda y que recuerda, en nuestra opinión, al *liripipe* medieval⁷³⁷. El clima militar se advierte también en el uso que hace Schiaparelli del camuflaje que, presentado en la colección *Cash and carry*, se convierte en un estampado válido para Alta Costura, justo a raíz de esta colección (se trataba de un estampado algo distinto a aquello que conocemos hoy en día como camuflaje, pero que sí que incorporaba motivos parecidos al musgo o al óxido, a las cortezas o a la tierra), como se aprecia de un vestido del *Metropolitan*. En esta colección la diseñadora intenta volver a la femineidad proponiendo de nuevo aquella línea sirena que había empezado a trabajar en 1934. Un ejemplo de esta línea de vestido la tenemos en una fotografía de Hoyningen-Huene publicada en *Harper's Bazaar*⁷³⁸; cómo se puede apreciar, muchas veces estos trajes de noche iban a juego con boleros, una prenda muy querida por Schiaparelli.

Otra serie de vestidos, no tan sobria, al contrario, muy llamativa (hasta diríamos que constituye todo un himno al patriotismo), es la que presenta en su nueva colección de enero de 1940 para el verano. Se trata de vestidos confeccionados



Elsa Schiaparelli, traje de chaqueta de la línea Cash and Carry con gorro-bufanda, 1940 y hombre de la Edad Media con liripipe o chaperón.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Elsa Schiaparelli, vestido con los colores de las banderas del regimiento francés, 1940.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁷³⁶ *Harper's Bazaar USA*, New York, diciembre, 1939.

⁷³⁷ COSGRAVE, Bronwyn, *Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días*, op.cit.

⁷³⁸ *Harper's Bazaar France*, París, enero, 1940.



Frasco del perfume *Sleeping*, 1939.

Fuente: banco de imágenes de internet.

con los motivos y los colores de las banderas del regimiento francés. Las telas son el elemento principal de reclamo y todas ellas son en colores puros (amarillo, rojo, verde y azul) y presentan tradicionales motivos heráldicos como: lirios, barcos, cadenas, coronas y escudos, lo que crea una estética muy peculiar e inconfundible. Una fotografía de Man retrata a una modelo con las manos levantadas, en actitud orante, llevando uno de estos vestidos cuyo estampado representa la bandera del Regimiento escocés de *Ogilvy*⁷³⁹. Estos vestidos de noche presentan prácticamente el mismo corte largo ya que tienen unas características comunes, a pesar de que el estampado varíe según la bandera que represente. Todos

ellos vienen con cierres de cremallera, tirantes anchos que crean un escote delantero recto y dejando la espalda al descubierto, hasta los omóplatos. Pueden estar fruncidos en la parte delantera o en la posterior y en esto, básicamente, se basa la principal diferencia entre unos y otros.

Es en esta colección cuando Elsa presenta el perfume *Sleeping* (ver ficha del muestrario). El perfume le da el también a un nuevo color que la diseñadora lanza al mercado, el *Sleeping blue*, un celeste intenso, bastante parecido al tono que hoy se llama *celeste avión*. De este color, por ejemplo, es un bolero que conjunta con un vestido de corte sirena que, como decíamos antes, vuelve a proponer en esta colección y que es ilustrado por Leonor Fini en *Harper's Bazaar*, como hemos explicado con anterioridad⁷⁴⁰.

En este año asistimos a como las marcadas hombreras de línea soldado de madera, y, de paso, aquel estilo que había sido definido como *hard chic*, convive con unas hombreras más dulces y de tamaño algo reducido. Un tejido que utiliza con cierta frecuencia en esta época es el muaré, probablemente, hemos de suponer, por su dureza y resistencia, como demuestra el hecho de que se utilizase, y se siga utilizándose aún hoy en día, en el sector de la tapicería.

Es en este momento cuando Jean Cocteau le encarga a Elsa el diseño del vestuario de su obra de teatro *Les Monstres sacrés* en la que el pintor Christian Berard colaboró como escenógrafo en los decorados. De esta colaboración, quedan varias fotografías de escenario, así como instantáneas de los ensayos y del estreno. Llama la atención un

⁷³⁹ *Harper's Bazaar USA*, New York, marzo, 1940, op.cit.

⁷⁴⁰ *Ibidem*.

recorte de periódico en el que se lee: «De izquierda a derecha, durante un ensayo: Jean Cocteau, Yvonne de Bray (estrella de la obra), el escenógrafo Christian Berard [...] y la diseñadora Schiaparelli, todos con un pañuelo en la mano»⁷⁴¹ y, efectivamente, el texto es acompañado por unas instantáneas de las personas indicadas mientras lloran por la emoción. Nos parece interesante citar esta anécdota porque creemos que refleja muy bien el clima en el que vivían en París en aquel momento: una época de enorme tensión psicológica que hacía que mucha gente estuviera especialmente sensible. De hecho, la *pièce* de teatro de Cocteau trata de un adulterio burgués con un final amargo, pero feliz, y resulta sorprendente, en nuestra opinión, que ver cómo, sin embargo, genere tanta emoción en los asistentes al ensayo, lo que posiblemente sea atribuible justo al momento especial que están viviendo.

En el mes de junio de 1940 Italia declara guerra a Francia y Gran Bretaña lo que disgusta a la diseñadora de origen italiano, que siente como la tierra que la había visto nacer, la estuviera, de alguna forma, traicionando⁷⁴². En el verano del mismo año decide ir a Estados Unidos para realizar una serie de conferencias sobre la situación en Francia y animar a los compradores americanos a que no abandonen a los comerciantes franceses⁷⁴³. De hecho, este año acuerda con el *Columbia Lecture Bureau* una gira de conferencias por los Estados Unidos cuya finalidad es, por un lado, defender la industria francesa y su buen hacer y, por otra parte, crear un fondo económico para los niños de la *Francia Libre* (aquellas zonas del país aún no ocupadas por los alemanes). Para este ciclo de charlas, la modista diseña, ex profeso, un guardarropa que, como si de una colección se tratara, bautiza con un nombre: *Los vestidos hacen a la mujer*⁷⁴⁴.

Una de las cosas que diseña en esta época, es un bolso confeccionado con una cesta de pic-nic. Puesto que en París había escasez de pieles, a la original modista se le ocurre que puede aprovechar estos objetos que, descontextualizados como *ready made* de la moda, cumplen la función de un bolso de diseño y son mucho más baratos y rápidos de realizar⁷⁴⁵. Nos queda una foto de la llegada de Schiaparelli a Nueva York con uno de estos curiosos bolsos. En el aeropuerto la espera su hija Gogo que, bajo consejo de su madre, ya se había mudado a Estados Unidos para alejarse de la guerra y acababa de

⁷⁴¹ *Paris Match*, París, 15 de febrero, 1940.

⁷⁴² «Italia, patria mía, ¿Qué has hecho?», escribe en su autobiografía: SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 148.

⁷⁴³ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

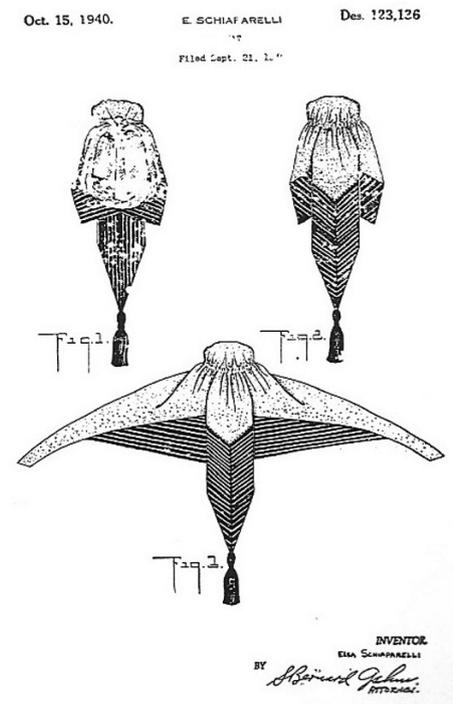
⁷⁴⁴ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁷⁴⁵ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 150.



Elsa Schiaparelli con un bolso realizado con una cesta de pic-nic en su mano izquierda, 1940

Fuente: banco de imágenes de internet.



Documento que certifica la patente del gorro *Peg leg*, inventado por Schiaparelli, 1940.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

conocer a un joven americano que dentro de poco se convertirá en su marido.

El *Yankee Clipper*, donde viajaba Schiaparelli para llegar a Estados Unidos, era uno de los primeros aviones que hicieron la travesía del Atlántico y salía de Lisboa rumbo a Nueva York. Para viajar más cómodamente, la modista decide llevar consigo solo una parte limitada del conjunto de prendas que había diseñado para la ocasión, enviando la mayor parte en barco. Desgraciadamente, consecuencia del conflicto bélico, el barco es hundido y Schiaparelli se ve obligada a trabajar en Estados Unidos, en el taller de *Bonwit Teller*, para remplazar las prendas perdidas en el desafortunado accidente. Es en estas circunstancias que se le ocurre un

tipo de gorro, inspirado en los turbantes árabes, que llama *Peg Leg* y patenta en Estados Unidos el 15 de octubre de 1940⁷⁴⁶. Se trata de una pieza muy interesante: en estos momentos de crisis las mujeres europeas vuelven a poner de moda el turbante, décadas antes lanzado por Paul Poiret. La razón por la cual vuelven a utilizar este complemento, por cierto muy amado y nunca abandonado por Elsa, es el deseo de ir siempre en orden si bien no puedan arreglarse el pelo o acudir a la peluquería cosa que, en tiempos de guerra, era obviamente lo habitual y normal⁷⁴⁷. Absoluta defensora de este cubre-cabeza oriental, con el *Peg Leg* Schiaparelli inventa una alternativa al turbante tradicional: de igual característica y funcionalidad, este gorro, también de marcado aire árabe, es más versátil y menos voluminoso. En 1942 Schiaparelli propondrá otros gorros de este estilo, inspirándose en los turbantes e insistiendo en la utilidad de ocultar el pelo como medida estética indispensable para conservar la feminidad en los austeros tiempos impuestos por el conflicto bélico. Se aprecia un gorro de estas características en una ilustración de este mismo año realizada por Eduardo García Benito⁷⁴⁸ en la

⁷⁴⁶ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁷⁴⁷ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, op.cit.

⁷⁴⁸ *Album de la Mode du Figaro*, n°1, París, 1942.

que el turbante es el complemento de un abrigo negro que viene con una pequeña capa desmontable muy práctica en caso de lluvia.

En su gira por Estados Unidos, en el arco de dos meses, Elsa toca cuarenta y dos ciudades diferentes y dará cuarenta y dos conferencias, una por cada ciudad. Ella insiste reiteradas veces en que, a pesar de los difíciles momentos que está atravesando el mundo de la alta costura en Francia, su *leadership* sigue siendo indiscutible⁷⁴⁹. Arropada por una ola de popularidad que la sigue vaya donde vaya, Schiaparelli recibe, el 9 de septiembre de 1940, el *Neiman Marcus Award* por su distinguido servicio en el campo de la moda, convirtiéndose así en el primer diseñador europeo en recibir este galardón. Se lee en el acta de entrega: «Intérprete del estilo de la vida contemporánea en la moda [...]» se le entrega este premio por su “audacia, originalidad, ingeniosidad y por su amplia y extendida influencia en todo lo que concierne al Diseño de Moda, desde los sombreros hasta los zapatos»⁷⁵⁰. Del día y el atuendo de la modista, nos queda una instantánea del Archivo Getty que la retrata con un vestido negro de seda, embellecido con un cuello de crochet (a juego con los puños de los guantes y las medias), y un turbante de color marfil⁷⁵¹.

Terminado su ciclo de ponencias, la modista decide volver a París para seguir de cerca la actividad de su *atelier* en la *Place Vendôme*. Durante el viaje de vuelta, descrito en su autobiografía como un auténtico calvario a causa de las múltiples trabas burocráticas a las cuales es sometida y fruto de un estado de alarma en el cual se veía sumisa una Europa desconfiada e insegura, tuvo un percance que le traerá secuelas⁷⁵².

Durante su viaje a Estados Unidos, había conocido a unos cuáqueros que le habían entregado 13.000 compresas de vitaminas para suministrar a los niños franceses. Durante la escala que el barco tuvo que hacer en las Bermudas, las guardias británicas, a pesar de que Elsa tenía todos los permisos necesarios para llevar estos productos a Europa, requisaron este material convencidos de que no se trataba de pastillas farmacológicas sino de comida, y la acusaron, por lo tanto, de contrabando. Este malentendido se solucionó

⁷⁴⁹ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

⁷⁵⁰ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 224.

⁷⁵¹ *Vogue USA*, New York, enero, 1940.

⁷⁵² SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 158. Esta anécdota es contada por Schiaparelli en su autobiografía, así como por todos sus biógrafos. En efecto, como se verá a continuación, tiene gran importancia en su vida, no tanto por lo que esto representa en sí, sino por las influencias negativas que el hecho de estar “fichada” por los militares generó y que, sin que Elsa fuera realmente consciente de ello, la obstaculizaron durante el conflicto bélico, conllevando muchas trabas administrativas que ralentizaron su vuelta a la vida normal.

solo con la llegada de Elsa a Lisboa y la intervención del embajador inglés en Portugal que hizo devolver las vitaminas a Schiaparelli. Aun así, lo que parece una sencilla controversia, sentará, en la vida de la modista italiana, un hecho desagradable que hará que le pongan el foco encima. Un asunto desagradable que, a la luz de la perspectiva histórica, nos devuelve la imagen de una Elsa comprometida con los más débiles en tiempos de guerra y una mujer que no se debió exclusivamente a su trabajo, sino también a los que la rodeaban, sabiéndose adecuar al cambio que los tiempos le habían impuesto y a la necesidad de hacer algo útil; una actitud, por otra parte, muy necesaria todavía hoy en día y un ejemplo, entre muchos otros, a seguir⁷⁵³.

De vuelta a París, el 11 de enero de 1941, Elsa recibe presiones políticas de parte tanto de los italianos y alemanes como de los británicos y franceses. Sus orígenes italianos juegan un rol fundamental en este lento proceso de desconfianza hacia ella (no hay que olvidar que Mussolini era el principal aliado de Hitler).

Su última colección, antes de dejar París por un tiempo, es una de febrero de 1941 que presenta para el verano. A destacar, sobre todo, el uso de tejidos baratos y sencillos como lino y algodón, consecuencia del racionamiento de telas que se había tenido que llevar a cabo tanto a causa del cierre de muchas empresas textiles, como de las limitaciones de las importaciones. Muchos bordados están dedicados a las hortalizas; eso es, sus prendas aparecen cubiertas de verduras, como en el caso de un chaleco de color rojo intenso en el que zanahorias y lechugas bordadas, así como botones de lo más gracioso, lo decoran con cierto espíritu *naïf*.

Como consecuencia de la precariedad de su situación, Elsa decide volver a Estados Unidos, no antes de dejar a cargo de la *boutique* a su hombre de confianza, Louis Arthur Meunier, que asume el encargo de Director, a Yvonne Souquières en función de secretaria y a Irene Dana que se encargará del diseño de las prendas. No volverá a presentar una colección hasta septiembre de 1945, en efecto, aunque su *Maison* no cerrará durante la guerra, no será ella quien se encargará de diseñar las colecciones, sino su colaboradora Irene Dana⁷⁵⁴.

En 1941, en el mes de marzo, algunos artistas del grupo surrealista (André Breton, Marcel Duchamp, Max Ernst, Roberto Matta e Yves Tanguy), dejaron Francia para ir a Estados Unidos mientras durase el conflicto bélico. Este hecho tendrá unas consecuencias fundamentales en la Historia del Arte, puesto que estos y otros artistas exportarán no solo

⁷⁵³ GARCÍA DEL SOTO, Arancha, “Mujeres construyendo la paz”, en *El País*, Madrid, septiembre, 2016.

⁷⁵⁴ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit.

unas obras de arte, sino un sentir artístico que revolucionará y será un absoluto revulsivo por los jóvenes artistas estadounidenses. Estos mirarán a sus maestros europeos de cerca y re-interpretarán, a su manera y en base a un sentir personal, los preceptos del Surrealismo y del automatismo psíquico. Lo que aquí en Europa había sido declarado *arte degenerado* por los Nazis, en Estados Unidos se vuelve tendencia, actualidad, inspiración. Es el caso de artistas como Jackson Pollock o Willem De Kooning que, absorbiendo los contenidos del Surrealismo y del posterior *Informale*, darán lugar a un lenguaje artístico nuevo e impactante: el Expresionismo Abstracto⁷⁵⁵.

El 11 de mayo de 1941, finalmente, también Schiaparelli emprende su viaje para Estados Unidos, no sin complicaciones burocráticas, dejando Francia a sus espaldas y cogiendo de nuevo en Lisboa el *Clipper* que la llevará a Nueva York. Dos meses antes, su hija Gogo se había casado con su novio, Robert Lawrence Berenson, sobrino del conocido historiador del arte, Bernard Berenson.

Durante su viaje hacia los Estados Unidos y en ocasión de la parada de rigor en las Bermudas, Elsa es entrevistada por el embajador británico que, desconfiando de ella por el precedente de las vitaminas y por sus reiterados viajes a Estados Unidos, la declara *persona sospechosa*.

Este cúmulo de circunstancias, sus orígenes italianos y la falta de entendimiento con las guardias británicas en las Bermudas, hacen que a Elsa se la tachará de anti-británica, y, por ende, de filo-alemana. Por supuesto, ella no llegó a conocer los hechos en profundidad, en efecto, en su autobiografía⁷⁵⁶, reconoce en varias ocasiones que no conseguía comprender la verdad de lo que le pasaba y por qué se la obstaculizaba en muchas de las cosas que quería hacer, en efecto, Elsa realmente desconocía todo el entramado militar y político que la estaba perjudicando. Por otra parte, si hubiera conocido la desconfianza que los británicos tenían hacia su persona, esto la habría profundamente herido, declara Dilys⁷⁵⁷, puesto que siempre miró a Reino Unido y a Londres, como a su segunda casa después de Francia. De todas formas, si los británicos habían declarado a Elsa Schiaparelli *persona sospechosa* y anti-británica, los alemanes, en cambio, la consideraron afiliada a los judíos y, por lo tanto, anti-ariana. Los hechos por los cuales se dio esta otra circunstancia se detallan a continuación.

⁷⁵⁵ ARGAN, Giulio Carlo, *L'arte moderna 1770-1970*, op.cit.

⁷⁵⁶ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 199.

⁷⁵⁷ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 225.

El régimen nazi había declarado su intención de incorporar la industria de la moda francesa a la alemana, trasladando las casas de alta costura de París a Berlín o Viena. La *Cámara Sindical de la Alta Costura Francesa*, de la mano de su Presidente, Lucien Lelong⁷⁵⁸, obviamente, se opuso firmemente a esta decisión y consiguió mantener abiertos los *ateliers* parisinos. Aunque las bases exactas de esta negociación son al día de hoy desconocidas, se sabe que los alemanes, a cambio, impusieron una serie de normas para controlar de cerca las actividades comerciales e impedir, entre otras cosas, que estas cayesen en mano de los judíos.

En el caso de la *Casa Schiaparelli*, en el mes de febrero de 1942 ésta fue puesta en manos de un administrador alemán, como consecuencia de una ordenanza nazi de septiembre de 1940 según la cual todo negocio judío tenía que ser identificado con un cartel amarillo situado al exterior que tenía que poner: *Negocio judío*. Puesto que dos socios capitalistas de la *Casa Schiaparelli* eran judíos, Charles Kahn y Charles Blumenthal, los nazis cambiaron el director para poder controlar el negocio. Fue como consecuencia de estos hechos que M. D. C. Crawford, hablando de Elsa en su ensayo *The ways of fashion*, la llegó a definir como anti-ariana. Solo el 21 de enero de 1946 Elsa Schiaparelli figuró como director general de su propia empresa⁷⁵⁹.

A posteriori, quizás quepa, a nuestro entender, sólo un análisis posible de toda esta situación absurda en la cual Elsa Schiaparelli, víctima inconsciente, se vio involucrada, y éste es que, en una Europa desgarrada por el conflicto bélico, las incoherencias y las injusticias estaban al orden del día. Más aún si la persona “sospechosa” era una mujer que, lejos de adecuarse a los estereotipos de la feminidad sumisa, siempre se caracterizó por tesón, determinación y fuerza. En realidad, si hay algo que, en nuestra opinión, no resultó grato para las fuerzas políticas de entonces, fue su condición de mujer emprendedora y ambiciosa que, habiendo encontrado su sitio, quería mantenerlo a flote, luchando contra fuerzas adversas en un mundo de hombres, hecho a medida para ellos. Además, las razones por las cuales Schiaparelli no cerrase su *atelier* en tiempos de guerra, cosa absolutamente extraña, puesto que casi todas las grandes casas de moda se vieron obligadas a hacerlo, como en el caso de Chanel o Poiret⁷⁶⁰, responde no solo a su constancia, sino también al hecho de que era consciente que de su *atelier* en la *Place Vendôme* vivía mucha gente y

⁷⁵⁸ Lucien Lelong (1889-1958) fue un modisto francés que desde 1937 hasta 1947 desarrolló también el cargo de Presidente de la Cámara Sindical de la Alta Costura Francesa. Entre sus asistentes, cabe destacar a nombres de la talla de Christian Dior, Pierre Balmain o Hubert de Givenchy.

⁷⁵⁹ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit., p. 225.

⁷⁶⁰ MARSANO, Beba, *La nascita della moda moderna*, op.cit.

no consideraba ético y, quizás sobre todo moral, abandonar a su destino a las personas que habían trabajado para ella y que, en tiempos de bonanza, la habían ayudado a construir un imperio de la moda⁷⁶¹.

En junio de 1941, a pesar de que Elsa ya se encuentra en los Estados Unidos, aún aparecen algunas creaciones de Schiaparelli, hemos de suponer que pertenecientes a la colección para el verano. Cabe destacar una chaqueta de corte recto con varios bolsillos en el pecho y botones en forma de conchas marinas⁷⁶². Además, en el mes de julio de 1941 se publica en la revista *Images de France*⁷⁶³ una ilustración de dos páginas protagonizada por vestidos de Schiaparelli, Maggy Rouff y Marcel Rochas bajo el título *Noche en casa* y realizada por Pierre Mourgue; quizás podemos entender que esta ilustración de tiempos de guerra animase a quedarse en casa y a disfrutar de tranquilas veladas entre mujeres, mientras que los hombres se dedicaban a otros menesteres. Era ésta una costumbre, por cierto, bastante frecuente en las ilustraciones de la época de la Segunda Guerra Mundial, ya que vemos, en otras imágenes, esta vez de 1943⁷⁶⁴ y realizada por Eduardo García Benito, como los figurines se colocan dentro de un hogar burgués (incluso, llama la atención como lleven abrigos y sombreros dentro de las paredes domésticas, lo que se debe, claro está, a la necesidad de que en las revistas se tenían que mostrar todo tipo de prendas). De este modo los vestidos están contextualizados en un ámbito real y factible, como es el caso de un encuentro ente amigas y no se hace referencia a fiestas u otros eventos mundanos a los que era prácticamente imposible acudir. Con respecto a la ilustración de Mourgue, llama la atención el hecho de que la modelo de Schiaparelli, aparte de tener un cierto aire parecido con la diseñadora, lleva puesta la que parece una versión con mangas del vestido harapiento de 1938 de la colección *Circus*. Resulta interesante ver cómo algunos años antes, en 1932, el mismo Mourgue había hecho una ilustración en la que se veían tres mujeres con vestidos y gorros de Schiaparelli paseando por el parque⁷⁶⁵ al aire libre.

Durante su estancia en los Estados Unidos, Elsa Schiaparelli, vive alejada del mundanal ruido, y se dedica a viajar por América latina, estar con su hija y su yerno hasta que estos no se enrolan para ir a Europa (en el caso de Gogo, va para conducir las

⁷⁶¹ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit.

⁷⁶² *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, junio, 1941.

⁷⁶³ *Images de France*, París, julio, 1941. Se trata de la revista generalista *Plaisir de France* que, en noviembre de 1939, durante la Segunda Guerra Mundial, cambió su nombre y pasó a llamarse *Images de France*. En agosto de 1944 volverá con su antiguo nombre.

⁷⁶⁴ *Album de la Mode du Figaro*, N°3, París, 1943.

⁷⁶⁵ *Vogue France*, París, enero, 1933.

ambulancias de Cruz Roja, de lo que nos queda una fotografía de la joven en uniforme), cuidar de su perro *Popcorn* y, en definitiva, esperar pacientemente a que la guerra llegue a su fin para poder volver a su *atelier* y dedicarse de nuevo a lo que más le gusta⁷⁶⁶. En 1940 también su amigo Salvador Dalí había emigrado a los Estados Unidos, fijando su residencia en Hollywood donde, junto a Gala, residirá hasta 1948. Es en este tiempo cuando trabaja para Helena Rubinstein y cuando organiza, en su hotel de residencia, la famosa y onírica fiesta con la intención de recaudar dinero para los artistas afectados por la Segunda Guerra Mundial (y de paso hacerse publicidad para posibles encargos). A esta cena onírica participan algunas de las estrellas del cine más importantes del momento como Clark Gable o Alfred Hitchcock (con quien trabaja en 1945 en el corto *Spellbound*). Fue en ocasión de esta fiesta, por cierto, cuando Ruth Ford llegó con el famoso vestido harapiento de Schiaparelli.

Una de las actividades más interesantes a las que Schiaparelli se dedica al otro lado del Atlántico es la colaboración con Ann Morgan, fundadora del *Consejo para la Coordinación de las Ayudas Americanas para Francia* (AATF)⁷⁶⁷. Elsa se encarga en varias ocasiones de organizar conciertos y exposiciones acerca de la cultura francesa. Entre las exposiciones en las que trabaja, destaca sin duda aquella que la modista organiza en el palacio *Whitelaw Reid* de Nueva York en el mes de octubre de 1942. Realizada en colaboración con Marcel Duchamp y André Breton, la exposición en cuestión es la conocida *First papers of Surrealism* en la que se plantea un recorrido por el arte surrealista⁷⁶⁸. «Para compararse con el presente y el futuro pensé que sería interesante proponer una exposición solo de obras modernas y de vanguardia»⁷⁶⁹. El público americano pudo apreciar algunas de las obras más representativas de los artistas franceses o bien de otras nacionalidades pero que tenían o habían tenido alguna vinculación con Francia. Se expusieron aproximadamente ochenta obras entre las que se encontraban lienzos de Giorgio De Chirico, Hans Arp, Max Ernst, Paul Klee, Man Ray, André Masson, Joan Miró y Pablo Picasso u objetos surrealistas. Marcel Duchamp dio su personal contribución con la instalación *Sixteen miles of string*, que consistía en una única cuerda que se enredaba entre las obras, ocupando, como si de una tela de araña se tratara, el área de la exposición

⁷⁶⁶ *Ibidem*.

⁷⁶⁷ El *Consejo para la Coordinación de las Ayudas Americanas para Francia* (AATF) nació en Estados Unidos con la finalidad de sensibilizar la opinión pública respecto a la situación en Francia y poder, de este modo, recaudar dinero.

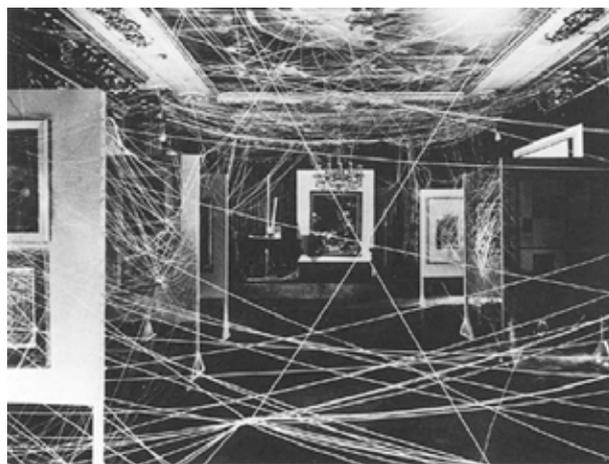
⁷⁶⁸ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 180.

⁷⁶⁹ *Ibidem*.

que quedó así transformada en un laberinto. A pesar de la originalidad del planteamiento y los grandes nombres expuestos, Elsa comenta que Ann Morgan no apreció la exposición por el carácter demasiado experimental e innovador que planteaba alegando que no respondía a la idea de arte francés que ella siempre había tenido⁷⁷⁰. Hoy en día conocemos perfectamente las influencias que ejerció el arte europeo en los Estados Unidos de aquellos años, sin embargo, resulta también interesante ver cómo este legado tuvo, en ciertas ocasiones, que pasar por incomprendidos y rechazos antes de ser asimilado del todo.

La prensa estadounidense, por otra parte, no dejaba de hacerse eco de cómo los artistas europeos y los Surrealistas, en concreto, contribuían a enseñar a los americanos otra faceta de la realidad, oculta, freudiana e ininteligible, mundos lunáticos y sorprendentes que constituyen todo un revulsivo y una fuente de estímulos renovados para las nuevas generaciones de creadores. Así que el realismo cotidiano va, poco a poco, cediendo el paso con entusiasmo a las fantasmagóricas visiones de los Surrealistas. Cómplice el teatro, la publicidad, el cine, los escaparates de las tiendas etc., no se trata sólo de sorprender, sino también de plantear una interdisciplinariedad muy fructífera que va a demostrar cuán estrecha puede llegar a ser la relación entre las artes plásticas y otras disciplinas⁷⁷¹. El Surrealismo acaba de convertirse, en los Estados Unidos, en una especie de llave maestra que amplía el abanico expresivo de los artistas y, lejos de aquella actitud puritana que los tenía acostumbrados, enseñará nuevos horizontes, a veces, incluso escandalosos y, sin lugar a duda, excéntricos. Y Schiaparelli y Dalí encarnan este nuevo ideal de artista inconformista que en los Estados Unidos es recibido con entusiasmo, mientras que algunos intelectuales europeos, puristas y reticentes, como Bréton, se resistían a aceptarlo por completo.

Con respecto a las fuentes sobre la vida de Schiaparelli en los Estados Unidos relativas a los años 1942, 1943 y 1944, éstas son bastante escasas, lo que hemos de suponer se debe al hecho de que, residiendo tan lejos de París en todo este tiempo, su actividad como



Marcel Duchamp, *Sixteen miles of string*, 1942.

Fuente: banco de imágenes por internet.

⁷⁷⁰ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

⁷⁷¹ *Life*, New York, 24 de septiembre de 1945.

diseñadora de moda es más bien marginal, así que las revistas especializadas en moda no tienen mucho que recoger. El único dato de interés que cabe reseñar es que en 1943 Schiaparelli diseña la línea de cuatros productos cosméticos reunidos bajo en nombre *Shocking radiance body* y que comprende dos tipos de aceites corporales, un talco y una barra emoliente para los labios. La característica común de todos estos productos es que están aromatizados con la fragancia del perfume *Shocking*, no tienen alcohol y están enriquecidos con lanolina, lo que vuelve radiante (de ahí el nombre) la piel otorgándole brillo y suavidad. Todas las etiquetas de estos cosméticos fueron diseñadas por Salvador Dalí quien optó por una estética y unos personajes de inspiración mitológica: Venus, Cupido etc. *Shocking Eyelid Radiance* era un aceite para dar luminosidad a los párpados y en la etiqueta se aprecia, en el anverso, un ojo con pájaros estilizados volando en su interior, y en el reverso el rostro de una mujer con los ojos cerrado con tres figuras diminutas tumbadas a su alrededor. *Shocking Lip Radiance* era un aceite emoliente para los labios pensado para que se echara encima de cualquier barra de labios, así que, a la hora de pintarse los labios, las mujeres las estaban también hidratando. La etiqueta que diseña Dalí representa a tres pequeños amorcillos jugando con una boca grande que parece que están intentando transportar. *Shocking Skin Radiance* era un aceite para limpiar e hidratar la cara. La etiqueta de Dalí representa a una especie de Venus con dos amorcillos a su alrededor que la peinan y le echas este aceite hidratante, mientras que, al son de una trompeta, celebran su belleza. Finalmente, el último producto es *Shocking Radiance Powder*, un talco corporal que dejaba la piel muy suave. La etiqueta en este caso representa a un amorcillo mientras que esparce desde el cielo este talco al fin de que caiga encima de las mujeres de la tierra, representadas por una melena rubia que hace de marco a la etiqueta en forma de corazón. La caja es en forma de corazón, cuyo interior está lacado en rojo, y el polvo viene envuelto en una pequeña bolsa de raso azul⁷⁷². Como se puede apreciar, el diseño de estas etiquetas de 1943 se remite al repertorio daliniano y a los elementos surrealistas muy presentes en la idea del cuerpo que aparece fragmentado (un ojo, por un lado, los labios por otro etc.), tanto para dar la idea de que se recomienda su uso conjunto, como para subrayar la dimensión onírica del cuerpo desmembrado, del cual ya hablamos en referencia a los maniquíes. Además, como veremos más adelante, se trata de una imagen coherente con la iconografía utilizada en algunos encargos realizados por Dalí para la empresaria por excelencia de la cosmética americana, Helena Rubinstein.

⁷⁷² *Sales Management*, New York, 01 de marzo de 1945.

Con respecto a la imagen gráfica de estos cosméticos de Schiaparelli, se lee en la prensa: «El diseño de Salvador Dalí para Schiaparelli no sólo muestra lo fino decorador que es, cuando no trata de impresionar a su audiencia, sino que subraya el servicio que un artista puede prestar al producto y a la agencia (publicitaria) para estimular la imaginación del lector⁷⁷³». Lo que constituye sin duda un importante reconocimiento al Diseño Gráfico y a la colaboración entre las empresas y los artistas para contribuir a crear la imagen de un producto, algo que el mundo del marketing ya había puesto de manifiesto, sobre todo en los Estados Unidos, y que unos años después ratificará el amplio universo del Pop Art con Andy Warhol a la cabeza.

3.11.3 El retorno a París. La reactivación de la *Maison*

Después de que, el 25 de agosto de 1944, Francia es liberada por los americanos, Elsa empieza a arreglar sus papeles para volver a París, donde llega en el mes de julio de 1945. La vida de la alta costura empieza, por fin, a resurgir, aunque con dificultades y sin la presencia del padre putativo de la moda, el primer gran modisto de la historia francesa, Paul Poiret, que solo cuatro meses antes había fallecido a los 65 años, dejando huérfanos a todos los diseñadores de moda de la época.

A pesar del entusiasmo inicial, la vuelta a la realidad es para Elsa más difícil de lo esperado. En un París frustrado por la guerra, faltaban tejidos, lo que había conllevado la necesidad de plantear una ley que limitase el uso de tela hasta un máximo de tres metros por cada vestido, escaseaban alfileres y agujas y, cosa no despreciable para una mujer emprendedora como Elsa, debido a la escasez de materiales, el coste de confección de las prendas había aumentado considerablemente lo que desanimaba a muchos compradores⁷⁷⁴. Además de todo esto, aún faltaba mano de obra, como modistos o sastres, que no habían vuelto todavía de la guerra o que no se habían podido reincorporar a sus puestos de trabajo.

Sin embargo, a pesar de la situación desastrosa, Schiaparelli vuelve a proponer su concepto de moda y, mientras que muchos *ateliers* habían cerrado, ella se decanta por reactivar, pese a las dificultades, la industria de la moda parisina. De todas formas, más allá de las dificultades meramente prácticas, lo que quizás represente un obstáculo muy duro a superar por Elsa es el cambio estético que se había dado mientras que ella había

⁷⁷³ *Art News*, New York, 30 de septiembre, 1944.

⁷⁷⁴ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

permanecido en Estados Unidos⁷⁷⁵. «Intentaba hacer que las mujeres pareciesen esbeltas y elegantes para que pudiesen enfrentarse al nuevo estilo de vida. No entendí que la elegancia, tal y como la habíamos conocido antes de la guerra, ya estaba muerta», declara en su autobiografía⁷⁷⁶.

Durante la ocupación alemana se había impuesto un estilo austero, hecho de grandes volúmenes, conjuntos de chaqueta y faldas hasta las rodillas, colores oscuros y serios. Schiaparelli propone una vuelta a la feminidad: «había que olvidar todo esto y crear una línea nueva, con hombros caídos, vestidos largos, pechos altos»⁷⁷⁷.

El *atelier* se pone de nuevo manos a la obra y, en septiembre de 1945, presenta su nueva colección de otoño-invierno firmada por la titular de la *Maison*, Elsa Schiaparelli que le había tomado el relevo a quien la había fielmente sustituido durante su ausencia, Irene Dana quien, por cierto, tenía, entre sus asistentes, a un italiano, un talentoso y joven diseñador de moda: Pietro Cardin, mejor conocido como Pierre Cardin⁷⁷⁸ en virtud de su naturalización francesa.

Esta vez, la inspiración para la colección de la vuelta le viene de una época histórica fascinante y extravagante bajo el punto de vista de la moda: el Directorio. En la época que había seguido a la Revolución francesa⁷⁷⁹, unos hombres y unas mujeres optaron por una indumentaria elegante y sofisticada, lejos de la imagen del revolucionario y el correspondiente traje inspirado en el pueblo. A caballo entre la ostentación aristocrática y la conciencia burguesa, estas personas, conocidas en el mundo de la moda como los *Incroyables* y las *Merveilleuses*, no quisieron renunciar a la elegancia y al glamur. Es quizás por esta razón, que Schiaparelli mira hacia ellos, posiblemente lanzando un mensaje oculto de esperanza a sus compradores.

La estética de los hombres (*Incroyables*) se caracterizaba por llevar chaquetas y calzones estrechos hasta por debajo de la rodilla y, a veces, por la utilización de telas de colores vivos e intensos. Complemento indispensable era un bastón de paseo y un pañuelo que solía llevarse tan alto que llegaba a cubrir la barbilla. Precursores de los dandis del siglo XIX, los *Incroyables* se identificaban con la estética llevada por el popular *Bello*

⁷⁷⁵ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, op.cit.

⁷⁷⁶ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 213.

⁷⁷⁷ *Ibidem*.

⁷⁷⁸ El modisto de origen italiano, Pierre Cardin (1922-2020), nada más llegar a París, en 1945, empezó a trabajar para la Casa Schiaparelli donde permaneció hasta 1947, año en que se convirtió en el jefe del *atelier* de Christian Dior. En 1950 fundó su propia *Maison*; una de sus principales aportaciones al mundo de la moda, fue la invención del concepto unisex.

⁷⁷⁹ COSGRAVE, Bronwyn, *Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días*, op.cit.

Brummel que, universalmente conocido por su belleza y elegancia había sido apodado como el *Bello Blummel*. Por otra parte, las mujeres (*Merveilleuses*), adelantándose a la estética napoleónica, utilizaban vestidos de corte estilo imperio, acompañados de grandes sombreros de ala ancha decorados con llamativas plumas y chales muy largos y ligeros que contribuían a dar la idea de ligereza y frivolidad al conjunto⁷⁸⁰.

Así que Elsa Schiaparelli propone para sus mujeres el estilo del Directorio tanto de los *Incroyables* como de las *Merveilleuses*, re-interpretándolo y mezclando lo femenino con lo masculino, lanzando la moda de los pañuelos que cubren de las barbillas así como los vestidos estilo imperio y aportando un punto de vista nuevo respecto a estas figuras históricas muy conocidas en el mundo de la moda⁷⁸¹. En 1945 se publica una fotografía⁷⁸² en la que vemos a dos modelos paseando por la Plaza de la Concordia de París: una lleva el traje de chaqueta *Directorio* y, como complementos, un doble cuello que cubre casi por completo la boca (ideal para cuando hace mucho frío, se comenta sarcásticamente en el texto), un sombrero tipo chistera, un bolso y unos botines altos. Mientras que la otra chica lleva un abrigo con grandes bolsillos adornados de piel y una capucha a juego. A pesar de que el traje *Directorio* resulte algo audaz, tal y como se indica en la página de la revista, sin embargo, se admite también que el resultado final del conjunto resulta ser muy elegante. El mismo conjunto lo encontramos también en *Vogue*⁷⁸³, junto a un *redingote* de la misma colección. Se lee: «Siluetas evocadoras de los tiempos lejanos, de las actitudes románticas» siendo definido con estilo *Milord* el estilo del dandi llamado *Bello Brummel*.

Por otra parte, la elección de los vestidos estilo imperio se debe al afán de recuperar formas naturales y femeninas: Elsa, para inspirarse, vuelve de nuevo la mirada hacia la



Elsa Schiaparelli, dibujo de traje inspirado en la época del Directorio, 1945.

Fuente: WHITE, Palmer. *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, Rizzoli Edition, New York, 1986.

Incroyables y Merveilleuses, personajes extravagantes de la época del directorio que sirven de inspiración a Elsa Schiaparelli en 1945.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁷⁸⁰ LAVER, James, *Breve historia del traje y la moda*, op.cit.

⁷⁸¹ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

⁷⁸² *Femina*, París, número de Navidad, 1945.

⁷⁸³ *Vogue France*, París, invierno, 1945-1946.

dignidad del pasado y lanza los cuellos altos, los chales, las cinturas estrechas; considera que lo que necesitan las mujeres es volver a crearse un estilo propio, pero lejos de todas frivolidades. De hecho, lanza una línea de esmalte para las uñas de colores alegres, con la intención de dar a las mujeres la posibilidad de cuidarse y verse femeninas a pesar de los tiempos de guerra. La publicidad de los esmaltes Schiaparelli se publica en varias revistas de moda de la época. Llama la atención la ilustración del anuncio, ya que la mujer es representada con un turbante, lo que posiblemente indique que no ha podido ir a la peluquería a causa de la guerra. Por lo tanto, el esmalte se convierte en algo fácil de conseguir además de poderse aplicar en casa sin dificultad, lo que permite a las mujeres sentirse femeninas, a pesar de todo. Un toque de frivolidad que, sin embargo, resulta alentador porque portador de aquel optimismo necesario, útil e indispensable que ayuda a sobrellevar los momentos difíciles.

Ejemplo de absoluto pragmatismo y de este deseo de contribuir al resurgir de la moda a través de piezas útiles para tal fin, es una curiosa maleta-arcón que Schiaparelli presenta en la colección de febrero de 1946; en su interior cabe un entero guardarropa: un abrigo reversible para el día y la noche, seis vestidos y tres sombreros, y todo con un peso inferior a seis kilos. Se trata de un *kit* de indumentaria para viajar, acorde con los tiempos de los primeros vuelos transatlánticos que la misma Schiaparelli había inaugurado. A pesar de la utilidad y la originalidad del planteamiento, que además abogaba por la idea de una mujer viajera y emancipada, el guardarropa *Constelación*, así se llamaba la maleta-arcón, no tuvo éxito y se vendieron muy pocos ejemplares. Este espíritu práctico no era lo que buscaba la sociedad, al contrario, las mujeres necesitaban olvidarse de las contingencias, de las dificultades, querían frivolidad y frescura, lo que bien interpretará Christian Dior, que revolucionará la estética de la indumentaria de esta década y parte de la siguiente⁷⁸⁴. A modo de ejemplo, si se observa la indumentaria llevada por una mujer como Simone de Beauvoir (1908-1986) a través de las fotografías que la retratan a partir de finales de los 40, se puede observar cómo no cedió a los encantos de Dior, sino llevase una estética más bien práctica, incluso después del lanzamiento del *New Look* (1947). Este hecho puede recordar, en varios aspectos, a Schiaparelli y a la defensa de su estilo, frente al de Dior. A modo de ejemplo, cabe mencionar una fotografía de 1946 tomada en Saint-Germain-de-Prés de París, en la que la Beauvoir es retratada con un traje de chaqueta de terciopelo burdeos, de corte *soldier*, típico de la década de los 40, y en línea con el pensamiento de

⁷⁸⁴ A.A.V.V., *Iconos de la moda. El siglo XX.*, op.cit.

Schiaparelli. Fiel a sí misma y a su imagen, se puede seguir viendo a la Beauvoir con trajes o abrigos de hombreras marcadas y cinturas estrechas también en fotos de la década de los 50 y 60 ya que, hasta los 70, no cambió la imagen que había adoptado. Al día de hoy no se conoce una relación directa entre Schiaparelli y Simone de Beauvoir.

Es de 1946 un vestido que se encuentra en la colección del *Museo Palazzo Pitti* en Florencia, cuyo estampado está en línea con los experimentos visuales que tanto le gustaban a Elsa (ver ficha del muestrario). Otro vestido para la primavera presenta un estampado de grandes flores blancas sobre un delicado fondo lila⁷⁸⁵; el corte de hombreras voladizas, escote en “V” pronunciado y falda hasta la rodilla, alarga la silueta. Se puede apreciar en esta fotografía, en la que también hay una modelo con un vestido parecido de la Casa Worth, que ambas protagonistas llevan guantes y sombrero de ala ancha, lo que podría interpretarse como un adelanto de los complementos por excelencia del *New Look* que presentará Dior en el mes de febrero del año siguiente en su *Colección de la Victoria*. En 1946 Schiaparelli confecciona un vestido, conservado en el *Museo de Arte de Philadelphia*, en crespón de seda estampada por Alexandre Sache⁷⁸⁶ y que es una de las creaciones más conocidas entre aquellas producidas por el ilustre diseñador textil; se trata del estampado llamado *Les vieux beaux* en el que aparecen varios rostros de hombres con bigotes, unos dandis de principios del siglo XX que, con sus expresiones simpáticas, celebran la elegancia masculina llevada en triunfo por el cuerpo femenino que luce un vestido de cena irónico y muy favorecedor gracias también al amplio cuello que cubre los hombros como una capa corta. De este año cabe destacar también un elegante vestido de noche de una única pieza que presenta, como peculiaridad, el hecho de que el corpiño y la falda estén hechos en tejidos y colores diferentes. El corpiño, que se desarrolla en la parte posterior con un abullonamiento y una pequeña cola, está confeccionado en satén burdeos, mientras que la falda es en muselina y el color presenta un degradado que va desde el blanco de la cintura hasta el negro de los pies⁷⁸⁷.

Con respecto a los complementos, creemos que el dato más interesante a reseñar es que, durante la guerra, se había impuesto los bolsos de largas correas que colgaban de los hombros y eso se debió al propio tamaño de los bolsos que eran más grandes porque

⁷⁸⁵ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, abril, 1946.

⁷⁸⁶ Alexandre Sache (1902-1981) fue un diseñador textil que trabajó para Schiaparelli, Dior, Givenchy y Balenciaga entre otros. La empresa sigue estando abierta en la actualidad, sigue estando en París y teniendo el mismo nombre de quien la fundó, está gestionada por sus herederos. *Monsieur Sache*, como se le conocía, no solo realizaba los estampados, gracias a sus conocimientos de química, sino también realizaba diseños ya que también tenía una buena mano como dibujante.

⁷⁸⁷ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, primavera, 1946.



Elsa Schiaparelli, conjunto estilo *kimono*, 1947.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

tenían que ser prácticos, sin embargo, después de ella guerra, vuelven los bolsos de mano, más pequeños y elegantes. Para el verano de 1946, entonces, Schiaparelli diseña un bolso de mano plano, en forma de porta documentos, que se podía llevar también debajo del brazo⁷⁸⁸ y sobre cuyo diseño volverá unos meses más tardes haciéndolo más estrecho y alto (lo que le valió en nombre de *bolso alto*⁷⁸⁹ y añadiéndole compartimentos superpuestos⁷⁹⁰. En el mes de noviembre de 1946 la diseñadora presenta una nueva colección, en este caso para la primavera de 1947 y opta por una vuelta al glamur y al lujo: creyendo interpretar las necesidades de las mujeres, vuelve a los vestidos estilo victoriano⁷⁹¹, a la estética del busto y el polisón.

Es en esta colección cuando presenta el vestido negro adornado con tela *rosa shocking* suntuosamente bordada en negro y azabache que,

en la parte delantera, simula una chaqueta, mientras que, en la parte posterior del cuerpo, termina con un lazo del mismo tejido y color. Esta prenda fue fotografiada por Horst P. Horst y publicada en *Vogue*⁷⁹²; la foto está tomada de espaldas y a contraluz delante de un fondo multicolor realizado con papeles de colores pegados en la pared, un hito dentro de la fotografía de moda por el uso del fondo abstracto.

En realidad, en esta época de crisis, la *boutique* Schiaparelli se mantiene solo gracias a las ventas de sus perfumes, en efecto, las colecciones no tienen el éxito esperado y sus vestidos ya no se venden como antes. Por otra parte, la aparición, en 1947, del estilo *New Look* de Dior lleva el rumbo de la moda hacia otros caminos, bastante distintos⁷⁹³ y Schiaparelli ya no conseguirá volver a encontrarse con su público. Schiaparelli creyó interpretar que, tras finalizar la Segunda Guerra Mundial, las mujeres querían volver al

⁷⁸⁸ *Vogue France*, París, verano, 1946.

⁷⁸⁹ *Femina*, París, abril, 1947.

⁷⁹⁰ *Vogue France*, París, marzo-abril, 1947.

⁷⁹¹ *Femina*, París, diciembre, 1946.

⁷⁹² *Vogue France*, París, febrero, 1947.

⁷⁹³ MARSANO, Beba, *La nascita della moda moderna*, op.cit.

glamur de unos años antes, sin embargo, en este caso, a nuestro entender, su lectura no fue correcta y no supo interpretar los nuevos tiempos. De hecho, lo que las mujeres querían era una vuelta a la elegancia, eso sí, pero bajo otro punto de vista, otro tipo de elegancia y eso lo supo entender Christian Dior. La guerra no había pasado en balde, podríamos decir, y una vuelta al pasado era un anacronismo. Ahora se trataba de renovar el concepto, la idea, de elegancia y plantear algo nuevo, acorde con los tiempos. Sin duda Dior, dará en el clavo ya que se hará intérprete de las tendencias que ya circulaban en los ambientes de la moda y las articulará en una colección coherente y atractiva.

3.12 La casa Schiaparelli de 1947 hasta el cierre (1954)

Mientras que, en el mes de febrero de 1947, en Nueva York, nace su primera nieta (Marisa Berenson), Christian Dior da el golpe de gracia a la *Casa Schiaparelli*, presentando su primera colección en la que introduce la línea *corolle*. Basado en los hombros caídos, la cintura muy estrecha y la falda bastante larga (hasta llegar a unos veinte centímetros del suelo) a forma de globo y con mucho vuelo, en seguida este estilo es definido *New Look* por Carmel Snow, redactora de moda de *Harpers's Bazaar*, que hace referencia justo a la idea estética renovadora de este concepto⁷⁹⁴. Ella considera que Dior aporta un aire fresco al mundo de la moda que se ve renovado y replanteado bajo el lema del optimismo.

Para lograr el contraste entre la cintura de avispa y la falda *evasée*, se vuelve necesaria la introducción de la *guepière*⁷⁹⁵, una pieza que constituye un elemento novedoso en el mundo de la lencería puesto que modela el busto, como los antiguos corpiños, siendo, sin embargo, más cómoda y no limitando la libertad de movimiento.



Elsa Schiaparelli, vestido corto, 1937.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁷⁹⁴ MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

⁷⁹⁵ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, op.cit.

En su autobiografía, Schiap critica abiertamente el *New Look* y lo define como un fracaso, un estilo destinado a durar poco tiempo en las pasarelas, sin embargo es hoy en día evidente su equivocación y su falta de comprensión de este fenómeno y de sus infinitas posibilidades⁷⁹⁶. La aparición del *New Look* desestabiliza por completo a Schiaparelli que ve en la línea propuesta por Dior excesiva frivolidad, además de una vuelta a la incomodidad de las prendas, que había sido el gran logro de las primeras décadas del siglo XX. Sin embargo, el dinamismo y el glamur que propone devuelven sin duda la femineidad, en el sentido más estricto, a las mujeres que, después de los duros años de guerra, veían de buen ojo la frescura y flexibilidad de estas líneas.

Mi impresión es que, en este momento de su vida, Elsa Schiaparelli se haya distanciado de la gente y no logre sintonizar con el público como antes. De aquí que infravalore lo que quizás sea uno de los fenómenos de la moda más significativo de mediados del siglo XX, además de una pieza clave para la afirmación del *prêt-à-porter* de cuyos valores ella misma había sido una firme defensora. Justo hablando de la tendencia de la moda *lista para llevar* escribe: «Esto me hace pensar al 1947, el año en el cual las campanas anunciaron la misa fúnebre, cuando el *New Look*, pensado con inteligencia y financiado con extraordinaria generosidad, tuvo la existencia más breve de cualquier otra moda en la historia, a pesar de la mayor campaña publicitaria nunca vista»⁷⁹⁷.

En su opinión, esta nueva moda, restaba elegancia en favor de la frivolidad y uniformaba a las mujeres quitando la originalidad que las prendas anteriores sin embargo solían aportar. Tampoco la línea *corolle* estaba en sintonía con Schiaparelli, que siempre defendió unas formas más sinuosas, voluptuosas y plasmadas en el cuerpo de la mujer. Sin embargo, ella no capta que estas líneas lanzadas por Dior son fundamentales para renovar la moda de la posguerra y devolver el optimismo a un país destrozado y cuyas industrias, la textil primera entre otras, necesitaban un fuerte empujón para volver a arrancar. Además, la línea *corolle* tiene un precursor justo en el vestido corto de mariposas que la misma Schiaparelli había diseñado, con la diferencia principal de que el vestido de Elsa estaba pensado para llevarse sin corsé y no dificultaba el movimiento, como sin embargo pasaba en el caso de Dior. Sin embargo, abandonó aquella línea, no la desarrolló (algo parecido le pasó a Balenciaga) y le dejó el campo abierto a Dior.

El mismo mes en el que Dior presenta su *Colección de la Victoria*, también Schiaparelli presenta la suya (1947). Es en esta colección cuando lanza al mercado el perfume *Le Roy*

⁷⁹⁶ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 225.

⁷⁹⁷ *Ibidem*.

Soleil cuyo frasco es diseñado por Salvador Dalí. La relación entre el pintor español y Schiaparelli se había retomado ya tres años antes cuando, en 1943, Salvador había diseñado para Elsa las etiquetas de la línea de aceites corporales *Shocking radiance body*. Ahora, los dos se vuelven a encontrar después de un tiempo para que Dalí diseñe el frasco del nuevo perfume para mujeres: *Le Roy Soleil*⁷⁹⁸. Se trata de una pieza que se presentaba dentro de una llamativa concha dorada y cuyo frasco estaba realizado, en su versión original, en cristal de *Baccarat*. El Rey Sol es representado como un disco solar que sobresale de las nubes dejando salir con fuerza sus rayos; en el rostro se encuentran revoloteando unos pájaros a penas esbozados que van a formar los ojos, la nariz, las mejillas y la boca. Llama la atención esta figura etérea, un ser celestial tranquilizador hecho de aire y luz, representado mientras unos pájaros vuelan a su alrededor y forman, casi de manera azarosa, su rostro. Una presencia de las mismas características la encontramos en el mural que realizó Dalí en 1942 para Helena Rubinstein, amiga y clienta común a Salvador⁷⁹⁹ y Elsa. El mural, destinado al salón de la casa de Nueva York de la empresaria, consta de tres paneles, en dos de los cuales vemos paisajes surrealistas con presencias humanas al fondo y varios elementos arquitectónicos en primer plano, mientras que en el panel del medio aparece el Sol representado como en el frasco del perfume de Schiaparelli⁸⁰⁰. Otro dato curioso es que, en el mismo panel, en un segundo plano, se aprecia una escena protagonizada por tres figuras marinas que parecen estar luchando entre sí. Esta composición la volvemos a encontrar en una de las etiquetas de los productos cosméticos de la línea *Shocking radiance body*, en concreto en *Shocking Skin Radiance*. Aquí vemos de nuevo a una composición donde, sin embargo, las tres figuras han cambiado identidad: son ahora una especie de Venus que está siendo acicalada por dos amorcillos. Algunas referencias a la obra de la casa de *Madame Rubintein* se pueden apreciar también en las otras etiquetas donde, en la manera de tratar las nubes y los pájaros, por ejemplo, se nota una clara influencia del mural. Así que es muy probable que, a la hora de diseñar tanto el frasco del perfume *Le Roy Soleil* como las etiquetas de *Shocking radiance body*, así como la portada de *Vogue* de abril de 1944, Dalí se haya inspirado en la iconografía utilizada previamente en el mural de Helena Rubinstein. No sería una casualidad, hemos de pensar,

⁷⁹⁸ A partir de 1998 este perfume será adquirido por *Perfumes Dalí* y de hecho se encuentra a la venta todavía hoy en día junto a otras fragancias algunas de las cuales, como *Black sun*, tienen un frasco inspirado en el original, aunque de diseño diferente.

⁷⁹⁹ Salvador Dalí retrató a Helena Rubinstein en 1943, durante su estancia en Hollywood; en esta obra vuelve a aparecer el grupo del amorcillo con Venus, clara referencia a la belleza y al éxito empresarial de la Rubinstein. Dicho cuadro fue subastado por Sotheby's en 2011.

⁸⁰⁰ Actualmente estas tres obras se encuentran en el *Museo de Arte de Yokohama*, Japón.

que la línea *Shocking radiance body* era de productos cosméticos y que Helena Rubinstein era considerada la mayor empresaria de la cosmética del momento. Podríamos suponer que Dalí quiso relacionar a las dos mujeres, así como los productos realizados por ellas creando una comunión poética y simbólica de ideas y estilos destinada a permanecer posiblemente oculta y en su cabeza, ya que en ningún momento se hizo de esta similitud una estrategia de marketing, ni se planteó una rivalidad comercial entre Schiaparelli y Rubinstein.

En la misma colección de febrero de 1947, Schiaparelli presenta unos vestidos tubulares de corte clásico que vienen adornados con cintas de colores; posicionadas en espiral, éstas envuelven la silueta entera. Se trata de un diseño que, según se indica en el texto de la revista, fue inspirado a la diseñadora por una obra del pintor italiano Giotto⁸⁰¹. En estos momentos, de todas maneras, son los perfumes de la *Maison* el principal motor que permite alimentar a la empresa, de hecho, es en este año cuando Schiaparelli abre una industria en la periferia de París exclusivamente para este fin y será gracias a los perfumes que la marca podrá mantenerse viva durante mucho tiempo, incluso en el futuro, incluso tras el cierre de 1954. Otra línea que le va bastante bien y le permite tener ciertos ingresos es aquella de las prendas de abrigo de piel. El astracán se vendía muy bien en los Estados Unidos, así que es por esta razón que encontramos bastantes publicidades en las revistas estadounidenses de estos años⁸⁰². Asimismo abrigos de piel, como aquello con capucha que se publica en *Femina*⁸⁰³ son reclamados por las mujeres en invierno, lo que representa un desahogo para la *Maison*.

En su colección de abril de 1947, fiel a sí misma y a su línea, vuelve a proponer prendas experimentales como es el caso de un jersey con pelo de mono, del cual se ha hablado anteriormente y que es adquirido también por Marlene Dietrich⁸⁰⁴. Éste es el año en el que la modista hace un nuevo fichaje: Hubert de Givenchy⁸⁰⁵; el joven diseñador

⁸⁰¹ *Femina*, París, abril, 1947.

⁸⁰² *Vogue USA*, New York, octubre, 1947.

⁸⁰³ *Femina*, París, diciembre, 1948.

⁸⁰⁴ Al año siguiente (abril 1948), nace su segunda nieta Berinthia (Berry) Berenson que en 1973 se casará con el actor Antony Perkins al cual permanecerá unida hasta el fallecimiento de éste en 1992.

⁸⁰⁵ Hubert de Givenchy (1927-2018), después de haber estado trabajando para Lucien Lelong, fue contratado por Schiaparelli en cuya *Maison* permaneció desde 1947 hasta 1951. El diseñador dejará a la diseñadora italiana para abrir su propio *atelier* que verá la luz en la tranquila zona parisina de *Plaine Monceau*. El Hecho de ser uno de los diseñadores de Audrey Hepburn, empezando por la película *Sabrina*, hizo de Givenchy la viva personificación del glamur y la elegancia. Y, puesto que una imagen vale más que mil palabras, vamos a recordar a Audrey Hepburn comiendo un *croissant* delante del escaparate de *Tiffany & Co.* en *Desayuno con diamantes* (1961), mientras luce un espectacular vestido de Givenchy, hoy conservado (uno de los tres que se hicieron) en el *Museo del Traje* de Madrid.

entra a trabajar para llevar la dirección artística de la *boutique* y se quedará cuatro años hasta que decida abrir su propio *atelier*. A pesar de la incorporación de Givenchy, la modista italiana no consigue superar el duro golpe infringido por Dior y el *New Look* que se imponen, claramente, como la nueva tendencia. Solo Chanel que, después de quince años de inactividad decidirá reabrir su *atelier*, justo el mismo año en que Schiaparelli cerrará, constituirá una válida alternativa a Dior y contribuirá a mantener a flote la alta moda francesa. De todas formas, a partir de 1948, es también cierto que ella se verá en la obligación de diseñar algunos vestidos de línea *corolle*, para adecuarse al mercado, aunque lo hace siempre añadiendo su toque personal.

En la colección de agosto de 1948 Schiaparelli es cuando lanza al mercado el perfume *Zut* cuyo frasco tiene la forma de unas piernas femeninas que alaban las voluptuosas caderas de las mujeres y que se podría considerar como la parte inferior del busto de *Shocking*. De este perfume existen dos versiones: una, en la cual se aprecia la forma del *eslip* y otra con un pareo alrededor de la cadera. En los dos frascos los pies están cubiertos por un bulto que simularía la falda caída de la mujer, mientras que, en lo que concierne la parte superior, ambos van rematados con un lazo verde que es el color símbolo de esta fragancia⁸⁰⁶. El homenaje, esta vez, es a la actriz y cantante Mistinguett, mito francés de los años veinte que solía aparecer en el escenario justo así: sin falda y con sólo *coulotte* o un pareo que le cubría las caderas.

En este año propone, para la noche, un conjunto de jersey de cuello alto y falda abullonada y con volantes; se trata de una re-interpretación de los vestidos de noche ya que, no sólo consta de dos piezas, sino que también prevé un jersey, tradicionalmente usado para el día. De este modo, Schiaparelli quiere, por un lado, plantear una versión cómoda del vestido de noche y, por otra parte, darle un uso más glamuroso al jersey de cuello alto, en auge en este momento. Sin embargo, una de las prendas más populares de este año es un vestido de día de tafetán que vemos en una fotografía de Willy Maywald en la que la modelo es retratada delante del escaparate de la *boutique* de Schiaparelli (en el reflejo del cristal se ve claramente la columna de la *Place Vendôme*). Se trata de un vestido entallado que, en el lado izquierdo, presenta una curiosa asimetría: la mitad de una falda plisada ocupa un lado de la prenda y la modelo la abre como un abanico, lo que crea el efecto de dos vestidos en uno.

⁸⁰⁶ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

Un sombrero de charol de Schiaparelli es lo que lleva la súper modelo de la época, Lisa Fonssagrives, en una fotografía de Richard Avedon⁸⁰⁷ en la que la vemos retratada de perfil delante del cartel del diseñador gráfico francés Paul Colin que anunciaba por las calles de París el *Congreso Mundial de Intelectuales en Defensa de la Paz* que se celebró en la Universidad Politécnica de Breslavia (Polonia) del 25 al 28 de agosto de 1948. El rostro de la modelo encaja dentro de la cabeza de perfil dibujada por Colin que representa la paz (abajo, tumbada en el suelo, aunque no se vea en la foto de Avedon, se encuentra la cabeza cortada de la guerra), con un pajarito volando en su interior y que, posiblemente represente la esperanza⁸⁰⁸. El juego visual está muy logrado porque el pájaro parece apoyarse justo encima del sombrero de Schiaparelli.

El año 1949 es en realidad un año muy prolífero para la *Maison* en lo que a la creatividad se refiere. En el mes de febrero Schiaparelli presenta su nueva colección del verano y, en esta ocasión vuelve a hacer algunas propuestas interesantes. Entre ellas cabe destacar algunas prendas (vestidos y chaquetas) de cuello abierto y recto⁸⁰⁹ así como los sombreros de ala ancha confeccionados en paja que presentan un agujero para que se puedan llevar bajo el brazo (la misma Schiaparelli es retratada al lado de uno de estos sombreros).

Un precioso traje de noche en tulle es publicado en *L'Officiel*⁸¹⁰: la protagonista de esta prenda es una túnica corta, colocada encima del vestido principal. Dicha pieza presenta un escote abierto de triple hoja en la parte superior, mientras que en la parte inferior es fruncida en el lado izquierdo y se levanta con mucho volumen; un cinturón de pedrería adorna la cintura y estrecha la túnica marcando el busto.

Una propuesta curiosa de este año es un vestido de noche llamado *Metamorfosis* que presenta una cola que se ata alrededor de la cintura y se puede desmontar para ser utilizada como capa⁸¹¹. Dentro de los complementos que se encuentran en las revistas en época

⁸⁰⁷ *Harper's Bazaar France*, París, octubre, 1948.

⁸⁰⁸ Al año siguiente, en el mes de abril de 1949, se organizará en París el *Congreso Mundial de Partisanos por la Paz*, organizado por el *Movimiento Comunista Internacional*. Será en ocasión de este congreso, que Pablo Picasso hará el cartel del evento dibujando una paloma blanca, de estilo realista, sobre un fondo negro. A partir de este momento, Picasso diseñó los carteles de los congresos posteriores, hizo varias versiones de la paloma y la llegó a estilizar, alcanzando la forma con la que se la conoce hoy en día. Fue a partir de este momento que la paloma se convirtió en símbolo universal de la paz (anteriormente) era un símbolo cristiano que representaba el Espíritu Santo. En el caso del mencionado cartel de Paul Colin, entonces, hay que descartar que el pájaro representado pudiera ser la paloma de la paz, sino cabe creer que representase más bien el vuelo, como metáfora de la esperanza. Quizás sería necesario un estudio sobre el tema para analizar si el cartel de Colin le pudo inspirar a Picasso su exitosa paloma blanca.

⁸⁰⁹ *Femina*, París, abril, 1949.

⁸¹⁰ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, marzo-abril, 1949.

⁸¹¹ *Ibidem*.

primaveral, destacan unas sandalias de cuero blanco y tela en forma de polainas, como aquellas que llevaban los hombres para proteger el calzado⁸¹².

En la colección de agosto de 1949 para el invierno se advierte un toque diferente, juvenil y desenfadado. Es el caso del vestido llamado *Fruta prohibida*, una prenda muy entallada en la cintura y drapeada a través de un sistema de gomas, que hace que se convierta en el primer vestido drapeado sin costuras de la Alta costura. Esta prenda, además, tiene la gracia de que el sostén parece sobresalir de forma casual, como si el vestido se estuviera cayendo dejando entrever la lencería, mientras que, en realidad, es un delicado corpiño bordado colocado de forma asimétrica en el extremo superior del vestido que produce este efecto tan original y divertido. De ahí el nombre de *Fruta prohibida*, concepto que alude al dejar entrever la ropa interior (o, más bien, dando la ilusión de que sea así). Con este vestido Schiaparelli introduce el concepto definido *dessus-dessous*, es decir una mezcla de elementos de la lencería con aquellos de la indumentaria exterior; un guiño, en realidad, sobre la posibilidad de hacer visibles aquellas prendas que habitualmente se ocultan, lo que puede resultar muy sexy y crear un juego de transparencias y seducción. Un vestido parecido, aunque quizás algo menos explícito, ya lo había propuesto, sin mucho éxito, en 1937⁸¹³. Para hacer un ejemplo en la actualidad de este concepto, se podría citar el uso que hizo Jean-Paul Gaultier del corsé que popularizó la cantante Madonna en la década de 1990.

La adecuación a los preceptos del *New Look* de Dior llega, inicialmente, a través de chaquetas cortas y de hombros caídos (justo lo contrario de lo que había caracterizado su proverbial silueta *soldier*) que se colocan encima de las faldas. Es el caso de una falda plato en tulle negro sobre fondo blanco (lo que crea un juego de transparencias muy interesante), presentada con una chaqueta corta de voluminoso cuello abierto y atada en la cintura⁸¹⁴. Una chaqueta del mismo corte la encontramos también encima de una falda, en este caso estrecha⁸¹⁵. Otra chaqueta del mismo corte presenta un doble cuello (el exterior viene con dos grandes ranuras que permiten pasar el cuello inferior, más largo y en astracán) y también es presentada encima de una falda ajustada a la silueta⁸¹⁶. Dentro de los complementos que se proponen para este momento del año están dos bolsos: uno

⁸¹² *Ibidem*.

⁸¹³ *Vogue France*, París, octubre, 1937.

⁸¹⁴ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, septiembre, 1949.

⁸¹⁵ *Ibidem*.

⁸¹⁶ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, octubre-noviembre, 1949.

con la tapa de cuero en forma de corazón⁸¹⁷ y otro con asa de bambú en forma de mango de paraguas⁸¹⁸. En verano, además, diseña un vestido playero amarillo en tela de toalla, increíblemente amplio y de grandes bolsillos que permite ser utilizado también como toalla de playa o piscina⁸¹⁹. Otro vestido veraniego, fresco e informal, es uno sin costuras; la pieza viene con un sostén y se cierra con un botón, ¡nada más! En realidad, no se trata de una innovación 100% Schiaparelli, ya que este tipo de prendas ya se utilizaban para vestidos playeros, sin embargo, ésta es la primera vez en la que se plantea una solución sin costuras para un vestido de día. El resultado, desde luego, es sorprendente y no se distingue, a simple viste, de un normal vestido con costuras⁸²⁰.

El 26 de septiembre de 1949, Schiaparelli es portada de la conocida revista *Newsweek* bajo el título “Schiaparelli the Shocker”; un reconocimiento importante que le viene de Estados Unidos ya que se lee en el artículo que Schiaparelli había «reafirmado su dominio»⁸²¹.

En el mes de octubre se encuentra en la revista *Femina*⁸²² un conjunto para mujer de camiseta de tirantes y pantalón de pinzas. Hasta ahora, Schiaparelli no había trabajado el pantalón, excepto en los casos conocidos de la falda pantalón o de los monos anchos, citados con anterioridad, así que representa una novedad reseñable la introducción de esta prenda dentro del vestuario de la *Maison*. Más aún si consideramos que la introducción del pantalón para las mujeres en su día a día fue el buque insignia de Chanel y una de las aportaciones que más fama y reconocimiento le dieron. Este mes se publica también un curioso tipo de pendientes para las orejas: una margarita brillante que tiene la peculiaridad de que el tallo de flor sale por detrás del lóbulo de la oreja, adelantándose a ciertos pendientes hoy en día llamados *ear cuff*, es decir que se ven tanto por delante, como por detrás de la oreja⁸²³. Con respecto a la camiseta de tirantes del conjunto, presenta a la altura del escote dos protuberancias en pico que recuerdan aquellas que encontramos en un vestido que diseña este mismo año y que coge el nombre de *Orejas de conejo*, justo porque el corpiño es rematado con dos voluminosas alas que se separan del pecho

⁸¹⁷ *Ibidem*.

⁸¹⁸ *Vogue France*, París, octubre, 1949.

⁸¹⁹ *Vogue France*, París, julio-agosto, 1949.

⁸²⁰ Issey Miyake lleva desde 2003 trabajando a una serie de prendas definidas *A-POC (A Piece Of Cloth)*. Se trata de vestidos sin costuras confeccionados con la ayuda de la tecnología y que ofrecen muchas posibilidades. Hijo de la cultura japonesa, Miyake sabe combinar tradición y tecnología, origami e hi-tech, creando prendas innovadoras e interesantes.

⁸²¹ *Newsweek*, New York, 6 de septiembre, 1949.

⁸²² *Femina*, París, octubre, 1949.

⁸²³ *Vogue France*, París, octubre, 1949.

cayendo como las orejas de los conejos. Este tipo de cuellos y escotes son típicos de este momento ya que los encontramos en varias creaciones de la *Maison*, como en el caso de una prenda que presenta un cuello que es definido «alado» y que puede levantarse hasta cubrir el rostro⁸²⁴. Volúmenes parecidos los encontramos en otra chaqueta invernal e incluso en un par de guantes en los éstos crean una especie de gran ojal que, quizás, pueda servir para llevar el paraguas con el que la modelo de la foto esté haciendo malabarismos⁸²⁵.

En el mes de noviembre de 1949 se publica una curiosa foto de Arik Nepo, especializado en moda y muy prolífero en esta época. En la obra en cuestión vemos cómo ha desaparecido la modelo y, en su lugar, se han quedado, tumbados en el suelo, algunos complementos (como el bolso con cierre de corazón citado antes) y ropaje variado, como una falda de amplios bolsillo⁸²⁶. Una fotografía con claro aire surrealista que plantea una nueva composición y experimenta dentro del terreno de la fotografía de moda, aportando el juego visual generado por la ausencia del cuerpo, que pasa a ser algo que se intuye y se percibe sólo por la indumentaria presente y ya no por los volúmenes reales. La colección de noviembre de 1949 para la primavera de 1950 presenta algunas interesantes novedades, de hecho, en nuestra opinión, Schiaparelli vuelve aquí a encontrar el camino de la innovación y se adelanta a sus tiempos sugiriendo una estética que causará furor en la década de los sesenta⁸²⁷. La modista demuestra que aún sabe adelantarse a las tendencias venideras, además de haberse reencontrado con la originalidad que la caracterizó.

De la colección de noviembre de 1949, por ejemplo, son unos originales gorros de *satén* rojo que ocultan parte del rostro y dejan una ranura para el ojo (ver ficha del muestrario). Se puede apreciar como el elemento surrealista siga estando presente hasta el final en las



Elsa Schiaparelli, gorro 1949 y gorro con broche de diamantes de Van Cleef, 1949.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁸²⁴ *Femina*, París, junio, 1949.

⁸²⁵ *Femina*, París, diciembre, 1949.

⁸²⁶ *Vogue France*, París, noviembre, 1949.

⁸²⁷ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, op.cit.

creaciones de Schiaparelli ya que para ella no era fruto de la moda o la tendencia, sino se trataba de algo natural, presente en su personalidad. De hecho, si nos remitimos a la definición, ya mencionada, que da Bretón del Surrealismo en el Primer manifiesto, tiene que ver con un planteamiento «sin la intervención reguladora de la razón, ajeno a toda preocupación estética o moral», algo que se puede afirmar rotundamente para Schiaparelli y que la acompaña a lo largo de toda su carrera.

En estos momentos, los volúmenes del *New Look* caracterizan bastantes creaciones de la *Maison* Schiaparelli, en efecto la diseñadora se va adecuando a la nueva tendencia que, a partir de 1950, encontramos ya en un gran número de prendas. Sobre todo aquellas que diseña para la primavera como es el caso de un vestido primaveral⁸²⁸ en tulle amarillo que no presenta las tradicionales hombreras, marca de la casa, ni la cintura marcada. Al contrario, la línea es suave y la falda es amplia, además en los hombros aparece un cierre de tipo clásico de botones de vidrio con flores de lila en transparencia. El color malva de las flores de lila, lo encontramos también en la cintura y los guantes que se presentan a juego con el vestido (en estos momentos es un color por el que la diseñadora apuesta bastante ya que diseña varios complementos en este tono⁸²⁹); con respecto al bolso, en la fotografía vemos uno en rafia natural con cadenas, en línea con el contexto campestre, rural y primaveral de la prenda que, de hecho en la revista es definida como «vestido de jardín». Los colores alegres y primaverales se encuentran en unas cuantas prendas de primavera de la *Maison*: un challe extra largo de satén verde y negro⁸³⁰ o un vestido de noche de terciopelo amarillo y azul en tonos degradados que lleva la famosa modelo Dovima en una fotografía de 1950.

Otra prenda interesante en este sentido figura en una conocida fotografía de Genevieve Naylor que retrata a la modelo Sandy Brown con un amplio vestido blanco de hombros caídos con un bonete de flores, unos guantes y un quitasol, posando delante de un edificio de cristal. Cabe reseñar también la chaqueta de corte quimono, sin botones⁸³¹, otra chaqueta color lila, corta y holgada, con bordado de flores pensamientos y botones a juego⁸³² o un abrigo de hombros caídos y voluminosos que lleva la modelo y asistente de Schiaparelli, Bettina Jones-Ballard en una fotografía de Irvin Penn⁸³³.

⁸²⁸ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, febrero, 1950.

⁸²⁹ *Ibidem*.

⁸³⁰ *Ibidem*.

⁸³¹ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, abril, 1950.

⁸³² *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, septiembre, 1950.

⁸³³ *Vogue France*, París, octubre 1950.

Una colección con bastante éxito es aquella que Schiaparelli presenta en el agosto de 1950 y que titula *Front line*. Contrariamente al conjunto *torcido* (ver ficha del muestrario) propuesto con anterioridad, aquí presenta unos trajes hechos para ser vistos de frente y que, por lo tanto, resultan ser completamente frontales. La chaqueta es la pieza fundamental del traje, y presenta unos cuantos elementos inusuales como el cierre transversal (Schiaparelli, en este momento, investiga sobre la abotonadura en diagonal), el cuello de corte geométrico y la presencia de un bolsillo curvo en la delantera. La rigidez de las formas y la línea geométrica que caracterizan el conjunto son los elementos que lo rinden especial, adelantando, una vez más, el gusto y la estética de la *Swinging London* de los años sesenta⁸³⁴. De esta colección es también un vestido gris, que vemos en uno de sus figurines: se trata de una prenda de una sola pieza, con cuello de chaqueta, con profundo escote en “V” que deja los hombros descubiertos y que presenta una abotonadura transversal; se podría considerar como el primer vestido de noche de corte esmoquin de la Alta Costura (antes que Yves Saint Laurent lanzase el suyo para la mujer). Es de este año la famosa fotografía que retrata a Dalí y Elsa juntos en el lujoso hotel de Neuilly *Chez Lopez* en ocasión de una fiesta organizada por el ampurdanés. Hay que notar que en esta foto la diseñadora lleva un vestido que se levanta en la parte delantera con un alambre, conforme a los modelos publicados en febrero de 1949⁸³⁵.

A pesar de la capacidad visionaria de la modista y de las creaciones que seguían saliendo de su *atelier*, la *boutique* sigue sin facturar lo suficiente como para durar muchos años más. En 1950 Schiaparelli, durante un viaje a Túnez, enamorada de los encantos de este lugar, decide comprar una casa para pasar parte de su tiempo allí y encontrar un lugar de paz y relax. La casa que adquiere está en Hammamet, un lugar encantador, en sus palabras, que le permite volver, de alguna manera, a la tierra tunecí que de niña había conocido con su padre. Es tal y tanto



Elsa Schiaparelli, conjunto *Front line*, 1950.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



Elsa Schiaparelli, conjunto *torcido*, 1949.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁸³⁴ A.A.V.V., *Iconos de la moda. El siglo XX.*, op.cit.

⁸³⁵ *Vogue France*, París, febrero, 1949.

el encanto que este lugar ejerce sobre ella, que su autobiografía se cierra de este modo: Schiap «está tumbada encima de un sofá color naranja de piel marroquí hecho en París por Jean-Michel Frank [...] rodeada por sillas árabes estrechas y bajas con almohadas de los bazares locales y una esterilla de paja de Hammamet en el suelo [...] A sus pies descansa el perro blanco tibetano, Gourou, indiferente y real. Escuchan juntos un pajarito, que se ha refugiado bajo la techumbre de la *moucharabia*»⁸³⁶.

Lo cierto es que, en el mundo de la moda, Schiaparelli sigue teniendo cierto reconocimiento, y sus creaciones eran bien valoradas por las revistas. Por ejemplo, en *L'Officiel de la Couture et de la Mode* se lee: «Schiaparelli favorece la cintura en su lugar natural, el busto, las caderas y los hombros redondeados, las piernas largas y delgadas, el abdomen plano. La línea está subrayada por telas tan flexibles que se adhieren al busto y las caderas. Las faldas muy cortas en algunos modelos revelan la parte superior de la rodilla. Vestidos y abrigos van juntos, uno es el eco del otro y repite sus recortes. Los tejidos utilizados son lanas de pelo largo, jerséis, prendas de punto grueso, encajes de lana, lamés extremadamente finos. Mucho negro y gris»⁸³⁷.

Una creación extraordinaria presentada por la modista en su colección de febrero de 1951 es un vestido en organdí de seda, inspirado en otro diseñado por Schiaparelli para el ballet *El lago de los cisnes*: un velo plisado se recoge en la parte delantera para caer y abrirse en la parte trasera, dejando a la vista un sencillo vestido violeta y formando así



Elsa Schiaparelli, traje de fiesta, 1951.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

un conjunto de indiscutible elegancia y glamur. El organdí es utilizado también para las mangas extra largas de una blusa de fiesta que resultan muy abullonadas y dan volumen al conjunto de blusa y falda de satén entallada. El tejido plisado, por otra parte, (marca de la casa Schiaparelli) lo encontramos también en un vestido en color cobre o verde esmeralda que presenta una falda que se recoge encima de los hombros para crear una capa, sin duda una de las creaciones más éxitos de 1951⁸³⁸. La tela plisada la volvemos a encontrar este mismo año en un gorro y en una capa muy corta. Como se puede observar, la *Maison* sigue manteniendo algunas constantes que siguen marcando el estilo Schiaparelli, como el uso de tela con tratamientos experimentales y la presencia de las capas. Una prenda, por ejemplo, que reúne estas características es una capa de

⁸³⁶ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 278.

⁸³⁷ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, octubre, 1950.

⁸³⁸ *Femina*, París, mayo-abril, 1951.

tela acolchada, un tipo de tejido que ya la diseñadora había utilizado en el pasado y que vuelve a proponer en estos momentos, que presenta un cierre de cuatro botones.

Otro vestido, famoso por ser de los más elegantes presentados por la Casa Schiaparelli, es lanzado en la colección de julio de 1951⁸³⁹. Las fotografías penalizan la pieza puesto que, además del visible efecto globo del drapeado en la parte posterior, lo más experimental y arriesgado es sin duda la combinación de colores que se proponen: verde pistacho con rojo rubí o bien *rosa shocking* con gris. De esta colección es también el llamado vestido *2 en 1*, es decir un vestido doble: un lado es de tafetán y tiene mucho volumen, mientras que el otro está confeccionado en terciopelo bordado y es más bien ajustado a la silueta⁸⁴⁰.

Con respecto a los complementos, cabe destacar un bolso de noche en terciopelo que presenta un asa adornada con bisutería para que pueda colgar de la muñeca⁸⁴¹, así como otro bolso de mano que cuelga diagonalmente de la mano de la dama ya que la cadena de sujeción se encuentra desplazada en una esquina, en vez de estar en el medio⁸⁴². Reseñables es también un paraguas que presenta el típico remate en forma de pato (ya existente, en realidad, desde hace tiempo), realizado con aluminio dorado. Es el uso de este material que otorga a la pieza el carácter experimental, ya que se caracteriza por una especial ligereza (los paraguas de aluminio siguen siendo hoy en día muy apreciados por ser extra ligeros, así que resulta cuando menos adelantada a su tiempo la mirada de Schiaparelli que propone este material en 1951)⁸⁴³.

A partir de 1951 la *Maison Schiaparelli* empieza a diversificar los productos para poder abarcar a cuantos más clientes posibles; un giro importante al negocio que le permite aguantar unos pocos años más y, sobre todo, seguir hasta el fallecimiento de la modista. Es ahora cuando hace una apuesta importante por la lencería, los complementos y la bisutería (medias, pañuelos de seda, turbantes, monturas de gafas, monederos, collares, pulseras



Elsa Schiaparelli, traje de fiesta drapeado efecto globo, 1951.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁸³⁹ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, octubre, 1951.

⁸⁴⁰ BONY, Anne, *Les années 50 d'Anne Bony*, Editions du Regard, París, 1984.

⁸⁴¹ *Vogue France*, París, diciembre, 1951.

⁸⁴² *Vogue France*, París, febrero, 1951.

⁸⁴³ *Vogue France*, París, diciembre, 1951, op.cit.

etc.) o los zapatos de mujer. Incluso propone una serie de muñecas de nombre graciosos como Go-Go (igual que su hija), Tu-Tu etc. para las que diseña vestidos específicos o, en ocasiones, miniaturas de algunos de sus grandes clásicos adaptados a las muñecas.

Son todas estas creaciones las que, junto a los perfumes, constituyen en este momento la principal fuente de ingresos. Es en este año, entonces, cuando empieza a diseñar lencería de Alta Costura con la marca *Schiaparelli*, así como monturas de gafas; incluso, al año siguiente concederá una licencia para diseñar monturas convirtiéndose, así, en la primera casa de Alta Moda en añadir este complemento a su catálogo, adelantándose a una tendencia muy en boga incluso en la actualidad. Un producto que se vendió bastante bien fueron las bolsas de lencería en tela de raso (casi siempre con el rosa como color predominante) que servían para guardar las medias, que también produjo la *Maison*.

Los pañuelos de seda cosecharon cierto éxito, sobre todo por la gran variedad de estampados que iban desde algunas reminiscencias oníricas, como aquellos que presentaban un divertido estampado de setas del bosque de vivos colores, otros con imágenes abstractas de vario tipo que van desde las formas biomorfas (como de telarañas), hasta las puramente geométricas. Los colores de estos pañuelos destacan por ser de lo más vistoso y llamativo y, en muchas ocasiones, no falta el *rosa shocking* combinado de manera atrevida con el rojo, el amarillo limón o el naranja. Estos alegres pañuelos llenaban de color el escaparate de la tienda como se aprecia de una foto de Regina Relang en la que vemos a Pascal, uno de los famosos maniqués de Schiaparelli, tumbado boca arriba encima de varios pañuelos de la casa. Con respecto a los turbantes, vemos cómo van abandonando las formas de las décadas anteriores⁸⁴⁴, para transformarse en pañuelos ajustados a la cabeza y trenzados en la parte posterior como se aprecia de otra fotografía de Regina Relang en la que, además, aparece la nota irónica aportada por la presencia de Pascal con un atuendo árabe, ataviado con collares y fumando en un narguile.

⁸⁴⁴ En lo que respecta al turbante, sus orígenes se encuentran en África (mujeres esclavas) y en los países islámicos (hombres). Uno de los testimonios más antiguos de la presencia del turbante en el arte es la pintura *Retrato de un hombre con turbante* (1433) del pintor flamenco Jan Van Eyck. Inicialmente, como otras prendas usadas para cubrir la cabeza, el turbante simboliza la modestia y la humildad. Durante la Segunda Guerra Mundial muchas mujeres comenzaron a usar turbantes porque no podían ir a la peluquería debido a la guerra. Entre los años 40 y 50 muchas divas del cine lo usaron como una prenda glamurosa y sofisticada (añadía un exótico toque oriental a su estilo y estaba de moda en ese momento). El modisto Stefano Pilati (1965) para Yves Saint Lauren, puso de nuevo de moda los turbantes en su para la primavera-verano de 2011 y también lo hizo Stuart Vevers (Inglaterra, 1973) para la compañía *Loewe* en la colección de la misma temporada. El turbante es, en el mundo de la moda, un símbolo de expresión de estilo, identidad y personalidad. Además, en el caso de las mujeres africanas, ha pasado de indicar opresión a ser una expresión de reclamo y orgullo por sus orígenes.

Las primeras gafas que Schiaparelli propone son también de 1951 y se trata de unas de carey recubiertas con unas enormes cejas de celofán. La forma solía ser alargada para estilizar el rostro y venían adornadas con flores, lentejuelas, abalorios de vario tipo; en ocasiones venían en colores delicados como el celeste o el rosa pálido y los nombres eran muy graciosos como *Fuegos artificiales*, *Farándula* etc. La montura, se convierte así, de la mano de Schiaparelli en un elemento estético más del atuendo femenino y, además, otorga personalidad a quien la lleva puesta, como si de una joya se tratara. Se encuentran varias publicidades de las gafas de Schiaparelli en las revistas de moda de la época. Lo mismo pasa con los monederos de la *Maison*, que cogen el simpático nombre de *Schiapettes*, y suelen venir con la peculiaridad de presentar objetos en relieve, como abalorios o trozos de tela.

Con respecto a la bisutería, en realidad se trataba de un sector que la diseñadora llevaba tiempo trabajando, así que no representa una novedad específica de este momento. Sin embargo, lo que ahora cambia es que pasan a ser diseños más bien tradicionales, eso sí, con minerales muy originales para la época como la turmalina u el ópalo, usados en muchas ocasiones por la diseñadora, que se caracterizan por el tono tornasolado, iridiscente y los reflejos multicolores. Dentro del Diseño de Joyas de esta década, cabe destacar también la creación de una línea inspirada en los animales: libélulas⁸⁴⁵, cangrejos, llamas y langostas inspiran a la diseñadora para la creación de originales broches de gran tamaño, volviendo a tocar el tema de los crustáceos ya presentes en el imaginario de la diseñadora. Topacio, zafiro, turmalina, amatista o rubí son las piedras preciosas que utiliza en esta colección llamativa por formas, colores y materiales. El tema de la libélula es un clásico dentro del Diseño de Joyas, como demuestra el hecho de que en el Modernismo se volviese muy recurrente. Un ejemplo clave es sin lugar a duda el de René Lalique que utilizó este elegante insecto en varias ocasiones para broches y colgantes. Con respecto a la figura de la llama y del pavo real, sin embargo, se trata de dos animales que Schiaparelli no había representado anteriormente y son, por lo tanto, una novedad dentro de su amplio repertorio visual. Es en este momento cuando aparecen también los primeros relojes de muñeca de mujer de la Casa Schiaparelli; se trata, por lo general, de piezas doradas y de un tamaño considerable que presentan pulseras de cadenas o de malla.

⁸⁴⁵ Debido a sus colores brillantes e irisados, así como a su peculiar forma, la libélula se asemeja a un hada en miniatura, lo que le otorga un cierto aire misterioso. Considerada antiguamente un ser mágico, representa la transformación y los cambios vitales, una simbología muy inherente a las temáticas surrealistas. Estos aspectos resultan sin duda sugerentes y motivo de inspiración para el mundo de la joyería que, en muchas ocasiones, se remite al universo femenino, en el sentido más amplio del término.

Debido a su afán experimental, la italiana a partir de este momento empieza a diseñar *suvenires* de París, es decir objetos que aquellas personas que visitan la ciudad pueden adquirir como recuerdo. Dentro de esta tipología de productos, encontramos un colgante y unas cartas. El colgante, que responde al nombre de *Paris moon*, presenta una perla de la piedra luna, cuyos reflejos pretenden, como el nombre indica, ser un pedazo de aquella luz de la luna romántica que se aprecia paseando por las calles de París o que se ve reflejada en el río Sena. Con respecto a las cartas; se trata de varios juegos de baraja francesa que presentan coloridos dibujos de inspiración parisina⁸⁴⁶. Una vez más, hay que admitir que el olfato de la diseñadora era realmente extraordinario ya que el mundo de los *suvenires*, incluso dentro de la Alta Costura, se ha convertido hoy en día en un negocio casi infalible como demuestra el hecho de que se encuentren cada vez más productos de este tipo dentro de las tiendas de lujo de las grandes ciudades europeas.

En 1951 es importante recordar que Givenchy deja la Casa Schiaparelli y es sustituido por el diseñador Philippe Venet quien, un año después, deja, a su vez, la *Maison* para ir a trabajar con Givenchy en su recién estrenada Casa de moda; un dato ciertamente no anecdótico que aporta mucho sobre la situación crítica que estaba viviendo la *Maison* Schiaparelli en estos momentos. A pesar de la situación de crisis del *atelier*, sin embargo, *Madame* Schiaparelli es aún muy respetada y admirada en París, como demuestra el hecho que en 1951 se le dedicase un artículo que la ensalzaba como mujer y como creadora⁸⁴⁷. El texto en cuestión empieza reseñando los hechos principales de la biografía de la diseñadora destacando su espíritu independiente y creativo para terminar comentando las principales y numerosas aportaciones de Schiap al mundo de la moda, sin olvidar sus perfumes de los que destaca la originalidad de los frascos. La describe como una trabajadora incansable, como una mujer mundana y sociable, a la par que discreta y modesta y sobre todo hace referencia a esta extraordinaria cascada de ideas que fluye continuamente de su cabeza. Siempre en 1951 otra revista le dedica un artículo en el que se hace hincapié en el hecho de que muchas de las creaciones de Schiaparelli han trascendido los tiempos y siguen estando vigentes, a pesar de haber pasado algunas décadas; se habla de color *rosa shocking* y de sus perfumes. En lo que concierne estos últimos, se habla de cómo

⁸⁴⁶ No deja de ser irónico el hecho de que Schiaparelli lanzase al mercado unas cartas de juego ya que era conocida por perder siempre; al parecer, no se trataba de un juego que le interesase especialmente, sino que lo hacía sólo por compromisos mundanos. Esta anécdota es relatada en la revista *Samedi soir* del 9 de junio de 1951 que le dedica un artículo titulado, justamente: “‘Schiap’, una de las reinas de la couture parisina, pierde a las cartas, pero gana en la vida”.

⁸⁴⁷ “ ‘Schiap’, une des reines de la couture parisienne, perd aux cartes” op.cit.

hayan contribuido a cambiar ciertas costumbres; por ejemplo, en el caso de *Snuff*, no sólo permitió eliminar el prejuicio según el que los hombres no era conveniente que los hombres usasen perfume, sino que, al realizarse también en varias versiones, como la espuma de afeitar, permitió abrir el abanico de posibilidades dentro del mundo de la cosmética masculina⁸⁴⁸.

En 1952 Elsa colabora por última vez con la industria cinematográfica de Hollywood y lo hace saliendo por la puerta grande ya que es para colaborar con Marcel Vertés en el diseño del vestuario de la fantástica película *Moulin Rouge* de John Huston. La italiana se encarga de los trajes de la actriz Zsa Zsa Gabor que sorprenden por la sofisticación y los volúmenes glamurosos. Para el diseño de estos vestidos la modista se inspira en los carteles de Toulouse-Lautrec, en efecto, la actriz americana interpreta a Jane Avril, una de las más famosas bailarinas y cantantes del popular local parisino, que fue retratada en varias ocasiones por el pintor francés. Marcel Vertés recibirá, por su trabajo en este largometraje, el Premio Óscar al Mejor Diseño de Vestuario en la sección Películas en color, lo que es, aunque de manera indirecta, un reconocimiento también al talento de la Schiaparelli quien había trabajado codo con codo con el francés, amigo y colaborador de toda una vida. Tomando como punto de partida los volúmenes de esos trajes diseñados para *Moulin Rouge*, poco tiempo después, Schiaparelli diseñará el conocido vestido de noche *Cœur inversé*⁸⁴⁹, cuyo escote, que le da el nombre a la prenda, reinventa la tradicional forma de corazón ya que es invertido, es decir que la punta del corazón se dirige hacia el cuello en vez que hacia el canalillo. Por otra parte, el vestido negro es rodeado por un sorprendente cuerpo delantero en color *rosa shocking* que se recoge



Fotografías de Zsa Zsa Gabor con vestidos Schiaparelli en la película *Moulin Rouge*, 1952.

Fuente: banco de imágenes de internet.



Elsa Schiaparelli, traje de fiesta inspirado en la película *Moulin Rouge*, 1952.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁸⁴⁸ DE TRAILLES, Maxime, “Une heure chez Schiaparelli”, en *Carrefour*, París, 12 de junio, 1951.

⁸⁴⁹ *Vogue France*, París, abril, 1952.



Modelo con vestido de Schiaparelli
delante del atelier de Place Vendôme,
1951-1952

Fuente: banco de imágenes de internet.

en la parte posterior en un nudo alto y en una cola. En este caso y en los dos anteriores, observamos cómo la modista proponga una alternativa a los trajes de fiesta tradicionales e invite a la experimentación y a la audacia a través del escote novedoso y la combinación de colores vivos. También, a nuestro entender, se puede apreciar cómo se prodigue para adecuarse a los tiempos ya que vemos que, lejos de proponer su línea de *soldado de madera*, opta por vestidos absolutamente elegantes (quizás de los más elegantes que diseñó nunca) y glamurosos⁸⁵⁰. Paralelamente a los vestidos de corte victoriano, la diseñadora sigue ofreciendo en desfile privados realizados en el interior de su *boutique*, vestidos de

día acordes con el gusto de la época y basados en la línea *corolle*. Todo esto se aprecia claramente en una fotografía de Bert Hardy fechada 2 de febrero de 1952⁸⁵¹ en la que vemos a la modelo Ghislaine de Boysson mientras enseña, durante un desfile privado, un vestido blanco de tirantes de Schiaparelli adornado con cintas de tartán y de claro corte *New Look*. Dentro de las prendas de uso diario cabe mencionar un abrigo holgado de color amarillo que, en la parte posterior, forma una cola corta al estilo *frack* cerrada por dos botones⁸⁵². Otra prenda interesante en este contexto es una blusa en organdí de seda plisada cuyos pliegues se repiten tanto en la parte delantera como en la trasera ocultando las mangas cortas como si fuera un poncho⁸⁵³. Schiaparelli sigue creyendo que el hecho de llevar una prenda tiene que convertirse en una experiencia, así que intenta abusar lo menos posible de cortes estándar y convencionales para apostar por líneas y volúmenes originales y, en la medida de lo posible, representativos de su firma.

1952 es también el año en el que lanza el perfume *Succès Fou*, de aroma leñoso y especiado, que remite a los olores del bosque, cuyo frasco tenía la forma de una hoja de hiedra y estaba diseñado en colaboración con Michel de Brunhoff y se vendía dentro de un cofre en forma de corazón. La campaña publicitaria estará diseñada, desde 1954, por el ilustrador Raymond Peynet, sin duda uno de los ilustradores franceses más populares de

⁸⁵⁰ Como anécdota, se puede recordar que Jane Fonda asistió al estreno de la película *Youth* de Paolo Sorrentino en el 68º Festival de Cine de Cannes (2015) con el vestido *Coeur inversé*. Es probable, en nuestra opinión, que la actriz estadounidense quiso homenajear al director de cine italiano, vistiendo una prenda de gala de una diseñadora de su mismo país.

⁸⁵¹ *Picture Post*, Londres, febrero, 1942.

⁸⁵² *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, invierno, 1952.

⁸⁵³ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, abril, 1952.

siempre, sobre todo por haber creado a *Les amoureux* (los enamorados)⁸⁵⁴, unos tiernos y románticos personajes salidos de su lápiz que conmovieron a generaciones enteras y que, en las décadas de 1960 y 1970, causaron furor incluso fuera de Francia. En el caso del trabajo que realiza para Schiaparelli, Peynet plantea sus publicidades como si el perfume fuera el fiel aliado de los enamorados. Así encontramos la hoja de hiedra que, cómplice de su amor, los envuelve y hace que se fundan en un tierno abrazo, que se convierte en un regalo hecho a la pareja por Cupido o, finalmente, en aquella que quizás sea la más original de esa serie de ilustraciones, que va a decorar la base de la columna de la *Place Vendôme* de París transformada en símbolo del amor eterno. Más en detalle: desde una ventana que da a la plaza (posiblemente el *atelier* de Schiaparelli), se ve la columna de la *Place Vendôme* coronada, en esta ocasión, por los dos enamorados triunfantes, mientras el fuste entero de la columna está cubierto por la hiedra, planta enredadera por excelencia que, tanto por esta característica como por tener una hoja perenne, ha simbolizado, a lo largo de la historia, la fidelidad y la eternidad. Por otra parte, la hoja de hiedra no tarda en ser utilizada por la modista como motivo de unos pendientes de latón dorado completos de un pequeño compartimento para la fragancia y un difusor en la parte posterior, así como de un broche o colgante que cumple también la función de frasco en miniatura.

Otro perfume de este año es *Sport* cuyo frasco es una exacta reproducción en miniatura del champagne francés *Mumm Cordon rouge Brut*. Desde el tapón (que presenta el tradicional cierre del champagne), hasta la forma de la botella y el etiquetado, para terminar con el envoltorio, todo hace pensar que se trate efectivamente de una botella de Mumm en miniatura. Una vez más Schiaparelli usa el efecto sorpresa y juega con un renovado trampantojo, engañando la vista y sorprendiendo el olfato. Este perfume, realizado en colaboración con la productora del renombrado champagne francés, estaba destinado sobre todo a los clientes del Mumm. Por otra parte, el nombre *Sport* hace referencia a la tradición de celebrar las victorias en Fórmula 1 con un baño de champagne⁸⁵⁵. Dentro de los complementos Schiaparelli de este año destaca un cinturón blanco del que cuelga, gracias a un pequeño mosquetón, una funda para gafas de sol; una pieza que nos puede recordar, por características y funcionalidad, las fundas de cinturón para los teléfonos

⁸⁵⁴ *Les amoureux* de Peynet nacieron en 1942, en plena Segunda Guerra Mundial, y se hicieron tan célebres porque aportaban un aire fresco y esperanzador en un clima tan dramático.

⁸⁵⁵ Esta costumbre acababa de instaurarse justo dos años antes, en 1950, cuando, por un caso fortuito, el tapón del champagne *Moët & Chandon* formato magnum, saltó mientras que el piloto ganador del GP, Juan Manuel Fangio, estaba en el podio y él mismo aprovechó esta casualidad para realizar lo que se considera el primer baño de champagne.

móviles que se empezaron a ver en el mercado a principios del 2000⁸⁵⁶. Es en este año cuando Schiaparelli decide abrir el mercado a la moda masculina y lo hace diseñando corbatas que se distinguen por la originalidad de sus estampados que van desde el papel de periódico hasta el camuflaje, pasando por un patrón de piernas femenina. El negocio de las corbatas es de hecho muy interesante, ya que es un regalo muy socorrido para que las mujeres agasajen a sus padres y maridos en ocasiones del día del padre o de otras celebraciones familiares, tal y como se lee en un artículo del *The Saturday Evening Post*⁸⁵⁷. Hemos de suponer que Schiaparelli se abre a este nuevo mercado con la esperanza de aumentar su facturación, de hecho llega hasta a contratar a David Crowell, un ex marine que se dedicaba a diseñar estampados para corbatas, cuyos diseños estaban muy de moda en los Estados Unidos y destacaban por su originalidad y atrevimiento⁸⁵⁸. Además, con las corbatas y los perfumes para hombres, Schiaparelli, posiblemente sin tener conciencia de ello, contribuye a redefinir el concepto de masculinidad, ya que, según el tradicional modelo patriarcal, ciertas veleidades asociadas a la moda y al cuidado personal eran tradicionales del universo femenino o, como mucho del *dandy*, visto como una excentricidad, y por lo tanto no como algo relacionado con la esfera masculina. El tema de las nuevas masculinidades es un aspecto fundamental y en el que hay que trabajar en la actualidad para promover el cambio social, y hacer que los hombres que participen en el trabajo del cuidado sean la norma. El compromiso de los hombres con la igualdad de género va de la mano, de hecho, del cambio de idea de masculinidad que se debe definir en términos de cuidado y no de dominación, incluyendo en la identidad masculina aquellos valores relacionados con la dedicación (hacia uno mismo, los familiares y el hogar).

Se han demostrado ampliamente los efectos dañinos, tanto personales como sociales, de una masculinidad dominante que reafirma el modelo patriarcal.

El 21 de septiembre de 1952 Schiaparelli participa como huésped misterioso en el programa de la CBS, *What's my line* presentado por John Daly. El juego consistía en adivinar el nombre de un misterioso invitado partiendo de informaciones sobre su vida. Los concursantes tardaron cuatro minutos en identificar al huésped misterioso como la diseñadora Elsa Schiaparelli, lo que demuestra la fama de la que gozaba todavía su

⁸⁵⁶ *L'Officiel de la Couture et de la Mode*, París, junio, 1952.

⁸⁵⁷ SHALLET, Sidney, "It's the Craziest Business", en *The Saturday Evening Post*, Philadelphia, 14 de junio, 1952.

⁸⁵⁸ *Ibidem*.

nombre en estos momentos. Como anécdota, cabe mencionar que, cuando Salvador Dalí acudió al mismo programa en 1957, tardaron un total de nueve minutos en identificarlo, lo que posiblemente (y conociendo al personaje), le parecería demasiado tiempo⁸⁵⁹...

A pesar la fama que aún rodea a Elsa Schiaparelli, sin embargo en la Navidad de 1952 se publica en *Femina*⁸⁶⁰, una ilustración de J. L. Clerc del interior del Salón de Schiaparelli que no resulta desde luego alentadora. El pie de foto indica: «En la planta noble del *atelier* de Schiaparelli después del desfile de la colección» y se observa como todo esté patas arriba, como después de una gran hazaña: sillas amontonadas, guantes por el suelo, bolsos por todas partes. Sin duda, una ilustración un tanto extraña que posiblemente quiera transmitir la idea de la precariedad en la que vivía el *atelier* en estos momentos.

Finalmente, en 1953, Schiaparelli sale con otra colección, se trata de la que será su penúltima colección. En esta ocasión presenta una prenda que se ha convertido en una de las piezas más emblemáticas de la diseñadora: un abrigo completamente recubierto de flecos finísimos, parecidos al cabello de ángel (de hecho, es justo *cabello de ángel* el nombre de esta pieza). Los colores de esta prenda van a juego con el vestido con el que se presenta y está confeccionada en la escala cromática del naranja. Llama la atención como, dos años después, Leonor Fini pintará un cuadro titulado *El hada* (1955) en el que la protagonista lleva una chaquetilla entallada y de color marfil, recubierta de las mismas tiras sutiles, aunque más cortas⁸⁶¹. Schiaparelli, desde siempre interesada al mundo de los complementos, en esta época se centra sobre todo en joyas y accesorios, algunos de ellos de gran tamaño, como el broche en forma de abeja XXL o los pendientes gigantes. Interesante es, por ejemplo, una serie de collares metálicos en forma de cuerda que se atan al cuello mediante un gran nudo. Muy originales son también unas gafas de increíble actualidad, en



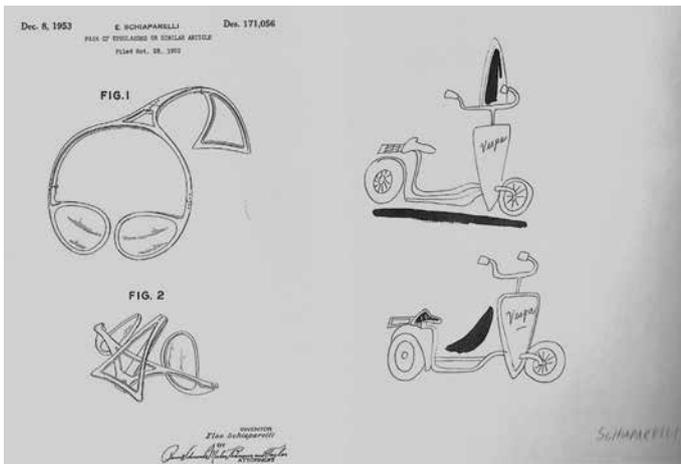
Elsa Schiaparelli, abrigo, 1953.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.

⁸⁵⁹ Las emisiones de este programa de la CBS a las que se hace referencia se encuentran de forma integral en youtube.com

⁸⁶⁰ *Femina*, París, número de Navidad, 1952.

⁸⁶¹ También el ilustrador aragonés Arturo Elena (1958), quien se inspira en los diseños de moda de grandes modistos a los que otorga un cierto carácter de intemporalidad, en una imagen de 2012, dibuja una mujer con un vestido blanco de características similares al abrigo de Schiaparelli, lo que demuestra, si no la influencia directa, por lo menos sí la actualidad de la creación de la diseñadora italiana.



Elsa Schiaparelli, gafas, 1953.

Fuente: DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Yale University Press, 2003.



cuyas monturas pone aplicaciones sintéticas que aportan un aire coqueto y seductor a estos objetos. Entre ellas cabe destacar el modelo plegable que Elsa patentó el 8 de diciembre de 1953 (ver ficha del muestrario). Un complemento de lo más curioso es una montura (sin cristales) en rafia trenzada cuyas patillas flexibles cuelgan por detrás de las orejas simulando dos trenzas rubias, lo que aporta un estilo campestre, naife y desenfadado. En este caso, la montura es un complemento de belleza de por sí, sin necesariamente

ir con los cristales⁸⁶². Del mismo año son también las *gafas mariposa*; se trata de una montura dorada atribuida por Photo Press *Eclair Mondial* a la diseñadora italiana⁸⁶³. La forma es aquella del elegante insecto, tan presente en la iconografía de Schiaparelli. Este modelo de gafas nos recuerda, por su gran parecido, aquellas llevadas en más de una fotografía por la coleccionista Peggy Guggenheim (1898-1979)⁸⁶⁴. Sin embargo, es difícil saber si efectivamente se trate de un diseño original de Schiaparelli, tal y como se indica en la imagen, o si esté sólo inspirado en las gafas que Melcarth diseñó para Peggy

⁸⁶² BONY, Anne, *Les années 50 d'Anne Bony*, Editions du Regard, op.cit.

⁸⁶³ *Photo Press Eclair Mondial*, París, 1953.

⁸⁶⁴ En 1949 el artista Edward Melcarth (1914-1973) diseñó específicamente para Peggy Guggenheim las famosas “gafas mariposas”, unas gafas de sol con las que la coleccionista fue retratada en varias ocasiones y que enfatizaban su estilo anticonformista ya que constituían un perfecto complemento a su imagen excéntrica y vinculada al mundo del arte. En nuestra opinión, la estética de “antifaz” de estas gafas puede entenderse también como un homenaje de Melcarth a la tradición del Carnaval veneciano, ya que era en esta ciudad en la que Peggy residía y donde finalmente falleció. Es interesante mencionar que en 1994 la empresa italiana productora de gafas, Safilo, rindió homenaje a Peggy Guggenheim volviendo a editar estas gafas, lo mismo volvió a hacer en 2016. Finalmente, cabe mencionar que la marca francesa *La Femme En Noir* produce actualmente unas gafas muy parecidas, con la única diferencia que, en vez de presentar en el medio el cuerpo de una mariposa, tienen aquello de un murciélago (de hecho, se comercializan como *Vampira sunglasses*). Esta versión es una re-interpretación que el propio Edward Melcarth hizo y que, al parecer, fue idea de la propia Peggy (hoy en día ha vuelto gracias a la firma francesa mencionada). Con respecto a la fotografía de *Eclair Mondial*, es difícil saber si efectivamente se trate de un diseño original de Schiaparelli, tal y como se indica en la imagen, o si bien estuviera inspirado en las gafas de Melcarth.

Guggenheim. Incluso, podría ser un error la atribución de las gafas a Schiaparelli ya que el pie de foto indica que la modelo las lleva conjuntadas con un bonete dorado, así que la pieza de Schiaparelli podría ser el bonete, mientras que las gafas podrían ser unas de las varias versiones que diseñó el propio Edward Melcarth. Lamentablemente, la redacción de la nota no es clara y deja bastante abierta la interpretación.

De 1953 es también el anuncio publicitario de los guantes Schiaparelli que realiza Andy Warhol (1928-1987) expresamente para el mercado americano. La imagen es una curiosa mezcla de Arte Pop y Surrealismo: un unicornio con una flor en la boca aparece rodeado de guantes. El principal elemento Pop es sin duda el color rosa del unicornio, una clara cita a Schiaparelli, mientras que los aspectos surrealistas tienen que ver con la composición y la unión imposible de objetos; además, el propio unicornio, en cuanto ser imaginario, lleva la imagen hacia una dimensión fantástica y poética. Sin duda un Warhol muy especial y bastante distinto de lo que acostumbramos ver y un anuncio de los más conocidos de la *Maison*.

1954 es el último año en el que la *Maison* está activa en lo que a la indumentaria se refiere. En este año las líneas de los vestidos son exclusivamente *New Look*, tanto de tipología “H”, como “Y”. Dentro de la línea “H” encontramos un vestido representado en una conocida fotografía que retrata a una modelo en traje blanco y negro delante del escaparate de la *boutique* que tiene una Vespa en exposición. La original presencia de la Vespa como elemento para contextualizar las prendas de una tienda de ropa, aparte de constituir todo un hito dentro del Escaparatismo, es justificada por la referencia a este ciclomotor que hizo la propia Schiaparelli el año antes cuando patentó sus gafas plegables. Además, la marca italiana *Piaggio*, con su Vespa, fue todo un símbolo de modernidad y libertad en la Italia de los años cincuenta, así que podría ser, en nuestra opinión, también un homenaje a este diseño italiano tan en boga en aquel momento. Un traje de Schiaparelli de corte “H” lo encontramos en las páginas de *Vogue* de este año⁸⁶⁵: un conjunto de *tweed* en tonos claros con falda ajustada y chaqueta de hombros caídos cerrada por un único botón de dimensiones considerables. Siempre dentro de la línea “H”, se encuentran también unos vestidos que la diseñadora realizó y que tienen la peculiaridad de un doble escote en “V”, más pronunciado en el *décolleté* que en la espalda y que presentan una elegante abotonadura en el lateral izquierdo⁸⁶⁶. Con estas prendas, se aprecia cómo Schiaparelli aporte su toque personal al imperante *New Look*, dando

⁸⁶⁵ *Vogue France*, París, abril, 1954.

⁸⁶⁶ *Vogue France Pattern*, París, febrero, 1954.

su punto de sofisticación y personalidad a las líneas de Dior. En lo que a la línea “Y” se refiere, son los vestidos con faldas plato lo que más diseña en estos momentos, utilizando tejidos de estampados alegres y florales y, en ocasiones, adornados con grandes lazos en la cintura. Es el caso de un vestido que lleva la modelo Gigi en una alegre fotografía de Henry Clarke, quien logra captar el vuelo y la frescura de movimiento del vestido floral de Schiaparelli, llevado con total desenvoltura por la modelo francesa.

Con respecto a los complementos, en este momento los guantes (cortos o largos), que, por otra parte, ya eran un complemento muy utilizado por la *Maison*, se vuelven imprescindibles, así como los bolsos de mano, unas *pochèttes* de lo más actual y refinado que no podían faltar en el guardarropa de las mujeres de la década de los 50.

A pesar de que las ideas sigan fluyendo en la brillante mente de Elsa Schiaparelli, las dificultades económicas en las cuales se encontraba la *Maison*, obligan a la modista a cerrar por bancarrota el 13 de diciembre de 1954⁸⁶⁷. A partir de este momento, las informaciones acerca de Elsa Schiaparelli se pierden. En su autobiografía ni siquiera menciona la posibilidad de cerrar el *atelier*, cosa rara si se piensa que la publica en Nueva York solo unos meses antes, exactamente en febrero de 1954.

Su autobiografía es encabezada por una cita de Chuang Tzu⁸⁶⁸ que ella misma elige: «El nacimiento no es el inicio. La muerte no es el final»⁸⁶⁹. Probablemente esta referencia a la muerte nos puede hacer pensar que ella sintiese cerca el cierre de su *atelier* y que advirtiera la necesidad de declarar a sí misma y al mundo entero que aquello no era el fin de todo, sino quizás el inicio de una nueva fase de su vida, y ciertamente lo fue. Una especie de despedida, probablemente, que nos sabe a poco, por supuesto, puesto que a partir de este momento Elsa empieza a vivir una vida radicalmente diferente a la que había vivido hasta entonces, en efecto, en poco tiempo, la modista pasa de estar rodeada de lujo y eventos mundanos, a retirarse en el anonimato viviendo en la sombra: se dedica a su familia y disfruta del tiempo libre viajando y ayudando en la educación de las niñas a su hija Gogo, quien se casa en segundas nupcias con el marqués italiano Gino Cacciapuoti di Giugliano, un aristócrata de Nápoles con el cual Elsa mantiene una excelente relación⁸⁷⁰. Este mismo año, ironía del destino, Coco Chanel vuelve a abrir su *atelier*, tras catorce años de silencio. Con su retirada del mundo de las pasarelas, Elsa

⁸⁶⁷ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

⁸⁶⁸ Chuang Tzu fue un filósofo de la Antigua China que vivió alrededor del siglo IV a. C.

⁸⁶⁹ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 13.

⁸⁷⁰ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.

deja sola, encima del plató, a la otra grande reina de la moda, *Mademoiselle Coco*, quien dominará, indiscutiblemente, la escena del gran espectáculo que es el mundo de la moda.

3.13 Los últimos años

Con respecto a los últimos años de Schiaparelli, es decir aquellos que van de 1955 hasta 1975, fecha de su fallecimiento, hay que reconocer que las informaciones son más bien escasas. De hecho, desde el cierre del *atelier*, la diseñadora hace una vida más bien retirada de la escena mundana y se dedica sobre todo a la familia. De vez en cuando sí es cierto que la prensa recoge su nombre en algún evento. Es el caso de cuando, en 1959, es citada junto a Salvador Dalí, por ser ambos, respectivamente la madrina y el padrino de un nuevo cabaret parisino (en el cual actuó la cantante española María Lerma). El local estaba situado en la calle *Marignan* y el nombre era, curiosamente, *Shocking*⁸⁷¹ (lo que explica la razón por la que los dueños quisieron invitar a Elsa y Dalí a que promocionasen el lanzamiento)⁸⁷².

En 1957 lanza una nueva fragancia; se trata de *Si*, un perfume para mujeres que viene en un frasco completamente atípico ya que tiene la forma de un *fiasco* (botella de vino típica de Italia de tradicional recubrimiento de paja) en miniatura, es decir una jarra, de vino toscano, cuya parte inferior, tradicionalmente de paja, es ahora de color dorado. La publicidad de este producto es siempre acompañada por unas notas musicales y eso se debe a que el compositor francés Henri Sauguet, amigo de Elsa, compone *La Valse des si*, que la cantante Juliette Gréco cantó en ocasión del lanzamiento del perfume. Se trata de una canción cuya letra presenta una única palabra que, como no podría ser de otro modo, es *Si* que es cantada con toda las entonaciones e insinuaciones posibles, lo que incluye ciertos matices sexuales que hicieron que se prohibiera su emisión en las radios de los Estados Unidos⁸⁷³.

Durante la década de los sesenta, la diseñadora potencia el comercio de aquellos productos y complementos como perfumes, lencería (medias sobre todo), pañuelos etc. que seguían despertando el interés de muchas mujeres y a los que se añade una línea de

⁸⁷¹ “María Lerma, une nouvelle vedette de la chanson”, *Union Republicaine de la Marne*, París, 14 de junio, 1959.

⁸⁷² Curiosamente, este cabaret fue bombardeado en 1961; no hubo víctimas, aunque el local quedó totalmente destruido y no se llegó a difundir ni la razón de dicho ataque, ni los autores.

⁸⁷³ BOY, Billy, *Frocking life*, Rizzoli, New York, 2016.

cosméticos entre lo que destaca la barra de labios de color rojo Schiaparelli⁸⁷⁴. En estos momentos, además, cuando diseña algunas uniformes para las enfermeras tal y como se aprecia en la revista *Preen uniforms*⁸⁷⁵. En 1969 Schiaparelli hace una donación de más de setenta prendas al *Museo de Arte de Filadelfia* que, junto con el *Museo de la Moda y el Textil de París* se convierte así en una de las más importante y completas colecciones de la obra creativa de la modista. Hoy en día, las prendas de una de las más grandes diseñadoras de la primera mitad del siglo XX, están conservadas en museos y colecciones de todo el mundo, habiéndose convertido en obras de arte y habiendo perdido el carácter de indumentaria y de objeto hecho para uso y disfrute de las mujeres.

Este discurso nos remite a la paradoja relacionada con la musealización de los trajes que, hechos para ser llevados encima de un cuerpo que les proporciona movimiento, pierden, detrás del cristal de una vitrina, vida y fuerza expresiva. En su autobiografía, Schiap escribe «Un vestido no puede estar simplemente colgado en la pared, como un cuadro, [...] un vestido vive solo si uno lo lleva puesto y cuando esto pasa, otra personalidad te sustituye y lo anima – o, por lo menos intenta hacerlo – lo exalta, lo destroza, lo destruye o lo transforma en un himno a la belleza»⁸⁷⁶. Ella consideraba que la indumentaria, para ser lucida, tenía que estar agitada por los movimientos de un cuerpo y no podía prescindir de la personalidad de su dueña, que era lo que le daba sentido a la prenda; de no ser así, un vestido nunca podía apreciarse de forma completa y no cobraría nunca vida permaneciendo en su estado de pieza inerte y estática. Sin embargo, nos enfrentamos a una amarga paradoja relacionada con el hecho de que la Casa Schiaparelli no estuvo abierta durante demasiadas décadas, y ésta es que sus obras son, hoy en día, auténticas pieza de museo, rarezas que quienes tienen la suerte de poseer, son reacios a poner y prefieren conservar en sus colecciones particulares o en museos especializados. Podemos afirmar con certeza que, aunque todos los modistos se enfrentan a la “congelación” de sus trajes, en el caso de Elsa Schiaparelli esto es aún más flagrante y nos suena a trágica ironía del destino porque conocemos su opinión al respecto y sabemos lo mucho que valoraba el movimiento, la sensualidad y la voluptuosidad de las curvas del cuerpo femenino a la hora de diseñar sus creaciones. Un triste final, desde luego, del que fue víctima la Casa Schiaparelli más que otras *Maisons* de la época, y que, por otra parte, contribuye a rodear de un halo de mistificación a todas sus prendas, así como de mito a la figura de la misma

⁸⁷⁴ *Elle France*, París, 1964.

⁸⁷⁵ *Preen uniforms*, New York, 1960.

⁸⁷⁶ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 66.

diseñadora. Es cierto que víctima de esta descontextualización son todas las obras de arte que se encuentran en nuestros museos de forma forzada y, a veces, innatural, aun así, en el caso de los trajes de Elsa Schiaparelli, esta frustración se vuelve aún más patente y esto se debe a que, en su caso, el *atelier* ha estado cerrado durante más de sesenta años.

De los últimos años de vida de Elsa Schiaparelli, solo se sabe que transcurrió entre Hammamet, París y los Estados Unidos y que el 13 de noviembre de 1973, fallecía en el sueño en la cama de su casa de París a la edad de 83 años. Fue enterrada con un vestido de color rosa en el cementerio de la ciudad Frucourt por su voluntad ya que había quedado enamorada de la tranquilidad del lugar. Su tumba de piedra es rodeada de tierra y es muy sencilla ya que está decorada únicamente por una cruz de hierro forjado en cuyo centro se encuentra un escudo con su firma garbada en el acero. En el mismo cementerio está enterrado también su yerno, el marqués Gino Cacciapuoti di Giugliano.

Marisa Berenson, popular nieta de la diseñadora de moda, es hoy en día una actriz y modelo americana conocida sobre todo por su papel de protagonista en la película *Barry Lyndon* de Stanley Kubrick. La otra nieta, la fotógrafa Berry Berenson, falleció en Nueva York el 11 de septiembre de 2001 en el atentado a las Torres gemelas al estar en uno de los aviones que fueron estrellados contra el *World Trade Center*.

3.14 La Maison Schiaparelli en la actualidad

Con la retirada de Schiaparelli, se cerró un capítulo importante de la Historia de la Moda y del Arte, sin embargo, lejos de dejarnos una sensación de silencio y vacío, la figura de Schiaparelli nos deja plasmadas en la memoria las imágenes del mundo en el cual vivió, y los objetos que la acompañaron. Desde los años sesenta, el arte entró en una nueva dimensión y Schiaparelli, ya ajena a estos debates, se limitó desde su casa en Hammamet a ser una observadora silenciosa de la evolución de los tiempos. La Casa Schiaparelli, de hecho, desde su cierre, no volvió a abrir con Elsa Schiaparelli al mando, y sólo la línea de perfumes y complementos, sobre todo pañuelos, se siguió vendiendo hasta 1973, año del fallecimiento de la modista y del cierre también de estos departamentos, último reducto de lo que había sido la *Maison Schiaparelli*.

A la muerte de Elsa la marca fue comprada por el empresario Guido Sassoli⁸⁷⁷ y se nombró *Schiaparelli*. A partir de entonces se intentó relanzar la *Maison* separándola en dos secciones: la alta costura en París, de la mano del diseñador francés Serge Lepage, y el *prêt-à-porter* en Milán, dirigido por la condesa Karin Sassoli de' Bianchi de' Medici, esposa de Guido Sassoli. En el caso de la línea *prêt-à-porter*, Karin Sassoli ha declarado en una entrevista a la autora del presente trabajo que su idea era hacer prendas originales, inspirándose en la estética de Schiaparelli, para la mujer trabajadora. Su idea era vestir con originalidad y carisma a aquellas mujeres que llevaban trajes homologados y sin ninguna personalidad. Se trataba de un concepto muy en boga a finales de los años setenta que será explotado plenamente en los ochenta por diseñadores como Armani, entre otros.

A finales de los años setenta tanto la casa francesa de alta costura, como la italiana de *prêt-à-porter*, cerraron sus puertas. En el caso de la sección de Milán, la elección se debió a que Karin Sassoli, de formación psicóloga, decidió dedicarse a otras cosas. En efecto, según declaraciones de la misma Karin Sassoli, puesto que los diseños de *prêt-à-porter* se vendían muy bien, la empresa se veía en la necesidad de ampliar el negocio y buscar nuevos locales, lo que representaba un compromiso que ella ya no estaba dispuesta a asumir.

A partir de este momento, la marca Schiaparelli desapareció del mundo de la moda y siguieron casi quince años de silencio sobre la diseñadora que sólo fueron interrumpidos en contadas ocasiones, como cuando Yves Saint Laurent, en su colección otoño-invierno 1980-1981 dedicada a la poesía, rindió homenaje a Schiaparelli con un chalejo de terciopelo azul, inspirado en su chaqueta *Zodiaco*, bordado con estrellas, dos grandes ojos y la escrita dorada *Les yeux d'Elsa* (retomando el título de la recopilación de poemas que Louis Aragon había dedicado a su compañera Elsa Triolet). Por otra parte, en 1984, el *Museo Galliera* de París organizó la primera gran exposición retrospectiva sobre la diseñadora italiana. Con el título *Hommage a Elsa Schiaparelli*, se celebró del 21 de junio

⁸⁷⁷ La familia Sassoli de' Bianchi es una dinastía de aristócratas italianos descendientes de los Medici de Florencia, que empezó su andadura en el mundo de los negocios, comprando la empresa de los Boutonne, una noble familia francesa vinculada políticamente a Napoleón Bonaparte, y que, como consecuencia de la caída del gobernante francés, se vio obligada a ir a Italia, a Bolonia. Allí el apellido Boutonne se italianizó convirtiéndose en Buton, que pronto fue también el nombre del negocio principal de la familia: una destilería de licores y, sobre todo, brandy. A principios de 1900, el marqués boloñés Filippo Sassoli de' Bianchi compró la empresa *Buton* que, al día de hoy, sigue siendo una de las más solventes de Italia. Unos herederos del marqués Filippo Sassoli, los hermanos Bernardino y Guido, fueron quienes tomaron las riendas de la empresa familiar. Bernardino y Guido Sassoli eran amigos íntimos de la diseñadora y Guido fue quien compró los derechos de la *Maison*, después del fallecimiento de su amiga. Hoy en día, uno de los herederos directo de este ramo de la familia es el conocido empresario Lorenzo Sassoli de' Bianchi quien, además de dirigir las empresas familiares, es el Director del *Museo de Arte Moderno de Bolonia*.

al 30 de agosto. En esta ocasión, se expusieron algunas creaciones icónicas de la modista, muchas de ellas provenientes de la colección de Billy Boy* y se hizo hincapié en algunas de sus aportaciones al mundo de la moda, como el cuidado en los complementos, los bordados, los botones, la bisutería y el uso del rosa shocking⁸⁷⁸. En 1999, John Galliano diseñó para Dior su famoso *Traje al revés* que fue llevado por la cantante Céline Dion en la ceremonia de los Oscars y que presentaba la abertura de la chaqueta en la espalda, justo como el que Elsa Schiaparelli había diseñado en 1937.

En 2003 el Museo de Arte de Filadelfia dedicó a la diseñadora italiana otra importante retrospectiva, posiblemente la mayor y completa exposición sobre Schiaparelli que se haya celebrado hasta el día de hoy. Con el título “*Shocking!*” *The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli* se celebró desde el 28 de septiembre de 2003 hasta el 4 de enero de 2004 y fue comisariada por Dilys E. Blum, Conservadora Senior de Moda y Tejidos del Museo. Por otra parte, desde el 17 de marzo de 2004 hasta el 29 de agosto de 2004 estuvo también en el *Museo de la Moda de París (Palais Galliera)*. La exposición planteó, por primera vez, un estudio exhaustivo sobre Schiaparelli y el catálogo, también el primero sobre Elsa, resultó ser el libro más completo sobre la diseñadora, después de aquel de Palmer White, durante muchos años después. El enfoque del evento fue cronológico, así que abarcó desde los inicios hasta el cierre y se tratan algunos temas iconográficos.

En 2006, Karin Sassoli, quien todavía resultaba propietaria de la marca, vendió al empresario italiano Diego Della Valle⁸⁷⁹, todos los derechos de Schiaparelli, incluyendo los archivos⁸⁸⁰, excepto aquellos que ya habían sido donados por Schiaparelli al Museo de Arte Decorativo de París. Comenzó así a volver a hablarse de la diseñadora y la reapertura de su *Maison* estuvo envuelta en el misterio durante siete años en los que se dedicaron a remodelar el *atelier* y a relanzar la imagen.

⁸⁷⁸ Catálogo de la exposición *Hommage à Elsa Schiaparelli*, op.cit.

⁸⁷⁹ Diego Della Valle (1953) es un empresario italiano cuyo negocio cuenta con firmas del mundo de la moda y del diseño tan importantes y populares dentro del *Made in Italy* como Tod's, Hogan, Fay, Poltrona Frau y Cassina, además de Bancos, Compañías de seguros y un equipo de fútbol. Incluso, tiene cuotas relevantes de marcas internacionalmente conocidas como Piaggio (la casa de la famosa Vespa) y Bialetti (la marca de cafeteras italianas por excelencia). Hombre importante en el panorama empresarial italiano, ha colaborado con figuras de renombre como Luca Cordero di Montezemolo (quien ha sido también presidente de Ferrari).

⁸⁸⁰ Estas informaciones han sido recogidas de primera mano por la autora de presente trabajo gracias a una entrevista que la condesa Karin Sassoli de' Bianchi de' Medici le ha concedido. La información de la adquisición de la *Maison Schiaparelli* por parte de Diego Della Valle, se encuentra en muchos blogs de Internet dedicados a la moda. La noticia, sin embargo, no ha sido publicada de forma oficial en los medios, así que los blogs son, al día de hoy, la única forma posible para acceder a noticias al respecto. En ellos, además, se hacen hipótesis, más o menos acreditadas, acerca del modisto que se encargará de llevar la casa de moda.

Mientras tanto, en mayo de 2012 se inauguró en el *Museo Metropolitan de Nueva York* la exposición *Schiaparelli and Prada: Conversations imposible* que permaneció abierta hasta el 19 de agosto del mismo año. En esta ocasión el enfoque fue muy diferente, con respecto al de Filadelfia ya que se optó por realizar una comparativa entre Schiaparelli y Prada, dos italianas y dos mujeres fuertes que han trabajado como empresarias y que han tratado de llevar el diseño de moda hacia una dimensión más artística y creativa. Se han explorado las afinidades en los diseños, materiales y estampados de las dos modistas analizando piezas icónicas, organizadas en siete galerías temáticas. Los comisarios del evento fueron Harold Koda, en aquel entonces Conservador Jefe del *Centro de Vestuario Anna Wintour* del *Museo Metropolitan de Nueva York*, y Andrew Bolton, Conservador en el mismo centro. Respecto a la idea de las conversaciones imposibles, ésta deriva de las *Entrevistas imposibles*⁸⁸¹ que Miguel Covarrubias publicaba en *Vanity Fair* en los años 30. Por otra parte, el asesor creativo de la exposición, el director de cine Baz Luhrmann, realizó ocho cortometrajes imaginando las conversaciones virtuales entre Elsa Schiaparelli, interpretada por Judy Davis, y Miuccia Prada, y nos muestra como las dos mujeres dialogan sobre temas similares a través de su obra, utilizando enfoques notablemente diferentes. El evento se inauguró con una de las tradicionales Galas del Met⁸⁸² que, en esta ocasión, estaba dedicada a las dos diseñadoras. Prada, como era de esperar, diseñó la mayoría de los vestidos, aunque estuvieron presentes en la alfombra roja también creaciones de Lanvin o Dolce&Gabbana. Con respecto a los diseños de Prada, cabe destacar el de Gwyneth Paltrow, que llevaba un vestido corto en color lavanda y con apliques en los bolsillos, el de Carey Mulligan, quien acudió con un vestido enteramente recubierto de lentejuelas doradas y plateadas y aquel de Anna Wintour que presentaba una gran langosta dorada en homenaje a Schiaparelli. Espectaculares fueron los atuendos de Cate Blanchett, que llevaba un vestido de plumas de Alexander McQueen, y de Sarah Jessica Parker que lució un vestido de Valentino de estampado floral.

En el mismo año, Olivier Saillard, Director del *Museo Galliera de París*, empezó, con la actriz Tilda Swinton, un proyecto titulado *The Impossible Wardrobe*, que consistió

⁸⁸¹ Se trataba de caricaturas (realizó 38 guaches en total) que Miguel Covarrubias hizo desde 1931 hasta 1935. Cada entrevista presentaba un diálogo satírico escrito por Corey Ford y trataba del encuentro entre dos personajes muy populares pero que no se conocían entre ellos, ni tenían nada en común.

⁸⁸² La *Gala del Met* o la *Costume Institute Gala*, que se lleva celebrando desde 1948, es un evento de beneficencia que sella la inauguración de la exposición de moda anual del *Centro del Vestido Anna Wintour* del *Museo Metropolitan de Nueva York*. El evento es tradicionalmente codirigido por Anna Wintour, Redactora Jefe de *Vogue USA* y participan las estrellas del momento que lucen atuendos de lo más original dentro de un marco temático indicado por el *Met* (en 1978 el tema fue, por ejemplo: Diaghilev y los Ballets Rusos).

en realizar desfiles y reportajes fotográficos, a lo largo de tres años, para rendir homenaje a la moda. En la pasarela la actriz enseñaba algunas piezas icónicas del diseño de moda de entre finales del XI hasta la primera mitad del XX. En lo que a Schiaparelli concierne, la Swinton se presentó varias creaciones de la italiana. Desfiló con una bandeja en la que se exponían los famosos guantes de garras doradas de 1936 (ver ficha del muestrario), todo un icono de la diseñadora italiana, y enseñó la falda reversible de 1953. Con la exhibición de estas piezas, se quiso celebrar el carácter artístico e intemporal de las creaciones de Elsa, consideradas auténticas obras de arte, llevadas en triunfo por la Swinton. En 2015 se publicó un libro⁸⁸³, con el mismo título, dividido en tres volúmenes, en el que se recopilan las fotografías de estos eventos de los últimos tres años. A principios de 2022, la Swinton volverá a encontrarse con Schiaparelli en las páginas de la revista *W Magazine* para un trabajo del que hablaremos más adelante.

En julio de 2013 se celebró el acto inaugural para sellar la reapertura oficial de la *Maison Schiaparelli* y, para celebrar por todo lo alto este acontecimiento, Christian Lacroix es invitado por Diego Della Valle a presentar un homenaje a Elsa Schiaparelli diseñando una colección entera inspirada en ella y sus creaciones. El diseñador francés declaró «Sus vestidos (de Schiaparelli *N. de la A.*) siempre han sido fuente de gran inspiración para mí y para otros todavía sesenta años después del cierre de su actividad. En concreto, me refiero al modo único y muy inteligente de concretar, a través de accesorios, prendas y perfumes, el alma excéntrica y surrealista»⁸⁸⁴. Como relata él mismo⁸⁸⁵, su intención, desde el primer momento, fue rendir homenaje a Schiaparelli tratando de transmitir el mismo espíritu y celebrar su ser icono de la moda. Así que, para la ocasión, diseñó dieciocho looks únicos, un himno a la modernidad en los que se deja clara la herencia de la diseñadora italiana. Para poder impregnarse de los encantos de Schiap, Lacroix pasó mucho tiempo en la *Maison* de la *Place Vendôme* lo que le permitió encontrar una conexión entre pasado y presente para crear un hilo discursivo entre ambos diseñadores sin caer en la copia,



Elsa Schiaparelli, guantes de piel, 1936.

Fuente: banco de imágenes de internet.

⁸⁸³ SAILLARD, Olivier, *The Impossible Wardrobe*, Rizzoli, Milano, 2015.

⁸⁸⁴ LACROIX, Christian, “Così ho reinventato la magia di Elsa”, en *Io donna*, suplemento de *Il Corriere della sera*, Milán, 6 de julio de 2013.

⁸⁸⁵ *Ibidem*.

ni en recreaciones nostálgicas, sino creando algo nuevo que estuviese en sintonía con Schiaparelli y los tiempos actuales. Así que se centró en algunos elementos concretos como las capas, las langostas y sus sombreros. El resultado fue una colección en la que se sintetizaron algunas de las principales aportaciones de Schiaparelli bajo la marca de fábrica de Lacroix, se trabajaron tejidos, colores vivaces y materiales como el pelo de mono, así como bordados y bolsillos extra grandes, todo esto filtrado por la esencia desenfadada y a la vez llena de glamur propia del diseñador francés.

En septiembre de 2013 se hizo público el nombramiento de Marco Zanini como Director Creativo de Schiaparelli, un nombre que hasta el momento no se había dado a conocer y que generó especulaciones varias sobre quien podría ser el encargado de relevar la *Maison* y hacerla renacer. Marco Zanini (1971) es un diseñador de moda italiano cuya trayectoria es notable ya que, antes de aterrizar en Schiaparelli, ya había pasado por Dolce&Gabbana, Versace y finalmente Rochas que había dejado justo para entrar a ser una pieza fundamental del engranaje renovado de Schiaparelli. En enero de 2014, en ocasión la *Semana de la Alta Costura Parisina*, tuvo lugar el primer desfile de moda de la reabierta Casa Schiaparelli; se trataba del primero desde aquel 1954 en el que se había presentado la última colección. Esta primera participación del italiano con su nueva *Maison* selló la definitiva reincorporación de la marca a las pasarelas. Bajo la mirada de insignes figuras del mundo del espectáculo, como Carla Bruni o Elle Macpherson, y de la ex modelo Farida Khelfa, que en 2012 había sido nombrada por Diego Della Valle, embajadora de la firma Schiaparelli, se produjo el reencuentro con el público. El estilo propuesto por Zanini no resultó ser especialmente sorprendente ni colorido como la mayoría esperaba, sino más bien sobrio y basado en gamas cromáticas delicadas. El guiño a la diseñadora italiana, de hecho, vino más bien de la reinterpretación de ciertas prendas o complementos clave, como las capas y los sombreros, o del uso de lentejuelas y bordados, muy representativos del estilo de Schiaparelli.

En 2014, en lo que a la gestión empresarial se refiere, la firma cambió su forma de trabajar y se desmarcó de ciertas costumbres del mundo de la moda: decidió orientarse sólo a los trabajos por encargo, mostrar sus colecciones a la prensa en el mismo momento que las enseñaba al público general y presentar cada colección en la temporada a la que correspondía, en vez de seguir con la tradición que imponía presentar la temporada con seis meses de antelación. De este modo, se desmarcó de la norma y se planteó como una Casa de Moda diferente, con un espíritu moderno, al paso de los tiempos, capaz de renovar incluso su sistema de producción y venta, planteada como algo exclusivo. Además, es en

este año cuando la marca Schiaparelli recuperó la denominación oficial de Alta Costura que es otorgada por el Ministerio de Industria y la Federación Francesa de Costura.

Es en este año cuando se celebra una subasta con algunas pertenencias personales de Elsa (ropa y objetos de vario tipo por un total de 180 lotes). Este evento tuvo lugar el 23 de enero en la sede parisina de Christie's bajo el nombre: *Colección personal de Elsa Schiaparelli*⁸⁸⁶ y la decisión de subastar estas pertenencias fue tomada por Marisa Berenson quien optó por deshacerse de la mayoría de las pertenencias de su abuela. Entre las muchas piezas que se subastaron, encontramos:

- el retrato que le hizo Leonor Fini a Gogó en 1936 (precio de salida: €30,000—50,000; vendido por €37,500);
- la lámpara *Figure Version Étroite*, que Giacometti y Jean-Michel Frank realizaron entre 1935-1937 (precio de salida: €60,000—80,000; vendida por €169,500);
- el biombo⁸⁸⁷ que representa personajes de la Comedia del Arte de Marcel Vertès, realizado en 1939 (precio de salida: €10,000—15,000; vendido por €27,500);
- la pareja de tallas de madera policromada que Schiaparelli llamaba *señor y señora Satán* y que eran en realidad dos faunos de finales del XI-principios del XX (precio de salida: €4,000—6,000; vendida por €20,000);
- tres tapices chinos de la época de Luis XVI⁸⁸⁸ (precio de salida total de los tres tapices: aprox. €100,000; vendidos por €133,500);
- blusa color violeta con estrellas bordadas en oro de la Colección *Zodiaco* (precio de salida: €25,000—30,000; vendida por €31,250);
- bolero y sombrero de paja trenzada de la Colección *Pagana* (precio de salida: €3,000—5,000; vendidos por €32,500);

⁸⁸⁶ Catálogo de la subasta de Christie's, *Colección personal de Elsa Schiaparelli*, Londres, 2013.

⁸⁸⁷ Elsa Schiaparelli tenía en su colección particular tres biombos ya que era un objeto que tenía cierta relación directa con su profesión. Dos de ellos se han vendido en la subasta de Christie's, uno de Marcel Vertès (sobre la Comedia del arte) y otro de Jean Francis Laglenne (con dibujos florales). Sin embargo, el tercero debe de estar todavía en la colección de Marisa Berenson. Se trata de un biombo diseñado por Christian Bérard en 1934 que presenta un motivo con tres personajes de inspiración renacentista y debía de ser un objeto muy querido por Elsa Schiaparelli ya que aparece en varias de sus fotografías personales.

⁸⁸⁸ No es de extrañar que la modista coleccionase obras de arte, de hecho, era y sigue siendo bastante frecuente que los diseñadores de moda se rodeen de arte. Un ejemplo es Jacques Doucet, quien fue, nada menos que uno de los propietarios de *Las señoritas de Avignon* de Picasso (fue André Breton quien convenció al modisto, quien pagó por el lienzo 25.000 francos). Por otra parte, Christian Dior dirigió una galería de arte, la *Pierre Colle*, entre 1925 y 1934 (fue galerista de Dalí, como ya mencionamos) antes de dedicarse al mundo de la moda y que tuvo que cerrar en 1934 a consecuencia de la crisis del 29.

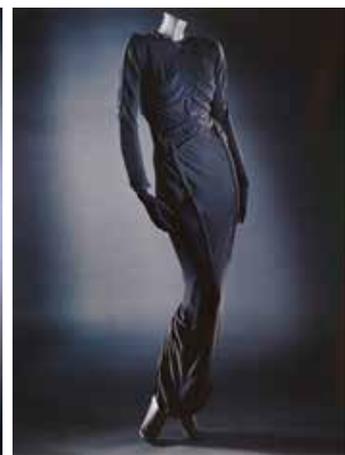
- antiguo *Xiape* (chaleco largo bordado) chino de la colección particular de Schiaparelli (precio de salida: €1,500—2,000; vendido por €1,875).
- antiguo vestido *Cheongsam* (una especie de quimono ajustado) de Singapur de la colección particular de Schiaparelli (precio de salida: €3,000—5,000; vendido por €3,250).

Siempre en 2014, por otra parte, se publica *Elsa Schiaparelli's private album*⁸⁸⁹, una recopilación de fotos privadas (y muchas de ellas inéditas) de la diseñadora. Se trata de un libro muy querido por su nieta Marisa Berenson, quien ha cuidado la edición, así como los textos que acompañan las imágenes. El prólogo ha sido escrito por Hubert de Givenchy quien, bajo invitación de Marisa, ha escrito una breve reflexión sobre Elsa Schiaparelli en el que hace referencia a su primer encuentro y le dedica unas palabras de gran admiración y respeto, definiendo su estilo como «chic Fou» que viene a ser algo como elegante y loco a la vez, una definición perfectamente adecuada, en nuestra opinión, para hablar de Schiap. En el álbum en cuestión vemos muchas fotos de una joven Elsa, acompañada de su familia y siempre vestida con elegancia, la vemos feliz y sonriente con una encantadora expresión espontánea junto a su esposo y la vemos con su amada hija Gogó en varias tomas que nos dan la medida del paso del tiempo. Pasar las páginas del libro es como recorrer la vida de Elsa: la encontramos con sus primeras creaciones, sentada en su escritorio, en compañía de sus perros y de muchos de sus amigos. La admiramos con algunos disfraces de Carnaval y también como una abuela orgullosa junto a sus nietas y finalmente la encontramos paseando bajo el cálido sol tunecí de Hammamet. El retrato global que sale de estas páginas nos enseña a la hija, madre, amiga y abuela, es decir el lado más humano, una faceta a veces olvidada detrás de los éxitos de su trabajo y sin embargo necesaria para conocer a Elsa y apreciar también su alegría y sensibilidad.

Tras poco más de un año y sólo dos colecciones después, la relación entre Schiaparelli y Marco Zanini fue interrumpida ya que él abandonó el cargo, posiblemente porque las condiciones, marcadas por la firma y su Directora, Camilla Schiavone, no eran compartidas por el diseñador italiano que no se sentía, según se filtró en su momento, libre de trabajar, aunque cierto es que ninguna explicación oficial vino ni de la Directora Schiavone, ni del dueño Della Valle. En 2015 la *Maison* comunicó el nombre del nuevo Director Creativo; se trataba del francés Bertarnd Guyon (1965), cuya experiencia era desde luego importante ya que venía de trabajar para Valentino, Givenchy y Christian

⁸⁸⁹ BERENSON, Marisa, *Elsa Schiaparelli's Private Album*, op.cit.

Lacroix. Guyon presentó una colección para Schiaparelli en la Semana de Moda de París, sin embargo, al cabo de poco más de dos años, él también dejaría la Casa Schiaparelli y sería fichado posteriormente por Dior. Una vez más, no se dio ninguna explicación oficial sobre las posibles diferencias que pudieron haber causado esta nueva ruptura. De todas formas, consideramos importante mencionar algunas creaciones de Guyon, siendo una de las más conocidas el bolso llamado *Secreto de Schiaparelli*. Se trata de una pieza que tuvo un discreto éxito, tanto comercial como mediático, y que presenta un gran candado dorado en el lateral derecho, lo que le otorga originalidad e ironía. Guyon trabajó, en las prendas, los bordados, los chalecos de pelo y los estampados surrealistas, usó el *rosa shocking* y reinterpretó el sari hindú, muy querido por Schiaparelli. Nos vamos a centrar en esta última prenda ya que otra de las creaciones más señeras del paso del francés por la *Maison* es justamente un vestido inspirado en el sari realizado con una tela verde hierba estampada con unas manos y unos lazos y que presenta una larga cremallera azul que recorre la prenda de arriba abajo.



Elsa Schiaparelli, vestido esqueleto y detalles, 1938.

Fuente: banco de imágenes de internet.

Otra pieza muy representativa de esta época de la Casa Schiaparelli es un vestido de seda verde esmeralda con una abertura en la espalda y un bordado con efecto trampantojo de dos manos a punto de atar un collar alrededor del cuello de la mujer⁸⁹⁰. La última creación que vamos a reseñar del paso de Guyon por Schiaparelli es un vestido de dos piezas compuesto por un corsé y una amplia falda negra. La nota surrealista la pone el corsé realizado de una manera muy similar al vestido esqueleto de la diseñadora italiana, ya que en él se aprecian las costillas, un claro guiño a la anatomía humana.

En 2015 se publicó el libro de Billy Boy* (1960), coleccionista de Schiaparelli, sobre Elsa titulado *Frocking Life: Searching for Elsa Schiaparelli*, la biografía de la

⁸⁹⁰ Esta prenda es citada en un cómic del ilustrador francés Joann Sfar (1971), quien, en su obra *Fin de la parenthèse*, que cuenta la historia de un grupo de jóvenes que se reúnen para hacer revivir a Salvador Dalí, viste a una de las protagonistas con este vestido.

diseñadora⁸⁹¹. En este libro se nos relata la biografía de la diseñadora y se la vincula a las vivencias personales del autor en el mundo de la moda. La historia empieza con el relato de cuando, con sólo doce años, Billy Boy* encontró en un mercadillo de París un auténtico sombrero de Schiaparelli que le costó pocos céntimos y se convirtió, sin saberlo, en la primera pieza de su colección, y termina subrayando la enorme fuente de inspiración que ha sido y sigue siendo Elsa Schiaparelli para los diseñadores contemporáneos.

Por otra parte, desde el 18 de octubre de 2017 hasta el 14 de enero de 2018 hay que mencionar que se celebró en el Museo Dalí de St. Petersburg en Florida la exposición *Dalí & Schiaparelli*, que analizó, a través de unas obras fruto de la colaboración entre ambos artistas, la relación entre Dalí y Schiaparelli en un evento de proyección internacional que puso en evidencia la actualidad del tema, así como de las creaciones que se expusieron.

Volviendo a París, tras la comunicación oficial, en 2019, de la separación entre Schiaparelli y Guyon, la Casa de moda volvió a estar sin diseñador hasta que, en abril de 2019, se comunicó que el estadounidense Daniel Roseberry (1985) sería el nuevo Director Creativo y pasaría a ser él quien estuviera al frente de las colecciones masculina y femenina de Schiaparelli. Este nuevo protagonista de la *Maison* había trabajado más de diez años en la firma americana Thom Browne, famosa por sus excentricidades. El estreno del nuevo, y hasta el día de hoy, último Director Creativo de Schiaparelli, se celebró el mes de julio de 2019. Desde entonces el diseñador no ha dejado de sorprender con creaciones cuando menos irreverentes que han llegado a cautivar ya a algún personaje famoso. Es el caso de la cantante Lady Gaga, conocida por su originalidad en el vestir, quien lució un conjunto de falda y corsé rosa y negro con un broche *extra large*, todo de Schiaparelli, cuando actuó en la investidura de Joe Biden a Presidente de Estados Unidos, y de la actriz Emilia Clarke (*Juego de tronos*) que eligió un vestido de un intenso color amarillo para asistir a la entrega de los *Fashion Awards*.

Dentro de las creaciones de Roseberry vamos a comentar alguna para relatar su estilo y como ha querido reinterpretar la marca con su personal visión de la moda. La colección primavera-verano de alta costura para el 2021 destacó por la integración de elementos dorados: pechos o dientes. Estas incorporaciones metálicas las encontramos también en la colección otoño-invierno de 2021-2022 de *ready-to-wear* con aún más elementos dorados (la *youtuber* italiana Chiara Ferragni posó en varias ocasiones con prendas de esta colección, siendo la más popular de ellas un jersey rematado por pechos dorados).

⁸⁹¹ BOY, Billy, *Frocking life*, Rizzoli, op. cit.

En estos años el diseñador ha trabajado el tema de los corsés como armaduras y de la anatomía que se hace visible, además de utilizar boleros con bordados muy excéntricos, materiales metálicos y lentejuelas de vidrio. En estos trabajos se advierte un culto al cuerpo, que incluso deriva en el fetiche, de matriz surrealista y reinterpretado bajo la luz de la contemporaneidad. Muy conocido es el vestido negro que se complementa con un collar en forma de venas pulmonares que cumple la función de cubrir el busto, además de embellecerlo. Los complementos, de hecho, cobran una gran importancia en Roseberry, como en el caso de los pendientes en forma de orejas o los zapatos de plataforma, hasta el punto que recae en ellos una gran parte del peso estético, así como el elemento llamativo de sus colecciones.

En nuestra modesta opinión, tras valorar varias prendas presentadas por los tres diseñadores que han pasado por Schiaparelli en los últimos años, el que mejor ha sabido reinterpretar el estilo de Elsa aportando su nota personal ha sido el segundo, es decir Bernard Guyon. Sus creaciones eran actuales, conservaban un punto surrealista, transmitían cierta ironía y, lo que a nuestro entender es lo más importante, no pecaban de vulgares, algo que, sin embargo, no se puede decir de las colecciones de Roseberry quien, además ha reconocido en primera persona que considera que «Ciertas dosis de vulgaridad y de mal gusto son importantes. Requieren humor e inteligencia»⁸⁹². Sin embargo, creemos que lo que planteó en su momento Schiaparelli podía entrar dentro de la estética del *kitsch*, pero no del mal gusto, ya que, como hemos tenido ocasión de comentar en el presente trabajo, son dos conceptos diferentes. Las creaciones de Guyon eran un buen compromiso entre la originalidad y la elegancia, entre lo práctico y lo más extravagante, en línea con lo que hizo Elsa Schiaparelli a lo largo de su carrera como diseñadora. De todas formas, al margen de consideraciones personales, es cierto que la *Maison* está, en estos momentos, por lo menos si nos remitimos al éxito tanto mediático como de prensa, en una de sus mejores etapas desde el cierre, así que nos queda esperar a ver creaciones futuras para poder hacer un balance más completo del trabajo de Roseberry. En el mes de enero de 2022, además, ha presentado su colección primavera-verano en la *Semana de la Alta Costura de París*. Cabe destacar el uso sobrio de los colores: blanco y negro exclusivamente, y de nuevo la reiterada presencia de complementos dorados de gran personalidad, algo que ya empieza a ser una marca de fábrica del diseñador estadounidense. Protagonistas de estas creaciones, sin embargo, han sido ahora los volúmenes, amplios y, en ocasiones,

⁸⁹² GARCÍA, Leticia, “Daniel Roseberry”, en *S moda*, revista de moda de *El País*, Madrid, 23 de noviembre, 2021.

juguetones, que caracterizan las creaciones haciéndolas sorprendentes y cargándolas de un explícito sentido de lo desmesurado, otro elemento con el que trabaja bastante el diseñador.

En este mismo mes (enero 2022), hay que mencionar que la actriz Tilda Swinton ha participado en un proyecto para la revista *W Magazine* dentro de la sección *Best Performances*⁸⁹³. Se trata de un conjunto de fotografías realizadas por varios fotógrafos, que tienen la finalidad de celebrar el mundo de la moda, y para ello retratan a personajes famosos vestidos por grandes modistas y modistos. El trabajo fotográfico, para la edición de enero de 2022, ha sido encargado a Tim Walker quien ha realizado una serie de tomas fotográficas a figuras del mundo del espectáculo, entre las que se encuentran Dakota Johnson, Lady Gaga, Denzel Washington o Cate Blanchett. Tilda Swinton es retratada, junto a su hija Honor, con un abrigo blanco de Schiaparelli acompañado por llamativos complementos dorados, como un gran broche de flor o largas garras felinas, lo que sella el reencuentro de la actriz británica con la *Maison*, además que con la estética surrealista que tanto la fascina.

El 6 de julio de 2022, en el *Musée des Arts Décoratifs* de París, se ha inaugurado la última gran exposición sobre Elsa Schiaparelli. Con el título, *Shocking! Les mondes surréalistes d'Elsa Schiaparelli*, este evento reúne 577 obras al fin de presentar una retrospectiva completa sobre la diseñadora y sus relaciones con el arte surrealista.

Creemos que es importante terminar hablando de dos de los principales coleccionistas de Schiaparelli: Millicent Rogers (1902-1953) y el ya mencionado Billy Boy*. Millicent Rogers, además de diseñar joyas, es recordada por su labor como coleccionista ya que fue la mayor coleccionista de Schiaparelli y no sólo (en su colección se encontraban obras, por ejemplo, de Toulouse-Lautrec o de los nativos mexicanos, piezas, estas últimas, que han dado origen al *Millicent Rogers Museum* fundado por su hijo en Taos, Nuevo México). Las creaciones que Millicent Rogers tenía de Schiaparelli fueron donadas al *Museo de Brooklyn* que, a su vez, las ha transferido al *Metropolitan de Nueva York* en 2009 cuyos fondos se han así enriquecido de una manera extraordinaria con esta aportación que comprende prendas de prácticamente todas las colecciones de Schiaparelli e incluye piezas tan reseñables como el vestido con notas musicales bordadas o aquel con el estampado de sobres de semillas o el collar de rhodoid e insectos de plástico. Con respecto a Billy Boy*, a través de su *Fundación Tanagra*, creada en 1997, además de

⁸⁹³ *W Magazine*, New York, enero, 2022.

difundir la obra de la diseñadora italiana, organiza eventos relacionados con el mundo de la moda. Su colección de moda (que incluye varias obras de Schiaparelli) se encuentra en Suiza donde reside en la actualidad, y de vez en cuando se pueden encontrar algunas piezas en su posesión gracias a los préstamos temporales que concede para exposiciones de todo el mundo. Billy Boy* es un artista americano y diseñador de joyas que se dio a conocer gracias a su relación con el ambiente artístico neoyorquino de Andy Warhol. En 1979 se estableció en París y empezó a diseñar joyas bajo la etiqueta *Surreal Bijoux*. En sus creaciones siempre se ha apreciado la influencia del ambiente surrealista y de Elsa Schiaparelli en concreto de la que él se ha declarado siempre admirador y seguidor. De hecho, en su libro⁸⁹⁴, comenta que, en más de una ocasión hacia 1979, Gogo, la hija de Schiaparelli, le animó a diseñar para la *Maison* y reactivar el atelier, sin embargo él nunca quiso porque, en sus palabras: «A pesar de lo mucho que adoraba Schiap, nunca quise ser Schiap»⁸⁹⁵. Sin embargo, sí aceptó de buen grado el encargo de catalogar y organizar parte de su archivo, cuyo trabajo queda reflejado en su libro. Otra de sus grandes pasiones es la muñeca *Barbie* de la que posee en su colección más de 11.000 ejemplares. Él mismo, además, ha diseñado dos *Barbies* para la empresa Mattel y, en 1989, ha lanzado su propia línea de muñecas llamadas *Mdvanii*. Se trata de unos juguetes relacionados más con el mundo de la moda que con el de la infancia ya que estas muñecas visten algunas de las prendas icónicas de los diseñadores históricos, entre los que se encuentran, además de Schiaparelli, Paul Poiret, Sonia Delaunay o Yves Saint Laurent. Algunas de las prendas pertenecientes a la colección de Billy Boy* ya han sido mencionadas a lo largo del presente trabajo, como en el caso del abrigo con maíz bordado en las mangas. Finalmente, entre los museos que tienen un fondo interesante de Schiaparelli, además del ya mencionado *Museo Metropolitan de Nueva York*, hay que recordar el *Museo de Artes Decorativas* y al *Museo Galliera*, ambos en París, así como el *V&A Museum* de Londres y el *Museo de Arte de Philadelphia*. Estas colecciones se han ido incrementando con el tiempo gracias a donaciones de proveniencia variada y a numerosas adquisiciones relativamente recientes ya que el nombre de Schiaparelli ha vuelto a estar en auge tras demasiadas décadas de silencio, y cualquier colección de moda que se respete tiene que incluir no una, sino varias piezas diseñadas por esta italiana visionaria e irónica.

⁸⁹⁴ BOY, Billy, *Frocking life*, Rizzoli, op. cit. p. 102.

⁸⁹⁵ *Ibidem*.

4

EL LEGADO Y LAS APORTACIONES DE ELSA SCHIAPARELLI



Con la retirada de Schiaparelli, se cierra un capítulo importante de la *Historia de la Moda y del Arte*, sin embargo, lejos de dejarnos una sensación de silencio y vacío, la figura de Schiaparelli la seguimos viendo plasmada en las imágenes del mundo en el cual vivió y los objetos que la acompañaron. Desde los años sesenta, el arte entra en una nueva dimensión y Schiaparelli, ya ajena a estos debates, se limita desde su casa en Hammamet a ser una observadora silenciosa de la evolución de los tiempos.

A lo largo del presente trabajo hemos citado varias veces a diseñadores que han sido influenciados por ella y hemos visto como, después de que cerrase su *atelier* en *Place Vendôme*, las nuevas generaciones de artistas y diseñadores de moda como Jean Paul Gaultier, John Galliano, Sarah Burton, Vivienne Westwood o Marc Jacobs entre otros se han inspirado en ella así como en la estética del Surrealismo⁸⁹⁶. Todos ellos siguen aportando nuevos elementos al debate acerca de ¿Qué es el arte? y Elsa, a pesar de que ya forme parte del pasado, sus aportaciones han ido constituyendo y constituyen aquel humus cultural en el que ahora hunde sus raíces el mundo de la moda y del que se alimentan las nuevas generaciones de creativos de todos los ámbitos.

En lo que concierne la influencia que Elsa Schiaparelli sigue ejerciendo sobre las nuevas generaciones de diseñadores de moda, es sin duda enorme; ella ha demostrado que la moda se puede cambiar, porque el buen gusto en términos absolutos no existe y hay que relativizar el canon de belleza y elegancia a favor de una estética que tenga la capacidad de ser actual a la vez que intemporal, porque hay que dar un mensaje, tener muy claro un concepto de individuo. Ella partía de la fealdad para comprender la belleza, mirando las cosas desde otra perspectiva: las observaba, si era necesario, desde el lado opuesto, iba al lado oscuro y oculto de las cosas para comprenderlas y sólo a partir de entonces, modificarlas.

A través de su mirada, los diseñadores actuales han aprendido que son los objetos que transforman el entorno y no al revés, así como las obras de arte no son bonitas o feas, sino, sencillamente, son. El proceso creativo vale por si mismo y, si honesto y sincero, abre brechas, revoluciona el mundo del arte y, por ende, cambia la sociedad.

⁸⁹⁶ MARSANO, Beba, “La nascita della moda moderna”, opus cit.

Puesto que este trabajo ha empezado analizando las influencias que Schiaparelli tuvo y recibió a lo largo de su trayectoria, consideramos ahora necesario presentar una selección de algunos modistos que se han inspirado en ella, de manera directa o indirecta, tanto en sus creaciones como en los temas iconográficos que han protagonizado sus diseños. Sin la pretensión de realizar un análisis exhaustivo sobre este tema, nuestra intención es citar algunos ejemplos para demostrar la importancia que Elsa Schiaparelli tiene en la moda actual y demostrar que su legado es aún hoy en día muy vivo. En efecto, ella, a través de sus aportaciones, sirve de inspiración tanto a las Casas de moda de larga trayectoria como a los jóvenes diseñadores que llevan, algunos de ellos, menos de una década trabajando en este sector⁸⁹⁷.

A continuación, a modo de ejemplo y en forma de listado cronológico, se presentan veinticinco ideas retomadas por otros diseñadores en las décadas posteriores al cierre de la *Casa Schiaparelli*, habiendo sido seleccionadas no tanto aquellas creaciones más importantes y afines a la modista italiana, sino las provenientes de varias áreas geográficas y pertenecientes a diferentes generaciones. La finalidad principal de este estudio es la de realizar una panorámica sobre aquellos aspectos que ponen en evidencia cuán adelantada a sus tiempos estuvo Elsa Schiaparelli y demostrar la vigencia de las creaciones de la diseñadora italiana que se adelantó de casi una centuria a la modernidad⁸⁹⁸. Además, es importante recordar que este capítulo se ve complementado por el muestrario en el que se presenta una selección de veinticinco obras que resultan representativas del estilo de la modista, ideas clave que se siguen reinterpretando todavía hoy en día.

Como nota final, queremos indicar que se ha optado por dejar fuera de este listado un estudio acerca de la utilización que se ha hecho a lo largo del tiempo del color que ella creó, el rosa *shocking*, puesto que su aplicación es evidente y apreciable a diario por cualquiera y ya no solo en lo referente al sector de la moda, sino en los ámbitos más dispares que van desde el *Diseño de Producto* hasta al Cine. Asimismo, tampoco hemos tocado en este apartado el tema de la relación estética entre Schiaparelli y Prada ya que éste ya fue tratado ampliamente en la exposición *Schiaparelli and Prada: impossible conversations* que se celebró en 2012 en el *Museo Metropolitan de Nueva York*.

⁸⁹⁷ BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, opus cit.

⁸⁹⁸ Con la intención de asegurar la vigencia de los datos, así como la actualidad de los mismos, la autora ha recurrido a las páginas web de los diseñadores citados. Por lo tanto, se hace notar que, tanto muchas de las imágenes como las informaciones presentes en este capítulo, están sacadas directamente de las webs oficiales de modistas y modistos.

Vestido corto: el primero en recuperar la idea del vestido hasta la rodilla de aire fresco y juvenil de Schiaparelli (recordemos aquel de las mariposas, en la imagen), fue Christian Dior (Francia, 1905-1957) quien modificó la falda con una línea *evasé* que la modista italiana no utilizaba. Esta prenda dominó el panorama de la moda de los años cincuenta de la mano sobre todo de Claire McCardell (USA, 1905-1958) que revolucionó el *prêt-à-porter* con sus vestidos cortos, muchos de ellos de cuello *halter* (en la imagen), y también de diseñadoras como Elizabeth Hawes (USA, 1903-1971) o Muriel King (USA, 1900-1977).



Gorros en forma de cascos: de la mano de diseñadores como Pierre Cardin (Italia, 1922), unos gorros rígidos y de estética similar volvieron después de que los lanzara al mercado Schiaparelli (en la imagen superior) en la década de los sesenta (en las dos imágenes inferiores). Bajo el entusiasmo del concepto “futurista” y la *carrera espacial*, éste y otros diseñadores, como André Courreges (Francia, 1923), propusieron unos bonetes inspirados en las misiones espaciales y que remitían a la estética del casco, ocultando unas partes del rostro, o bien tapándolo por completo con viseras. El hecho de que el modisto Pierre Cardin trabajase durante un tiempo para la *Maison Schiaparelli*, marcó seguramente su estilo que a veces se inspiró en el Surrealismo, como demuestran unos zapatos en forma de pie que hacían el guiño al famoso cuadro de Magritte *El modelo rojo* y que a su vez fueron propuestos de nuevo por la diseñadora Rei Kawakubo (Japón, 1942), a través de su Casa de moda *Comme des Garçons*, y por Alexander McQueen (Inglaterra, 1969-2010) quien hizo una versión femenina de tacón alto.





Cremallera a la vista: a pesar de darle enorme importancia a los botones, que para Schiaparelli se convirtieron en obras de joyería en más de una ocasión, no hay que olvidar que la diseñadora hizo una defensa absoluta de la cremallera. Ésta se encontraba en vestidos de noche de manera tan clara y evidente que hasta llegó a convertirse en un elemento decorativo más (en la imagen), ya que otorgaba a la tela un fruncido peculiar que la convertía en una prenda especial. El uso de la cremallera, de hecho, no estaba muy en boga

en la época de Schiaparelli y menos se pensaba incorporarla a la Alta Costura (Chanel, por ejemplo, se mostró siempre en contra del uso de la cremallera). Sin embargo, unas décadas después de que Schiaparelli la introdujese en algunas de sus creaciones, la cremallera se popularizó; fue a partir de la década de los sesenta, gracias a los pichis de estética futurista que las incorporaron, como en el caso de algunos diseños de Pierre Cardin. Hoy en día es frecuente encontrar cremalleras tanto en la alta costura como en el *prêt-à-porter*. El diseñador Atsushi Nakashima (Japón, 1993) presentó en la Semana de la Moda de Milán de 2017, su colección otoño-invierno en la que prendas deconstruidas eran recompuestas en virtud de cremalleras que las atravesaban por completo (en la imagen). También Azzedine Alaïa (Túnez, 1935) y Dolce&Gabbana (colección otoño-invierno 2022) las incorporaron en varias creaciones, y, por supuesto, ahora es muy fácil encontrarlas incluso en zapatillas y botines, como en el caso de aquellos diseñados por Giuseppe Zanotti (Italia) que vemos en la imagen.

Efecto trampantojo: Schiaparelli lanzó sus primeros jersey de tramantojo en 1927 (en la imagen superior) y desde entonces siguieron muchas creaciones, desde bolsos hasta estampados (el propio vestido harapiento es una clara muestra de ello), que jugaban con los efectos visuales. Estos engaños ópticos vinieron para quedarse y así lo demuestran un sinnúmero de creaciones que desde hace casi un siglo han inundado el mundo de la moda. Una de las primeras diseñadoras, además de Elsa Schiaparelli, en usar la idea del trampantojo fue Roberta di Camerino (Italia, 1920) quien la usaba sobre todo para bolsos y complementos. Desde la década de los cincuenta, estos juegos visuales

se pusieron cada vez más de moda a raíz de una colección de Hermès de 1952 que los popularizó. La casa de moda francesa, en efecto, lanzó unos vestidos diseñados por Herbert Sondheim (USA, 1895) que presentaban un dibujo de cuello, botones, bolsillos y que cosecharon un gran éxito. En la década de los setenta, diseñadores como Kenzo (Japón, 1939), Krizia (Italia, 1950) o Sonia Rykiel (Francia, 1930), famosa por sus jerséis (en la imagen), volvieron a lanzar al mercado piezas con diseños de trampantojos como aquellos de Elsa Schiaparelli. Corbatas, foulards y pajaritas estaban estampados encima de ellos y Sonia Rykiel realizó también vestidos y monos (en la imagen) con dibujos de cinturones, bolsos, tirantes, botones etc. En tiempos recientes, tienen creaciones con el efecto trampantojo diseñadores como Giorgio Armani (Italia, 1934) quien, en la colección de otoño de *Armani Privé* de 2018 incorporó un vestido negro con un trampantojo de brazos cruzados bordado en el busto, o <https://www.pinterest.com/pin/304767099774238637/> Issey Miyake (Japón, 1938), quien recurre a menudo a los engaños visuales como en el caso de sus vestidos con estampado de lana gruesa. Otros diseñadores que han trabajado la estética del engaño visual son: Romeo Gigli (Italia, 1949), Martin Margiela (Bélgica, 1957) o Sarah Burton (Reino Unido, 1974), sólo para citar a algunos. Una mención especial merece el vestido que Thierry Mugler diseñó para Kim Kardashian que lo llevó en la Gala del Met de 2019 (en la imagen); una prenda que juega con las transparencias para dar el efecto de un cuerpo desnudo mojado (las gotas de aguas están simuladas por unos cristales que cuelgan del vestido). Finalmente, cabe reseñar que el mundo de tatuajes y *body painting* trata también el tema del trampantojo y de hecho se pueden encontrar efectos muy interesantes dentro de este sector (un célebre ejemplo lo encontramos en la foto de 1973 que vemos en la imagen y que retrata a Jacques de Bascher, quien fue novio de Yves Saint Laurent, sentado, a pecho desnudo, en la terraza de un bar, con una americana perfectamente dibujada en su piel).





Labios: este tema que schiaparelli utilizó para los bolsillos de un traje (en la imagen) fue recuperado por Yves Saint Laurent (Francia, 1936-2008) y Hubert de Givenchy (Francia, 1927), quienes realizaron un conocido abrigo el primero (en la imagen), en 1971, y una chaqueta el segundo, en 1979. En la actualidad, este tema sigue estando vigente como demuestra el uso que hizo el diseñador de moda *prêt-à-porter* Marc Jacobs (Estados Unidos, 1963) quien, en su colección de otoño invierno, presentada en la primavera de 2011, sacó una entera línea basada en la estética de la boca. También Francis Montesinos (Valencia, 1950) tiene unos cuantos vestidos que se inspiran en la estética surrealista. El más famoso es una reinterpretación de la pintura de Dalí, *Cara*

de Mae West pudiendo ser utilizada como apartamento, que se volvió estampado en una prenda de 2009, yendo acompañado por un tocado de grandes dimensiones en forma de labios (en la imagen). También Ágata Ruiz de la Prada (Madrid, 1960), en marzo de 2009, rindió homenaje, en la ciudad de Roma, al artista español Salvador Dalí con una colección exclusivamente de temática surrealista, aplicando el concepto de metamorfosis a sus diseños y presentando algunas creaciones con el tema de los labios (en la imagen).



Tejido patchwork de Arlequín: en las últimas décadas, a partir de los ochenta hasta la actualidad, diseñadores como Christian Dior (Francia, 1905-1957), que realizó un abrigo inspirado en el patchwork (en la imagen), Hubert de Givenchy (Francia, 1927), Yves Saint Laurent (Francia, 1936-2008) o Vivienne Westwood (Inglaterra, 1941), volvieron a proponer el tejido de Arlequín de Schiaparelli (en la imagen de la izquierda) tanto

para trajes de chaqueta como monos o vestidos, dando su personal interpretación de un tema que se ha vuelto un clásico de la moda y del arte en general. ¿Y como no mencionar a Freddie Mercury que, en varias ocasiones, llevaba puesto un mono de patchwork blanco y negro, estilo Arlequín? Schiaparelli lo había usado para su colección dedicada a la *Comedia del Arte* ya en 1938 y, una vez más, demostró ser una adelantada a sus tiempos.

Hombreras: El “*look extra grande*”, conseguido a base de hombreras exageradas, se impuso en las creaciones de los diseñadores de la década de los años ochenta. Ellos utilizaron las hombreras tanto en la indumentaria femenina como en aquella masculina. En el caso de las prendas para las mujeres, en concreto, las hombreras servían para dar volumen al cuerpo y así reforzar la idea de una mujer segura, comprometida con el mundo del trabajo y satisfecha profesionalmente, contribuyendo a reforzar el mito de la *mujer manager* muy en boga en los años ochenta. Giorgio Armani (Italia, 1934), con sus renombrados trajes (en la imagen de la derecha), hizo estragos entre las mujeres que se vieron cautivadas por la estética autoritaria que estos transmitían, sin renunciar a la elegancia. Domenico Dolce (Italia, 1958) y Stefano Gabbana (Italia, 1962) de la *Casa D&G* en varias ocasiones volvieron a proponer en su colecciones vestidos y chaquetas de hombros anchos (que ellos llaman en forma “de concha”), reinterpretando las mangas de Schiaparelli (en la imagen de la izquierda).



En la década de los ochenta la diseñadora británica Vivienne Westwood (Inglaterra, 1941) también revolucionó el mundo de la moda lanzando el concepto de ropa *deconstruida*, es decir rota y envejecida. Esta estética, a caballo entre el “acuchillado”⁸⁹⁹ renacentista y los desgarros de Schiaparelli, se casó con la antimoda por excelencia: el *punk* de la cual la diseñadora es considerada uno de los principales

Vestido harapiento: cuando Schiaparelli diseñó su vestido harapiento (en la imagen) fue una revolución. En la década de los ochenta la diseñadora británica Vivienne Westwood (Inglaterra, 1941) también revolucionó el mundo de la moda lanzando el concepto de ropa *deconstruida*, es decir rota y envejecida. Esta estética, a caballo entre el “acuchillado”⁸⁹⁹ renacentista y los desgarros de Schiaparelli, se casó con la antimoda por excelencia: el *punk* de la cual la diseñadora es considerada uno de los principales

⁸⁹⁹ El *acuchillado* renacentista consistía en llevar las costuras abiertas o cortar las prendas, lo que se traducía en ropa desgarrada y con grandes cortes transversales que permitía ver el forro interior que, en ocasiones, sobresalía. Se puso de moda a partir de la segunda mitad del siglo XV como resultado de la derrota de Carlos el Temerario en 1477. Cuando vencieron a los suizos en Nancy, para celebrar la victoria, cortaron los estandartes, las tiendas y los lujosos vestidos del ejército, atando tiras a los desgarros de sus vestidos.



impulsores. La estética de indumentaria rota y desgastada (en la imagen) se hizo popular en los años ochenta y sigue vigente hoy en día en la forma de vaqueros descoloridos y rotos o botas ensuciadas y “envejecidas”. La idea del desgaste está relacionada con aquella de personalidad: se producen marcas únicas en la prenda que nos hablan de la persona que la lleva, de la vida urbana y su día a día. A pesar de que este desgaste es casi siempre ficticio

(se adquieren prendas ya envejecidas), su valor simbólico no disminuye. Buena muestra de ello son las famosas zapatillas desgastadas que la *Casa Balenciaga* (cuyo Director creativo es desde 2015 el georgiano Demna Gvasalia) ha lanzado en 2022, o del reciente éxito de la marca italiana *Golden Goose* que ha impuesto su estética de zapatillas “viejas” que se han puesto de moda incluso entre las aristócratas de todo el mundo⁹⁰⁰ lo que ha supuesto un fenómeno único en su género.



Manos y guantes: las manos se encontraban a menudo en las creaciones de Schiaparelli (en la imagen superior). El famoso bordador parisino, François Lesage (Francia, 1929), quien creó una propia línea de accesorios, presentó en 1986, un cinturón en forma de manos (en la imagen). Los diseñadores Domenico Dolce (Italia, 1958) y Stefano Gabbana (Italia, 1962) de la *Casa D&G*, lanzaron en 2009 una línea de complementos con el tema de las manos (en la imagen) que iban a



rematar una bufanda o a embellecer un sombrero, como ya había hecho Schiaparelli en 1936. Jean-Charles de Castelbajac (Maruecos, 1949), en su colección para el otoño de 2011, ha diseñado un vestido en el que también aparecen unas manos ciñendo el cuerpo. En este caso, sin embargo, las manos no envuelven

⁹⁰⁰ CADENAS, Laura, *Telva*, en telva.com, “Las zapatillas “sucias” de más de 400 euros favoritas de las aristócratas”, Madrid, abril, 2022.

la cintura, sino se cierran de forma inquietante alrededor del cuello (en la imagen). En la misma colección, Castelbajac presentó un *brassière* en forma de manos que tapan los pechos de la modelo (en la imagen). Para demostrar su deuda con el mundo surrealista, Castelbajac conjuntó el *brassière* con un vestido cuyo estampado es la foto *El violín de Ingres* (1924) de Man Ray.



Capas: la pasión que despiertan las capas en Elsa Schiaparelli es renombrada y lo demuestran las muchas versiones que hizo de esta tipología de prenda que van desde aquella de 1935 confeccionada en *rhodophane*, pasando por la que realizó en colaboración con Jean Cocteau en 1936, hasta llegar a la del bordado dorado inspirado en el Rey Sol y el dios Apolo de 1938 (en las dos imágenes superiores). Un diseñador que hizo de las capas su marca de fábrica es Romeo Gigli (Italia, 1949). Caracterizadas por un claro aire bizantino, las capas de Gigli son de lo más variado y refinado como aquella de 1990 (en las dos imágenes inferiores) conservada en el *Museo Metropolitano* de Nueva York que presenta un complicado bordado de aires barrocos en hilo de seda, nylos, elastano, nácar y cuero. Para ambos diseñadores, las capas permiten experimentar con nuevos materiales y trabajar el bordado de manera libre y creativa hasta niveles muy elevados.



Frasco del perfume *Shocking*: Jean Paul Gaultier (Francia, 1952) lanzó en 1993 su perfume *Classique* (en la imagen de la derecha) retomando la idea del frasco *Shocking* de Schiaparelli en 1937 (en la imagen de la izquierda), que había sido diseñado por Leonor Fini.



Del frasco de Gaultier existen varias versiones, en función del tipo de fragancia, incluyendo una versión masculina presentada en 1995 que remite a la estética marinera. La estética de maniquí de sastre muy evidente en el diseño de la Fini se ha suavizado en el de Gaultier que ha acabado por asumir características más propias de la anatomía humana, tanto femenina, como masculina, que además ha sido complementada con detalles de lencería, lo que ha añadido al objeto un toque de fetiche sensual que posiblemente esté detrás del gran éxito comercial.



Collar en forma de cuerda: en 2002 el diseñador David Delfín (Ronda, 1970 - Madrid, 2017) cerró el desfile con un pase, en que las modelos llevaban una soga al cuello (en la imagen); entre ellas destacaba Bimba Bosé (Roma, 1975 – Madrid, 2017), musa y amiga de Delfín con quien tristemente compartió trágico final. La referencia al collar de Schiaparelli (en la imagen), además de a la pintura *Los amantes* (1928) de René Magritte, es evidente, a pesar de

la lectura en clave de reivindicación feminista que hace el diseñador español.

Boutique de diseño: cuando, en 1937, Schiaparelli le pidió a su amigo y diseñador de muebles, además de decorador, Jean-Michel Frank (Francia, 1895) que diseñara y realizara para su boutique de la *Place Vendôme* una enorme jaula en la que exponer sus perfumes (en la imagen), no sabía que estaba marcando un antes y un después en el *Diseño de Espacios Comerciales*. Desde entonces, las tiendas se han ido convirtiendo en espacios de diseño e investigación que han dado algunos resultados absolutamente extraordinarios. Un caso emblemático fue la famosa *tienda boca debajo* realizada para los diseñadores de moda Viktor&Rolf (Países Bajos, 1993) y que abrió sus puertas en Milán en 2005 (hoy en día ya no existe tras el cierre de la boutique en agosto de 2008). El diseño, realizado por el estudio holandés *SZI Design Siebe*, consistía en una tienda completamente al revés (en la imagen); eso es: el techo era el suelo y viceversa, así que todos los objetos que

se encontraban en ella estabas boca abajo. Esto se apreciaba desde los escaparates (con lámparas de araña en el suelo y jarrones en el techo) y la puerta de entrada (girada por completo de 180°), hasta el interior, cuyos asientos eran arcos invertidos. Se trató de una idea de lo más original, sin duda, que, a pesar



de que la tienda estuvo abierta sólo tres años, representó un hito importante del *Diseño de Espacios Comerciales*. Asimismo, cuando Christian Lacroix (Francia, 1951) fue llamado, en 2013, a realizar un homenaje a Schiaparelli, decidió exponer sus creaciones en un carrusel de tamaño real, un guiño a la jaula de Frank así como al tema del espectáculo que estuvo presente en la colección *Circus* de Schiaparelli (1938).

Tejido con estampado de periódico: este motivo fue creado por Schiaparelli, quien lo utilizó para algunos de sus complementos (en la imagen). El diseñador John Galiano (Gibraltar, 1960) utilizó en varias ocasiones este tipo de estampado como demuestra el hecho que en 2008 presentó para la *Casa Dior* una línea de bolsos y maletas con esta decoración. En realidad, ya en 1967, Christian Dior había realizado un vestido con estampado de periódico, como se aprecia de la fotografía de 1967 que retrata a la modelo Twiggy con esta prenda (en la imagen). En la actualidad, es muy frecuente encontrar, tanto en el ámbito de la Alta Costura, como del *prêt-à-porter*, prendas, complementos



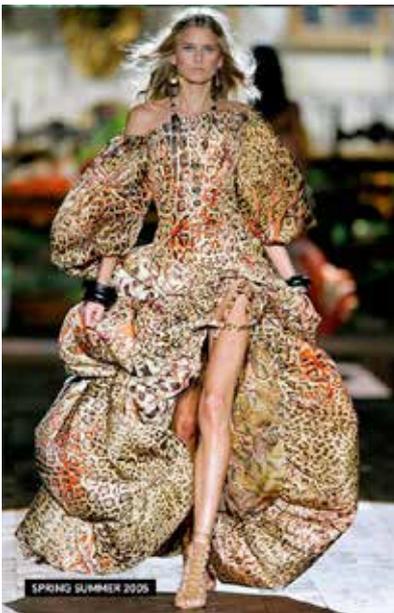
y objetos de vario tipo (que van desde paraguas y maletas hasta carteras), que presentan este tipo de estampado o imágenes que hacen referencia a periódicos, libros etc. También la diseñadora Ljiljana Majkic (Bosnia y Herzegovina) dio



una contribución interesante sobre este tema ya que realizó en 2010 un vestido inspirado en una revista (en la imagen) que presentaba unas páginas estampadas que se podían leer.



Piel de leopardo: la afición de Elsa Schiaparelli por la piel de leopardo se deduce de muchas creaciones suyas, primeros entre todos los zapatos favoritos de su guardarropa personal: unos botines de piel de leopardo, con los que fue fotografiada varias veces. Además, hay un gorro con el que la propia Schiaparelli fue retratada (en la imagen) y en el cual se inspiró Anna Sheppard (Polonia, 1971), diseñadora del vestuario de la película *Malditos Bastardos* (2009) de Quentin Tarantino. En esta ocasión, la modista rindió homenaje a Elsa Schiaparelli diseñando para Julie Dreyfus (en la imagen) un gorro de características similares a aquello de



Schiaparelli. Por otra parte, en las últimas décadas, la utilización de la piel de leopardo y, por razones ecológicas, sobre todo de la tela que imita este material, ha sido utilizada muchísimo. Un ejemplo

de esta tendencia muy difundida, fue la colección otoño-invierno de Riccardo Tisci (Italia, 1974) exdirector creativo de la *Maison Givenchy* que la presentó en 2007, así como la de Roberto Cavalli (Italia, 1940) para la primavera-verano de 2005 (en la imagen). El estampado que hoy se define *animal print*, es muy utilizado en todas sus variantes (zebra, tigre, pitón etc.) y constituye todavía

hoy en día un pilar fundamental de casas de moda como *Versace*, *Dries* o *Van Noten*.



Pelo de mono: Domenico Dolce (Italia, 1958) y Stefano Gabbana (Italia, 1962) de la *Casa D&G*, presentaron en la misma colección de 2009, citada con anterioridad, unos chaquetones de pelo rosa shocking (en la imagen)

con la intención de rendir homenaje a la diseñadora italiana cuyas creaciones con el pelo de mono fueron llevadas incluso por las estrella de Hollywood (en la imagen). En el mismo 2009, para la colección otoño-invierno, Riccardo Tisci (Italia, 1974), presentó para *Givenchy* unas prendas enteramente cubiertas de pelo de mono negro (en la imagen).

Vestido esqueleto: este vestido de Schiaparelli (en la imagen) ha sido fuente de inspiración por un número infinito de diseñadores, así que solo mencionaremos, a modo de ejemplo, dos casos: Alexander McQueen (Inglaterra, 1969-2010) y Jean-Charles de Castelbajac (Maruecos, 1949). El primero, en una de sus numerosas



creaciones para la cantante estadounidense Lady Gaga, diseñó en 2009 unas costillas y unas aplicaciones blancas que, como si de prótesis se tratara, iban a modificar su cuerpo transformándola en una especie de alienígena (en la imagen). Jean-Charles de Castelbajac, por otra parte, incorporó el tema del esqueleto en sus creaciones, incluyendo, en su ya citada colección de 2011, un vestido que, como si de una radiografía se tratara, ponía en evidencia, blanco sobre negro, los huesos de la modelo (en la imagen).

Mariposas: estos insectos estuvieron presentes en muchas creaciones de Schiaparelli (en la imagen de la izquierda). La diseñadora británica Sarah Burton (Inglaterra, 1974), quien en 2010 relevó la Casa de Alexander McQueen (Inglaterra, 1969-2010), en su primera aparición como cabeza de fila de la *maison*, en el otoño de 2010, presentó en su colección de primavera-verano unos vestidos



(en la imagen) y complementos inspirados en el tema de las mariposas. Esas, realizadas con un extraordinario realismo y en colores llamativos, iban a cubrir el cuerpo de las modelos desde los pies hasta la cabeza, invadiendo vestidos y complementos.



Langosta: este crustáceo fue todo un símbolo para Dalí y Schiaparelli (en la imagen). El famoso diseñador de sombreros, Philip Treacy (Irlanda, 1967), realizó diferentes piezas con el tema de la langosta y los crustáceos en general. Destaca, en este contexto, un tocado con una langosta verdadera que realizó en la primera década de 2000 para su musa, Isabella Blow (Inglaterra, 1958-2007), conocida editora británica e icono de estilo. Como consecuencia del éxito obtenido, creó en 2010 para Lady Gaga otro original tocado

en forma de langosta, en esta ocasión, el crustáceo era sintético y de color plata (en la imagen), y la extrovertida mujer, quien por cierto se inspira en la imagen provocativa y atrevida de Isabella Blow, lo llevó conjuntado con un vestido de Alexander McQueen (Inglaterra, 1969-2010) confeccionado en plástico transparente.



Turbante: Stefano Pilati (Italia, 1965), quien desde 2004 hasta 2012 fue director de la *Maison Yves Saint Laurent*, volvió a poner de moda los turbantes (en la imagen de la derecha) en su colección para la primavera-verano de 2011. Lo mismo hizo Stuart Vevers (Inglaterra, 1973) para la Casa española *Loewe* en la presentación de la colección de la misma temporada. Schiaparelli siempre fue una aficionada de los turbantes que,

de hecho, llevaba a menudo (en la imagen de la izquierda) e incluía en sus colecciones. En 1940 patentó una especie de turbante, el *Peg leg*, que tenía la característica de ser versátil ya que podía llevarse de diferentes maneras. La estética del turbante está relacionada con un cierto exotismo que interesaba especialmente a Schiaparelli (quien, por ejemplo, diseñó un vestido inspirado en el sari hindú) y que sigue en boga todavía hoy en día, siendo prueba de ello el uso de los pantalones bombachos así como de los pañuelos.

Moda para las emergencias: en 1939, Schiaparelli diseñó el famoso *Mono para la evacuación inmediata* (en la imagen), una prenda pensada para las emergencias de la guerra ya que permitía escapar llevando en sus amplios bolsillos todo lo necesario, además de ser

cálida y confortable para aguantar las circunstancias precarias. Dicha prenda, nacida en un momento de crisis tan dramático como fue la Segunda Guerra Mundial, no puede no recordarnos los diseños de mascarillas que se pusieron de moda durante la reciente pandemia de COVID-19. Modistas como Ágata Ruíz de la Prada (Madrid, 1960), Louis Vuitton o Antonio Marras (Italia, 1961) diseñaron mascarillas para que protegerse del contagio fuera un poco más ameno, además, ya que teníamos que ocultar el rostro, la idea era que por lo menos éste se embelleciera de alguna manera. En la imagen vemos unas mascarillas diseñadas por Antonio Marras, confeccionadas con elegantes telas florales y que fueron lanzadas al mercado en el otoño de 2020. Asimismo, no hay que olvidar las numerosas versiones de mascarillas que se hicieron para las novias, para nochevieja, Navidad etc. Este hecho evidenció que el deseo de belleza no muere, ni siquiera frente a una situación crítica, ya que es algo inherente al ser humano y por lo tanto, eterno e incorruptible.



más ameno, además, ya que teníamos que ocultar el rostro, la idea era que por lo menos éste se embelleciera de alguna manera. En la imagen vemos unas mascarillas diseñadas por Antonio Marras, confeccionadas con elegantes telas florales y que fueron lanzadas al mercado en el otoño de 2020. Asimismo, no hay que olvidar las numerosas versiones de mascarillas que se hicieron para las novias, para nochevieja, Navidad etc. Este hecho evidenció que el deseo de belleza no muere, ni siquiera frente a una situación crítica, ya que es algo inherente al ser humano y por lo tanto, eterno e incorruptible.

Escaparates llamativos: Elsa Schiaparelli sabía que el escaparate llamaba la atención del público y podía atraer a nuevos compradores, así que Bettina Ballard, su fiel ayudante, siguiendo en ocasiones las indicaciones de *Madame* o bien por su propia iniciativa, se encargaba de cambiarlos a menudo. En el escaparate de la boutique de la



Place Vendôme se exponían las últimas novedades y se trataba de hacerlo de la manera más original posible. Es así que vemos aparecer una *Vespa* (en la imagen) o los maniqués Pascal y Pascalina que eran colocados o vestidos de las guisas más imprevisibles (en la imagen). Esta peculiaridad de Schiaparelli, de hecho, ha trascendido hasta hoy en día



como una de las características de la boutique que, junto con la mencionada jaula, era una atracción más de la *Ciudad de la luz*. Este interés por los escaparates es un tema claramente actual, otro elemento del que Schiaparelli fue pionera. Hoy en día, asistimos a unos escaparates de gran interés artístico, siendo, algunos de ellos, auténticas instalaciones. Es el caso de los espectaculares diseños realizados por la empresa *Barron Visual Studio* que, desde sus oficinas de París, trabaja en

todo el mundo llevando el escaparatismo a cotas muy altas como en el caso de los trabajos realizados para *Loewe* para la campaña de Navidad de 2021 (en la imagen).



Volúmenes: otro aspecto en el que Elsa Schiaparelli fue pionera es en el tratamiento de los volúmenes que la diseñadora trabajó en varias ocasiones (en las dos imágenes superiores) creando formas inspiradas en la geometría y apropiándose del espacio tridimensional (ya explorado, por supuesto, por Paul Poiret y sus

vestidos con alambre). Dos de los máximos representantes del tratamiento del volumen en moda son sin duda Cristóbal Balenciaga (Guetaria, 1895) y Roberto Capucci (Italia, 1930) quienes supieron siempre aunar formas y colores con resultados muy dinámicos y de una belleza perfecta. Hoy en día, en lo que al tema de los volúmenes se refiere, además de los muy conocidos Rei Kawakubo (Japón, 1942), Gareth Pugh (Reino Unido,

1981) o Iris van Herpen (Países Bajos, 1984), pionera de la impresión 3D, cabe destacar los diseños de la modista de Sarajevo, Ljiljana Majkic, poco conocida fuera de los Balcanes. Ella también usa en sus creaciones unos volúmenes interesantes (en la imagen) que consigue gracias a un sistema de cableado interior que permite mantener formas imposibles, lo que otorga una fuerte personalidad a sus vestidos que a veces se inspiran

en las formas de instrumentos musicales mientras que en otras ocasiones se remiten a volúmenes arquitectónicos.

Uso de nuevos materiales: Schiaparelli siempre se distinguió por incorporar en sus creaciones nuevos materiales como *rhodophane* (en la imagen), celofán, acetato transparente, *rhodoid*, fibra de vidrio etc. Esta tendencia estuvo muy en boga también en las décadas de los ochenta y noventa, como demuestran las creaciones de Thierry Mugler (Francia, 1948) que destacó en el uso de latex, pvc o plexiglass en línea con la estética *bondage* que caracterizaba sus diseños. Sin embargo, en la actualidad, esta idea ha ido cambiando con el tiempo para incorporar aspectos ecológicos importantes. Aproximadamente a partir de la primera década del 2000, la idea de experimentación ha adquirido otro valor y muchos diseñadores de moda, que efectivamente siguen experimentando con los nuevos materiales, lo hacen con la idea de reducir los elementos contaminantes asociados a la industria de la moda. La filosofía detrás del uso de los nuevos materiales ha cambiado y se ha pasado de una exaltación de lo industrial, entendido como lo más novedoso, a una recuperación de las fibras naturales y sostenibles. Una diseñadora que ha apostado por la *biocoture* es Stella McCartney (Reino Unido, 1971) que se plantea seriamente la sostenibilidad como uno de los principales objetivos de sus diseños. Sus prendas incorporan materiales reciclados, viscosa sostenible, cuero vegetariano (en la imagen) etc. y este compromiso de la británica con el medio ambiente ha ido a más hasta el punto que la colección que presentó para el otoño de 2021 fue considerada como la más sostenible de la McCartney ya que el 80% de los materiales usados son respetuosos con el medio ambiente.



Schiaparelli ayer y hoy: por obvias razones, los diseños de Daniel Roseberry (USA, 1985), actual Director Creativo de la *Casa Schiaparelli*, se inspiran en los diseños, las ideas, las innovaciones de Elsa al fin de perpetuar su nombre y estilo. Uno de los elementos



que más está trabajando Roseberry en sus colecciones es la incorporación del oro, bien en forma de bordados, de botones, de joyas o de extensiones de vario tipo. Un ejemplo de la influencia directa entre una y otro la tenemos comparando el elegante traje negro (en la imagen) de 1938 cuya chaqueta presenta unos botones realizados por Giacometti en bronce dorado, con el vestido (en la imagen) que

lució la actriz Maggie Gyllenhaal (USA, 1977) en la ceremonia de los *Premios Óscar* de 2022. Se aprecia la cita de Roseberry tanto al terciopelo negro como a los botones dorados usados en varias ocasiones por Schiaparelli y, en línea con su idea, este elemento es ahora llevado al extremo para convertirse en el principal protagonista de la prenda que adquiere un valor escultórico.

5

**MUESTRARIO DE OBRAS
DE ELSA SCHIAPARELLI: LA ACTITUD
SURREALISTA**



Muchas de las creaciones de Elsa Schiaparelli están consideradas cómo grandes clásicos del *Diseño de Moda*, tanto por las aportaciones a nivel histórico y social, como por el legado cultural y artístico que han dejado. Es difícil quedarse con un puñado de ellas, sin embargo, en el muestrario que presentamos a continuación, hemos realizado una selección de creaciones reseñables por varios aspectos, y creemos que pueden ser una buena muestra del trabajo de la diseñadora italiana. Este muestrario y el legado han de entenderse como dos capítulos que van a integrarse uno con otro ya que, entre las dos partes, se tocan cincuenta aspectos diferentes y complementarios que dan una visión bastante completa del trabajo de Schiaparelli.

La selección se ha hecho en base a varios criterios, siendo uno de ellos la cronología: se ha optado por elegir creaciones de casi todos los años que van desde 1927 hasta la década de los sesenta, cuando, tras el cierre de 1954, sólo se producían perfumes y complementos (pañuelos sobretodo). Esto, por ejemplo, nos permite observar cómo, durante los años de la Segunda Guerra Mundial, el número de creaciones reseñables bajó considerablemente, lo que se debe a la dificultad del momento, tanto de crear, como de vender, así que hay un hueco temporal entre 1940 y 1945 que es especialmente significativo e indicativo de los tiempos. De la misma manera, se observará como los años directamente anteriores al segundo conflicto mundial, aquellos que van desde 1936 hasta parte de 1939, son los más prolíferos de la carrera de Schiaparelli.

Otro criterio al que obedece la selección del muestrario que presentamos es que queríamos que abarcara el abanico, casi completo, de los sectores del diseño que trabajó Schiaparelli, es decir: prendas, estampados, perfumes y complementos de vario tipo. Además, dentro de las varias ramas del diseño, hemos querido elegir las creaciones que hemos considerado como las más originales, así que no nos hemos guiado tanto por el éxito que pudieron tener en su momento, sino por la personalidad que emanan, porque nos hemos centrado en las ideas de Schiaparelli, aquellas que dan una clara visión de su concepto del diseño.

Asimismo, en línea con todo el discurso del presente trabajo, se ha realizado una selección de aquellas creaciones que destacan por el carácter surrealista, visionario, fetichista, en ocasiones, y que están vinculadas al imaginario onírico, estando, cuatro

de ellas, directamente relacionadas con Salvador Dalí ya que el eje principal de nuestro trabajo ha sido la colaboración entre el artista español y la modista italiana. De hecho, en línea con las Conclusiones del presente trabajo, hemos querido demostrar que para Schiaparelli el Surrealismo, al margen de las influencias estéticas y temáticas, es sobre todo una actitud vital, un sentimiento, algo inherente a su forma de ser y de vivir.

Por supuesto, hemos tratado de no olvidarnos del elemento irónico, tan presente en los diseños de Schiaparelli, así que se ha seleccionado alguna pieza sobre todo por representar este componente fundamental de sus creaciones, conscientes de que este aspecto es clave para entender la obra de la diseñadora.

Se trata, por lo tanto, de veinticuatro ideas que se adaptan a nuestro discurso y creemos que permiten comprender el complejo universo de Schiaparelli; de hecho, a través de este muestrario, se puede entender tanto su vinculación con el pasado (por ejemplo, con el Futurismo italiano), como con su presente (con los Surrealistas), y a la vez conocer algún enlace con las futuras generaciones de creativos de todos los ámbitos (tema, por otra parte, desarrollado en el capítulo sobre el legado).

Finalmente, se ha optado por cerrar el muestrario con un retrato de Schiaparelli realizado por el diseñador de vestuario cinematográfico, Elio Costanzi, perteneciente a la colección de la autora y que constituye una pieza única, inédita y entendemos que de un claro valor testimonial, ya que Costanzi trabajó un tiempo para Schiaparelli antes de dedicarse por completo al cine.

Como indicado en la Introducción del presente trabajo, para realizar los comentarios del muestrario, se ha seguido una guía de análisis de una prenda o complemento, realizada previamente por la autora, al fin de mantener una estructura coherente a la hora de realizar el análisis de las piezas y poder presentar un *corpus* unitario, a pesar de la fragmentación inherente a la idea de muestrario que, por definición, tiene por objeto enseñar variedad y diversidad.



Este jersey, como otros con efecto trampantojo, se presentó en 1927 en la primera colección de Schiaparelli, *Display No. 1* y pertenece a la época del Art Decó y el Charleston. Se puede encontrar un jersey de esta colección en varios museos del traje del mundo, siendo uno de ellos el de Philadelphia. Se trata de una prenda, realizada en lana blanca y negra, de uso diario, pensada para la comodidad de las mujeres y que combinaba muy bien con las faldas cortas (hasta las rodillas) de la época. Está inspirado en la composición cubista y en las rígidas formas heredadas de la imperante estética Art Decó, que influencia notablemente a las primeras creaciones de Schiaparelli. «Unas líneas verticales y horizontales corrían por la superficie del jersey recordando», como indicará la misma Schiaparelli en su autobiografía, «las costillas del cuerpo humano vistas por rayos X»⁹⁰¹; para luego jugar con graciosos efectos de trampantojo. De esta época son también otros jerséis con efecto de lazos, corbatas, tatuajes, cuellos marineros, así como bañadores y otros conjuntos de playa realizados con la misma técnica que una mujer de Armenia, *Madame Azarian*, llevó al *atelier* de Schiaparelli.

En una escena de la película de Woody Allen, *Sueños de un seductor* (1972), Diane Keaton lleva un suéter que presenta un cuello y un lazo con efecto trampantojo. Se trata de una prenda diseñada por el modisto estadounidense Stan S. Herman (1928) que, en esta ocasión, se inspira en Schiaparelli, así como en



⁹⁰¹ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 72.

los uniformes eduardianos de las colegialas, que solían presentar grandes lazos y amplios cuellos. Eso demuestra que, todavía en la década de 1970, la prenda ideada por Schiaparelli seguía siendo vigente y actual. Actualidad que significa ya no sólo la superveniencia de una moda o un estilo, sino también la identificación con un mensaje: el personaje de Diane Keaton es una mujer desenvuelta, fascinante, fuerte y segura de sí misma; justo el ideal femenino de Schiaparelli. No hay que olvidar, de hecho, que la misma Diane Keaton se convertirá en un icono de estilo, marcando tendencia, con la estética varonil, andrógina, de la película *Annie Hall* de Woody Allen (1976). ♦♦♦♦



Entre 1928 y 1930, Schiaparelli diseña este vestido muy interesante (ver ficha del muestrario), conservado en el *Museo Nacional de Artes Decorativas de Madrid*, actualmente depositado en el *Museo del Traje* de la misma ciudad. Se trata de una de las pocas piezas de la diseñadora que se encuentran en colecciones públicas españolas. Se trata de una pieza de su producción temprana y es un vestido corto, de día, confeccionado en seda y que presenta un original de escote en “V”, un tipo de cuello puesto en boga por los futuristas⁹⁰². También su estampado, por otra parte, remite a la estética cubista y representa posiblemente el elemento más relevante de la pieza. En efecto, en el *caos* de la composición, se puede apreciar tanto el recurso a líneas geométricas que forman una composición abstracta, como la presencia de elementos figurativos como manos y rostros. La densidad de la superficie responde a una idea estética de *horror vacui*, también de influencia futurista. A pesar de que, como subraya la ex Directora del *Museo del Traje* de Madrid en un estudio sobre esta pieza «no se trata de una obra prototípica de su producción»⁹⁰³, cabe destacar la originalidad del corte y del estampado de la seda que adscriben esta prenda en el catálogo de las obras de la artista vinculadas con las vanguardias del momento, demostrando las inquietudes y la capacidad de observar e innovar que caracterizan las creaciones de Schiaparelli⁹⁰⁴. Además, testimonia la aportación de Schiaparelli al mundo de la moda gracias a sus estampados que van a enriquecer el mundo de la moda que planteaba, en líneas generales, estampados convencionales y repetitivos.

.....

⁹⁰² MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, op.cit.

⁹⁰³ CARDONA, Coco, *Los modelos más representativos de la exposición*, op.cit., p. 12.

⁹⁰⁴ *Ibidem*.



Este cinturón para uso diario es de 1934, está realizado en seda y plástico y pertenece a la colección del *Museo Metropolitano* de Nueva York y anteriormente estaba en la notable colección de Millicent Rogers. La hebilla representa dos manos entrelazadas que, al cerrarse una encima de otra, crean el gracioso efecto de un abrazo alrededor de la cintura. Se trata de un tema muy presente, el de las manos, en la obra de Schiaparelli y que tiene una fuerte vinculación con el imaginario onírico y surrealista (véase la lectura iconográfica sobre las manos realizada en el presente trabajo).

Cinturones con hebillas de bronce en forma de manos entrelazadas se realizaban ya en la época victoriana y estaban muy en boga entre las novias del pasado. Una estética parecida también la encontramos en las alianzas de boda de la Antigua Roma y se mantuvo a lo largo de toda la Historia. De hecho, la unión de las dos manos simbolizaba tradicionalmente compromiso, entrega y fidelidad. No sería de extrañar que Schiaparelli fuera conocedora de esta tradición iconográfica y la quisiera reinterpretar a la luz de la contemporaneidad añadiendo su punto de vista transgresor sobre los estereotipos de género y los tradicionales roles asociados a la mujer. De todas formas, ciertos es que las manos, vehículo de aquella parte no verbal de la comunicación o complemento de la misma, son un tema iconográfico muy presente en el imaginario surrealista, así que entran de lleno en las referencias oníricas con las que la diseñadora trabaja. ●●●●



Este estampado de periódico de Schiaparelli es de 1935, pertenece a la colección *Párate, mira y escucha* y se trata de una de las creaciones de la italiana que siguen siendo de gran actualidad y que cosechó grandes éxitos ya en su época. Entre los fragmentos de artículos que se entrevén hay algunos acerca de la propia Schiaparelli, una idea muy original, con la que la diseñadora quiere celebrar la reciente apertura de la nueva *boutique* en la centralísima *Place Vendôme* de París. Este estampado de periódico fue producido por la Maison hasta 1954, y fue utilizado para un sinfín de complementos pensados para uso diario: pañuelos, blusas, cubre cabezas⁹⁰⁵, corbatas, bolsos (como el famoso bolso-periódico), vestidos y trajes de baño etc.

La misma Elsa Schiaparelli cuenta en su autobiografía que la idea de realizar una tela con este diseño se le había ocurrido en un viaje a Dinamarca, donde había observado que las vendedoras de pescado solían taparse la cabeza con sombreros hechos con papel de periódico⁹⁰⁶. Así que llegó a proponer para el verano, como se aprecia en una fotografía de Hors P. Horst⁹⁰⁷, un cubre cabeza de lino gris que tiene exactamente la misma forma de aquellos de papel de las trabajadoras que le habían servido de inspiración.

Se trata de una idea que, nacida en ámbito popular, es exportada y llevada a la alta costura y, nada menos que a la *Place Vendôme*, con la idea de luchar



⁹⁰⁵ *Vogue USA*, New York, abril, 1935.

⁹⁰⁶ SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, op.cit., p. 97.

⁹⁰⁷ *Vogue France*, París, enero, 1935.

contra el aburrimiento de las formas y defender que todo puede ser objeto de inspiración, un concepto, por cierto, muy actual y presente en la moda de hoy en día; un planteamiento anti burgués, el de Schiaparelli, que tendrá no pocas repercusiones en el mundo de la moda. ●●●●



Este traje se presentó en la colección de invierno de 1936 y estaba destinada a un uso diario; una prenda cómoda y elegante para lucir en un evento de día. Realizado en tafetán azul oscuro, se trata de un diseño perteneciente a la silueta llamada *soldado de madera*, muy típica de esta época de Schiaparelli, como demuestran las hombreras marcadas, las mangas ajustadas y la falda larga por debajo de la rodilla. A pesar de no tratarse de una pieza fruto de la colaboración entre Dalí y Schiaparelli, sí está claramente influenciada por las creaciones del artista español, como *La ciudad de los cajones*, por ejemplo (1936). Consta de dos piezas y existen varios modelos, uno de ellos con chaqueta de amplio cuello de sastre y dos bolsillos/cajones, otra versión que presenta seis bolsillos, estando uno colocado en el faldón de la chaqueta; ambos se combinan con falda recta debajo de la rodilla. Existe también en versión abrigo con un cuello chino rematado por una hebilla que simula un tirador y confeccionado en lana azul. Algunos de los cajones son bolsillos reales, mientras que otros son de mentira y tienen una finalidad puramente decorativa, en línea con la idea de trampantojo que la diseñadora ya había trabajado desde sus inicios. El color austero contrasta con el elemento juguetón de los cajones, lo que convierte esta prenda en una pieza muy poco convencional. En los figurines suele ir acompañada de un sombrero de copa alta y ala asimétrica, mientras que el abrigo iba con un bonete en forma de corona, ambos. ●●●●



En ocasión de la exposición *Dalí & la mode* que se celebró en 2007 en el *Espace Dalí* en París, algunos diseñadores confeccionaron vestidos inspirados en las obras del artista ampurdanés. El diseñador francés Loris Azzaro re interpretó el tema de los cajones de Dalí en un vestido homenaje a Dalí, en nuestra opinión demasiado prosaico y literal, llevado por una modelo de cuatro brazos situada encima de un pedestal. Lo mismo hizo Ágata Ruíz de la Prada quien, en 2009, presentó una colección en homenaje a Salvador Dalí que incluía un vestido tipo túnica en cuya parte delantera siete rectángulos simulaban los icónicos cajones. ●●●●



A finales de 1936, en su colección para la primavera de 1937, Elsa Schiaparelli presenta una capa de lana negra larguísima, ricamente bordada por Lesage en ambos hombros con hilo dorado y lentejuelas rojas y con un elegante cuello isabelino. El forro interior está enteramente realizado en tafetán rosa como se deja entrever por la abertura delantera. Actualmente esta pieza se encuentra en el *Museo de Arte de Philadelphia*.

Al cabo de unos meses del lanzamiento de la prenda, Jean Cocteau realiza el dibujo de esta capa para el número de diciembre de la revista *Harper's Bazaar*⁹⁰⁸, donde estaba trabajando como ilustrador de moda. El mismo mes, el escritor homenajea a su amiga Elsa con el dibujo original de *Harper's Bazaar*, escribiendo, de su puño y letra, sus mejores deseos para el nuevo año, 1937, que estaba a punto de empezar.

Las capas son un tipo de prenda muy querido por Schiaparelli que las diseñó para todas las estaciones y de cortes muy dispares. En ellas solía experimentar con materiales y texturas. En el caso de esta capa, la modista recurre a un diseño inspirado en los caballeros medievales y está pensada para noches invernales y eventos mundanos y ha de entenderse como una válida alternativa al tradicional abrigo que es así sustituido por una pieza más elegante y podríamos decir que también más misteriosa. ●●●●

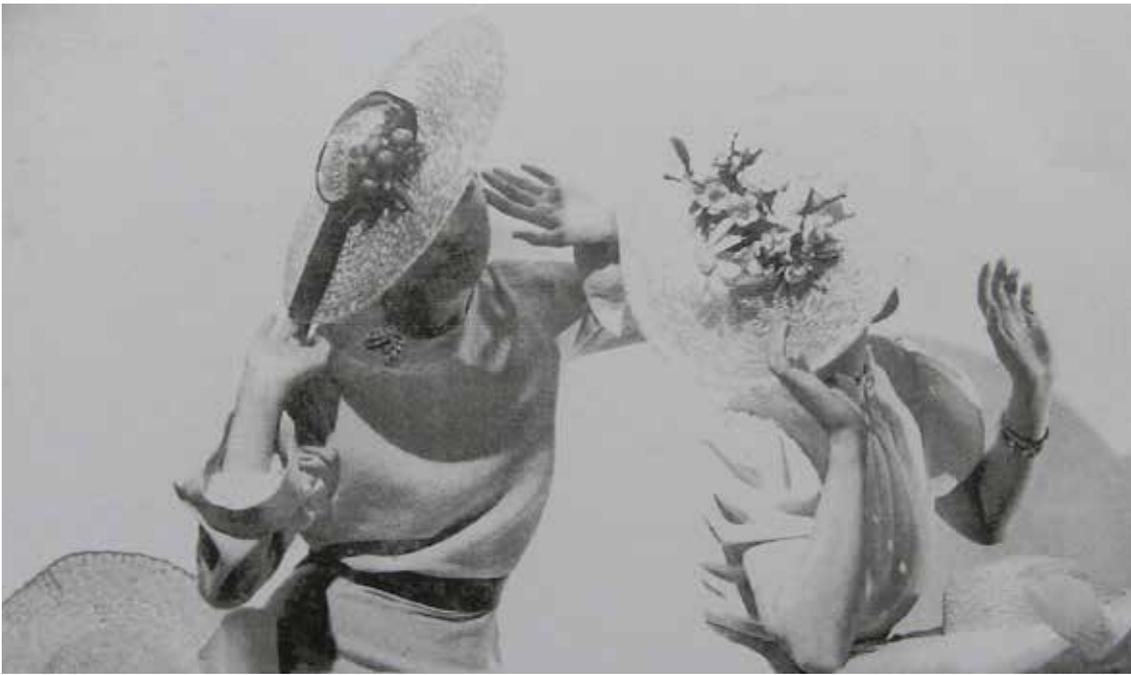


⁹⁰⁸ *Harper's Bazaar*, París, diciembre, 1936.



Estos guantes de noche de Schiaparelli que incorporan unas prominentes garras están realizados en terciopelo de becerro y oro, son de 1936 y pertenecen a la colección del *Palais Galliera* de París. Los guantes de Schiaparelli que introducen uñas pintadas, frunces o apliques de mariposas, aportan ideas nuevas y contenidos al debate acerca del significado del arte y, al mismo tiempo, embellecen a mujeres modernas y atrevidas que presumen de poseer las creaciones de una de las casas más en boga de la época. También así, con un gesto contundente, ellas defienden su papel en una sociedad cambiante, aunque todavía reacia a la valorización de la mujer.

Cuando, en 2012, el Director del *Museo Galliera de París*, Olivier Saillard realizó el proyecto *The Impossible Wardrobe*, que consistía en homenajear el mundo de la moda a través de creaciones emblemáticas, para Schiaparelli eligió, entre otras cosas, también estos guantes que fueron llevados “en triunfo” en una bandeja por la actriz Tilda Swinton. Por otra parte, la modernidad del diseño de esta pieza queda patente también en el uso que el cantante asturiano Tino Casal (1950-1991), conocido por haber creado un estilo propio, hizo de un modelo parecido, realizado en cuero y con las mismas garras doradas, con el que fue retratado en una conocida fotografía de principios de 1980. ●●●●



En esta foto de Cecil Beaton se aprecian unos cubre cabeza que Schiaparelli diseñó en 1936 para uso diario. Se trata de unos sombreros de ala ancha realizados con un modernísimo celofán trenzado (simulando el efecto de la paja) y decorado con lazos y flores en la parte superior⁹⁰⁹.

El referente directo de este complemento de Schiaparelli se encuentra en el sombrero *Panamá* confeccionado en paja trenzada con extremo cuidado (para realizar uno se necesitan hasta seis meses). Originario de Ecuador, el uso de este sombrero se extendió a toda América Latina por ser fresco, resistente y proteger del sol.

Para este complemento, Schiaparelli utiliza un material muy moderno, algo que era una marca de fábrica de la *Maison* ya que la diseñadora amaba usar los últimos materiales que el sector industrial ponía en el mercado. Sin embargo, la novedad de este diseño está en la reinterpretación de un gran clásico, el sombrero *Panamá*, que es reinventado en lo que a los materiales se refiere, mientras que conserva su forma tradicional. De este modo, la diseñadora llega a un interesante compromiso entre la tradición y la modernidad, una manera de sentir que se convertirá en el lema de muchos sectores del diseño contemporáneo como, por ejemplo, el de la gastronomía que, partiendo del pasado y reconociendo la deuda con la tradición, llega a crear elaboraciones modernas y de fusión en línea con los nuevos tiempos.

Los sombreros despertaban el interés de Schiaparelli, quien creó diseños de lo más

⁹⁰⁹ *Femina*, París, noviembre, 1936.

dispar en línea también con la tendencia de su época que veía en este complemento un elemento de distinción de la moda, tanto femenina como masculina. La misma Schiaparelli es fotografiada en varias ocasiones con algunos de sus sombreros y hoy en día hay diseños que se han reinterpretado centenares de veces. Es el caso de famoso sombrero zapato que realizó en colaboración con Salvador Dalí y que se ha convertido en uno de los diseños símbolo de la italiana, por el aire surrealista que desprende. ●●●●



Este sobre todo negro es una prenda de 1937 pertenece a la colección *Mariposas*, se encuentra en el *Metropolitan* de Nueva York y está inspirado en las redes que se usan para atrapar las y que, para los desafortunados insectos, se convierten en jaulas, de ahí el nombre de *abrigo jaula*. De hecho, se combinaba a juego con un vestido de seda de estampado de mariposas (justo para resaltar esta idea de la red que atrapa a estos insectos); además, en varias fotografías de la época, vemos como el conjunto es completado con un quitasol realizado con la misma tela de estampado de mariposas del vestido principal. El conjunto perteneció a la coleccionista Millicent Rogers. Con esta creación, Schiaparelli vuelve a presentar una pieza con un efecto trampantojo, que combina el juego visual con la frescura de la primavera.

Presenta unas mangas anchas y abullonadas que se cierran a la altura de los codos. El corpiño está marcado por una cinta de satén negro y la parte inferior, con bastante vuelo y muy larga, presenta una gran abertura delantera que deja ver el vestido. El conjunto resulta refinado y estaba pensado para eventos mundanos en las cálidas noches de verano. ●●●●



Este abrigo fue presentado por Schiaparelli en la colección de otoño de 1937 y se encuentra conservado en el *Museo de Arte de Philadelphia*. Se trata de un abrigo de noche, elegante y perfecto para eventos mundanos, que se caracteriza por el corte recto, ligeramente entallado en la cintura, y muy largo.

Estaba realizado en seda gruesa en color azul que, con el paso del tiempo, se ha tornado color lavanda (mientras que otra pieza, que se encuentra en el *V&A Museum* de Londres, conserva su original color azul oscuro).



En la parte posterior se aprecian dos perfiles debajo de un manojó de rosas bordados por Lesage. Se trata de una imagen diseñada por el amigo y colaborador de Schiaparelli, Jean Cocteau quien, simulando un jarrón lleno de flores y, a la vez, dos enamorados besándose, juega con las imágenes al puro estilo daliniano. El mismo Cocteau, gran dibujante, además de escritor y dramaturgo, recuperará esta imagen unos años más tardes, cuando, en 1956, la usará para decorar varios objetos de cerámica. Se trata de una iconografía que será muy utilizada en el futuro y de la que el mismo amigo de la modista, Salvador Dalí, se servirá para una de sus joyas, *Tristán e Isolda* (1953). En el caso de la pieza del artista

español, la referencia a la ópera wagneriana es evidente ya que los dos perfiles representan a los dos amantes y el cáliz que los une viene claramente a simbolizar el filtro de amor que los condena a la pasión eterna; de hecho el cáliz junta y a la vez separa a las dos figuras unidas en el amor y la frustración⁹¹⁰. En nuestra opinión, es posible que también el dibujo realizado por Cocteau, hiciera un guiño a la historia de *Tristán e Isolda*, de hecho Blum Dilys⁹¹¹ ve referencias al tema wagneriano también en la chaqueta de lino gris diseñada por Cocteau para Schiaparelli en la que se ve una mujer de larga cabellera rubia (también bordada por Lesage) recostada sobre el hombro derecho de la chaqueta que puede ser asimilable a la figura de Isolda. ●●●●

⁹¹⁰ JIMÉMEZ PRIEGO, María Teresa, *Dalí, joyero del siglo XX*, op.cit., p. 46.

⁹¹¹ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit. p. 125.



El famoso vestido langosta de Schiaparelli es de 1937, está realizado en organza de seda blanca y se conserva un ejemplar en el *Museo de Arte de Philadelphia*. Con esta prenda, Schiaparelli logró burlarse de los convencionalismos culturales y sociales, provocando y despertando interés hacia lo extraordinario. Se trata de un traje de noche de línea acampanada que presenta un escote redondo y está concebido sin mangas y con tirantes. La cintura está realizada por una cinta color naranja que conjunta con la gran langosta que se encuentra en la falda y aparece rodeada de pequeñas ramitas de perejil. El diseño original era de Salvador Dalí quien se inspiró en su teléfono langosta y en las teorías del método paranoico-crítico y las consecuentes asociaciones involuntarias de imágenes, elaborado por él. Fue el empresario textil Alexandre Sache el encargado de realizar el estampado sobre organza para Schiaparelli. Wallis Simpson, poco antes de convertirse en duquesa de Windsor, se puso esta creación de Schiaparelli para un reportaje que Cecil Beaton le realizó en el Castillo de Candé. Aquel mismo año, 1937, Wallis Simpson protagonizó la polémica boda con Eduardo VIII, quien, como consecuencia de la decisión de contraer matrimonio con la estadounidense, una mujer divorciada que se casaba nada menos que en terceras nupcias, se vio obligado a renunciar al trono como Rey de Gran Bretaña e Irlanda y abdicó así a favor de su hermano, Jorge VI, convirtiéndose en el Duque de Windsor. El reportaje de Beaton provocó un gran escándalo en su época ya que se veía claramente el vestido de Schiaparelli con la enorme langosta pintada a mano,

algo poco convencional, cuando menos, al interpretarse la langosta como un símbolo fálico (típico del imaginario daliniano).

Miuccia Prada reinterpretó este vestido en 2013 en ocasión de la inauguración de la exposición de Nueva York, *Schiaparelli & Prada: impossible conversations*. La prenda era un largo vestido de noche blanco en cuya falda se encontraba una gran langosta de lentejuelas doradas y fue lucida por Anna Wintour quien la exhibió en la alfombra roja de la renombrada *Gala Met* de 2013 conjuntándola con una capa de armiño. Posteriormente, en 2017, el entonces diseñador de la Maison Schiaparelli, Bertrand Guyon, volvió sobre el tema y dedicó una entera colección al vestido icono de la Casa. ●●●●



En 1938, para la colección *Circus*, Schiaparelli diseñó una prenda, ubicada actualmente en el *Museo de Arte de Philadelphia*, confeccionada en seda y que se conoce como el “vestido harapiento” ya que simula una prenda desgarrada, como si las garras de una fiera (supuestamente de un circo) lo hubiesen hecho jirones, de hecho, en la tela se aprecian arañazos y rasgones. Esta pieza se presentaba a juego con un velo que se podía colocar encima de la cabeza, llegando casi hasta las rodillas, o se podía usar como un pañuelo, y en el que había aplicaciones de tejido como si realmente éste hubiera sido arrancado con fuerza. El corte del vestido es más bien de estilo clásico ya que, por la línea recta, recuerda a los vestidos que lucían las mujeres de la Antigua Grecia. Sin embargo, a diferencia de estos, la pieza presenta una pequeña cola. El escote asimétrico deja el hombro derecho al descubierto y, al ser sin mangas, se podía llevar con unos largos guantes rosa que presentaban un efecto fruncido que simulaba unas heridas, en línea con el tema de la prenda.

El aspecto harapiento y envejecido de este vestido y sus complementos, así como la presencia de la langosta en la otra, chocaban tremendamente con lo que era de esperar de un traje de noche. Lejos de la formalidad y elegancia que este tipo de vestido suponía, Schiaparelli rompe clichés y sorprende al encorsetado público parisino y no sólo. Según

se relata en el *Richmond Times-Dispatch*⁹¹², la modelo Ruth Ford acudió, en Hollywood, a una fiesta onírica organizada por Salvador Dalí, con esta prenda que llamó la atención de los asistentes.

El referente iconográfico directo del vestido de arañazos son las fantasmales protagonistas de dos pinturas de Dalí en la que presencias inquietantes habitan un paisaje al puro estilo surrealista: *Primavera necrofilia*, y *Tres jóvenes mujeres surrealistas*, ambas de 1936. En 1939, Dalí volverá sobre este tema en una portada de *Vogue* inspirándose en estas dos obras⁹¹³ y Schiaparelli en su *atelier* decidirá vestir un maniquí como si tuviera la cabeza de rosas, imitando a las mujeres de las obras de Dalí. La auténtica pasión que tiene Schiaparelli hacia esta serie de obras de Dalí es demostrada también por el hecho de que adquirirá la pintura *Primavera necrofilia* que expondrá justo en su *atelier*. (Esta obra no será ciertamente la única que la modista comprará, en efecto también un cuadro de Picasso titulado *Jaula, pájaro y cartas de juego* estuvo en su colección⁹¹⁴). ●●●●

⁹¹² *Richmond Times-Dispatch*, Richmond, 22 de septiembre, 1941, op.cit.

⁹¹³ MARTIN, Richard, *Fashion and Surrealism*, op.cit.

⁹¹⁴ DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, op.cit.



El vestido esqueleto fue presentado en la colección *Circus* de 1938 se conserva en el *V&A Museum* de Londres, está confeccionado en crespón de seda negra y su siniestra estética remite a los espectáculos de horror relacionada con el mundo del circo (túneles del terror y atracciones semejantes). Este macabro vestido, una vez más, está inspirado en el concepto de muerte y en las mujeres espectrales presentes en algunas obras de Dalí. En esta ocasión, Elsa quiere resaltar en el vestido las protuberancias de los huesos humanos, como si de un esqueleto se tratara y crea el macabro efecto de hacer visibles las costillas y la columna vertebral de quien lo lleva puesto como si éstas saliesen de su cuerpo. Como si de una segunda piel se tratara, este vestido va más allá de una prenda convencional ya que no viste, no tapa al cuerpo, sino lo desnuda, dejando ver lo que normalmente ocultamos, lo que podría entenderse también en sentido figurado.

Con esta pieza, Schiaparelli va más allá, no solo de los convencionalismos, sino también del concepto intrínseco de indumentaria, en efecto con este vestido invita realmente a una metamorfosis, a una transformación física y puramente material que, cómplice el vestido, cambia radicalmente la esencia de la mujer que lo lleva para que se vuelva otra cosa: aparición, fantasma, esqueleto etc. El complemento que Schiaparelli piensa para una tan vanguardista prenda no puede ser otro que un sugerente y estrafalario tocado en forma de cucurucho o tintero, sobre el cual la diseñadora realiza diferentes modelos y versiones. La actualidad de esta prenda salta a la vista y números diseñadores de moda se han inspirado en ella.

Schiaparelli abre, de manera probablemente inconsciente, una veta que se trabajará mucho a lo largo de la Historia de la Moda contemporánea: el vestido como herramienta para metamorfosear el cuerpo, manipularlo a través de estructuras (algo que ya se venía haciendo en el pasado con el corsé, los verdugados, miriñaques, etc.), pero dentro de una óptica renovada en la que se opta por una transgresión. Una subversión de la belleza ideal (muchas veces impuesta por los hombres) de claro carácter feminista y reivindicativo. La actualidad de esta prenda es demostrada por el hecho de que la artista Mai-Thu Perret incluyó una réplica confeccionada por el diseñador de moda Naoyuki Yoneto del mismo en su instalación *Flow my tears* que presentó en la Bienal De Venecia de 2011. El vestido estaba colocado en un maniquí con cabeza de vidrio de color aluminio y representaba la resistencia a los estereotipos de belleza femenina. ●●●●



Estos zapatos de Schiaparelli están realizados en pelo de mono, actualmente se encuentran en la colección del *Museo de Arte de Philadelphia* y pertenecen a la colección *Circus* de 1938. Fueron confeccionados para la *Maison* por André Perugia⁹¹⁵ con la finalidad de crear un zapato de día que se pudiera conjuntar con las prendas, como el chaleco, por ejemplo, con el que fue retrata Marlene Dietrich, del mismo material. El inspirado modisto Ítalo-francés se encargó en varias ocasiones de poner en práctica las ideas de Schiaparelli y también en esta ocasión es él quien realiza estos zapatos de tacón alto recubiertos de pelo de mono, clara referencia a los monos de feria, que cae desde los tobillos. La mente va a la pintura de Magritte, *Amor desarmado* de 1935, así como en *le Déjeuner en fourrure* de Meret Oppenheim de 1936, en los que el pelo deja de ser un elemento lujoso y esnob para remitir a algo ancestral y primordial, lo que le otorga un valor universal. Las referencias al universo surrealista están presentes en el uso del pelo y la asociación con el fetiche y quizás por esta razón y por su trascendencia a la hora de razonar sobre la idea de lujo, hoy en día esta creación se sigue considerando una de las más logradas y eternas de la *Maison* Schiaparelli. ●●●●

⁹¹⁵ André Perugia (1893-1977) fue un diseñador de moda francés de orígenes italianos. Se formó en la tienda de su padre y, con sólo 16 años, abrió su primera *boutique* en París donde confeccionaba zapatos hechos a mano. Fue así como se especializó en diseño de zapatos, caracterizando su estilo por originalidad y atrevimiento. Trabajó tanto para los grandes diseñadores de la época, incluyendo Poiret y Schiaparelli, como para la meca del cine, Hollywood. Se considera como el primero de los grandes y famosos diseñadores de zapatos.



Este collar muy conocido de Schiaparelli pertenece a la colección *Pagana* de 1938 y se encuentra tanto en el *Museo de Arte de Philadelphia* como en el *Metropolitan* de Nueva York donde ha entrado como donación de la coleccionista Millicent Rogers ya citada. Se trata de un collar plano que está enteramente realizado en rhodoid transparente (acetato de celulosa, introducido en el mercado en 1910) y en su interior se encuentran unos insectos de plástico de brillantes colores metalizados. A pesar de estar pensado para conjuntar con un vestido de fiesta, está claro que la usuaria potencial tiene que tener cierto espíritu irónico, ya que no es un complemento de lujo tradicional. El efecto que se genera es curioso y divertido: parece que los animales estén rodeando el cuello para trepar a su antojo. Con este diseño, Schiaparelli, además de usar un material innovador, plantea el tema de lo repugnante como complemento de lo bello, un contraste sorprendente e inesperado, ya presente en el vestido con la langosta, e insertado de manera inesperada en un contexto elegante y lujoso.

La obsesión por los insectos es también muy daliniana, de hecho, el artista catalán en muchas ocasiones introduce hormigas en sus cuadros, esculturas o en objetos surrealistas, remitiendo, en su caso, a la idea de muerte y descomposición, algo que amenaza de forma latente a la belleza. En esta colección de Schiaparelli, los insectos representan más bien algo extraordinario y le permiten renovar el catálogo de las cosas bellas insertando en él las formas, los colores y las texturas de los insectos que, en sus manos, pasan de ser algo repugnante a ser criaturas dignas de admiración. ●●●●



Este frasco de perfume de Schiaparelli es de la fragancia *Sleeping*, que la diseñadora comercializa a partir de 1938 y, por su peculiar forma, ella lo patentó, como también hizo con *Shocking*, con fecha de reconocimiento del 08 de agosto de este año. Se trata de una fragancia fresca con notas de bergamota y jazmín y tiene el mismo nombre del color *sleeping blue* que Elsa inventó y con el que, de hecho, están pintadas varias partes del objeto, además de ser el elemento identificativo de este perfume en las publicidades, como aquellas delicadísimas de Marcel Vertès, por ejemplo, que se encuentran en las revistas de la época. El frasco tiene la forma de una vela (siendo la llama roja el tapón) colocada dentro de una bujía e incluso se presenta a juego con un gracioso apagavelas azul. Las referencias entre el nombre (“durmiendo”) y la vela, objeto nocturno por excelencia, saltan a la vista e invitan a relajarse. De hecho, en nuestra opinión, a través de este frasco, Schiaparelli quiere lanzar un mensaje optimista y desenfadado como si, frente al clima bélico, sea necesario tomarse un descanso a la sosegada luz de una vela y creer en tiempos mejores.

Para Schiaparelli los frascos de sus perfumes son de fundamental importancia, algo en lo que se adelanta a los tiempos, intuyendo una tendencia de marketing muy actual. Entre ellos cabe destacar: el famoso perfume *Shocking* que se presentaba en un frasco diseñado por Leonor Fini y que era un maniquí de sastre en miniatura; *Zut* que representaba las piernas de una mujer; *Snuff*, en forma de pipa y *Si*, de botella de vino o *Sport*, la perfecta reproducción de una botella de champagne francés; *S*, en forma de hoja de hiedra o el *Roy Soleil*, diseñado por Dalí cuyo tapón era una gran cabeza del Rey Sol y así un sinfín de objetos irónicos y apetecibles todavía en la actualidad que hoy definiríamos un *must have*. ●●●●●



Este bolso de paseo, realizado en cuero negro, tiene la forma de un pianoforte, es de 1939 y pertenece a la colección *Música*. Está completo de un pequeño teclado blanco y negro en la parte de la apertura y funciona como una caja de música ya que, al abrirse, suena la melodía *Rose-Marie*, canción de 1924⁹¹⁶. Se trata de un complemento pensado para uso diario, de hecho, aunque su forma es caprichosa y alegre, no deja de ser un accesorio que conjunta bien con un traje de día, por ejemplo, más aún si se combina con cualquier otra pieza de la misma colección como broches en forma de instrumentos musicales o guantes con partituras bordadas.

Los bolsos de Schiaparelli son siempre de lo más original ya que los hay en forma de linterna, de ramo de flores, de cesta para el pic nic, de teléfono, de pez, de cartuchera etc., pero ninguno viene con un carrillón incorporado, excepto éste que es sin duda una novedad absoluta. El carácter soñador y romántico de esta pieza salta a la vista, aunque no recomendamos llevarlo al teatro y menos abrirlo en el medio de una función. ●●●●

⁹¹⁶ WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, op.cit.



En esta foto de Erwin Blumenfeld publicada en *Vogue France* del mes de junio de 1939 vemos a una mujer con un cigarrillo en la boca, estando a punto de encenderlo con una cerilla guardada en unos guantes de piel, de uso diario, diseño de la Casa Schiaparelli. Dicho complemento presenta en los puños unas pequeñas ranuras que sirven para albergar cerillas y, además, presenta en un lateral una parte áspera para poder prenderlas. El diseño, sin duda, es de lo más original y práctico, y contribuye a desafiar a las convenciones sociales. De hecho, en aquella época, el consumo de tabaco era un símbolo de modernización de la sociedad y, con respecto a cuestiones de género, también de liberación de la mujer de ciertos condicionantes que la veían como figura ejemplarizante, pena la exclusión social o la identificación con prostitutas o mujeres de mala reputación. Así que la feminización del consumo de cigarrillos⁹¹⁷, la normalización de esta práctica, ha de leerse también como un logro ya que se sustenta en cambios sociales y económicos decisivo. De aquí que el diseño de estos guantes de Schiaparelli pase a ser también un símbolo de la libertad por la que la mujer estaba luchando. Fiel a su idea, la diseñadora piensa en una creación práctica y divertida, cómplice, como siempre, la ironía, aliada incondicional de sus clientas que hacen un claro alarde de personalidad luciendo estos guantes únicos en su género. Unos años después, a principios de 1950, diseñará unos guantes en la misma línea; éstos incorporarán un pequeño lápiz y una libreta en la parte de la muñeca. Estas creaciones nos

⁹¹⁷ JIMÉNEZ RODRIGO, María Luisa, Tesis doctoral *Mujeres y tabaco: la feminización del consumo de cigarrillos en España*, Universidad de Granada, Departamento de Antropología social, Granada, 2007.

llaman a la memoria los *chatelaines* del siglo XIX que muy a menudo incorporaban justo estos dos objetos (lápiz y libreta) al fin de permitir a las damas anotar los turnos de bailes que les eran reclamados por los caballeros. Lejos del romanticismo del XIX, Schiaparelli diseña a veces productos con características semejantes a los del siglo anterior, pero los reinventa a la luz de una renovada feminidad que también sabe jugar, si la ocasión es propicia para ello. ●●●●



Este vestido, que se encuentra en Florencia, en la colección del *Museo Palazzo Pitti*, es de 1946 y sorprende sobre todo por el diseño del tejido con el que está confeccionado. Se trata de un vestido de día de manga corta, falda ajustada que llega hasta las rodillas. De aire primaveral y fresco, está pensado para una mujer sofisticada a la vez que práctica. Presenta un cuello camisero que enmarca un escote en “V”, es ajustado en la cintura, conforme a la línea *soldado de madera* de Schiaparelli, y de hecho, los hombros son prominentes y destacan bastante sobre el conjunto. En la parte trasera presenta un discreto faldón que cae hasta la mitad del muslo y contribuye a darle al vestido movimiento y estilo sin entorpecer los movimientos, lo que lo hace extremadamente cómodo. Está realizado en seda negra y azul intenso y el aspecto más original es sin duda el estampado de plumas estilográficas, manchas de tintas y vivaces garabatos, elementos, todos ellos, que recorren la prenda en su totalidad. Se trata de una pieza salida del atelier de Schiaparelli a menos de un año de distancia de la finalización de la Segunda Guerra Mundial. Por esta razón, en nuestra opinión, podría ser un guiño a la actividad de escribir, por ejemplo, unas cartas, única manera de tener noticias de familiares lejanos, tanto durante la guerra, como tras su finalización. También, podría interpretarse como la metáfora de escribir un nuevo futuro esperanzador, empezando de nuevo, pasando página y empezando finalmente a vivir una nueva historia. De todas formas, independientemente del significado del estampado, en el caso de que haya alguno, lo cierto es que presenta una estética que se adapta muy bien a la nueva mujer, trabajadora y determinada que emprende su propio camino vital y profesional tras la guerra que ha contribuido, una vez más, a poner en evidencia su rol determinante.

En 1935, Schiaparelli lanzó sus telas con estampado de periódico que utilizó para muchos complementos, en 1939 diseñó un vestido de corte victoriano confeccionado con una tela que representaba unas golondrinas llevando en el pico unas cartas y finalmente cabe mencionar un vestido de 1954 confeccionado con tela cuyo estampado presenta unos sobres de semillas en los que aparecen caligrafiadas informaciones de tipo botánico. Estos son sólo unos pocos ejemplos del interés que el mundo de la escritura, en el sentido más amplio del término, tenía para la diseñadora y este vestido es una prueba más de ello. ●●●●



El 6 de agosto de 1947, Schiaparelli presenta una colección para el invierno y aquí lanza este traje de lana. Se trata de un conjunto que presenta un elemento novedoso: unos trece pompones se disponen alrededor del cuello de la chaqueta formando una especie de collar. Se trata de un traje para uso diario que introduce el elemento divertido de los pompones sin tener en cuenta las convenciones sociales y demostrando una apuesta valiente por parte de Schiaparelli quien, una vez más, nos recuerda que no le preocupaban las críticas que sus diseños podían generar ni los posibles fracasos comerciales. Esta prenda representa claramente la línea *soldado de madera* (*soldier*) que se había convertido en marca de fábrica de la diseñadora desde principios de 1930. En esta foto de Roger-Viollet y que pertenece al archivo *Getty images*, vemos a una modelo posando delante del escaparate del atelier de Schiaparelli en la *Place Vendôme*: el traje es conjuntado con un bonito gorro con visera adornado con pompones a juego con la chaqueta, guantes con cremallera, bolso de mano y zapatos negros; la modelo lleva también un pañuelo y un cinturón, complementos, todos ellos, diseñados por Schiaparelli.

Sólo unos pocos meses antes de esta fotografía, Christian Dior, el 12 de febrero de 1947, había presentado al mundo su revolución en la moda: el *New look* y con él la línea *corolle*. Dicha estética se acabará imponiendo para poner en segundo plano las rígidas siluetas, como la *soldier* de Schiaparelli, a favor de una mayor suavidad de volúmenes. Así que este traje ha de considerarse uno de los últimos diseñados por la modista italiana

conforme a la línea *soldier*. La respuesta de Schiaparelli a Dior no tardó en llegar y el 30 de abril de 1947 presentó su colección para el otoño en la que reafirmaba la solidez de sus líneas. De hecho, en un primer momento, Schiaparelli se resistió a reseñarse a la nueva tendencia: no quería ceder a la tentación del *New look*, que consideraba demasiado frívolo, sin personalidad, así que siguió proponiendo la línea *soldier*, como demuestra esta creación, algo que podría interpretarse como un cierto anacronismo o, cuando menos, un enfoque nostálgico. Sin embargo, la estética de Dior se impondrá universalmente y la propia Schiaparelli acabará diseñando prendas inspiradas en el francés al fin de seguir el ritmo de los tiempos.

Esta prenda no puede no recordarnos, sólo para citar una creación, el bolero de 1938 cuyos botones presentaban la forma de pequeñas bolas navideñas. La similitud reside en el hecho de que en ambos casos asistimos a una descontextualización de objetos (algo muy en la línea de los postulados dadaístas) que salen así de su ámbito convencional (el juego, el adorno), para incorporarse de lleno al mundo de la moda. En efecto, este sector estaba tradicionalmente separado de la dimensión cotidiana y solía más bien ubicarse, y por ende buscar referencias, en contextos glamurosos, algo a que Schiaparelli dio un vuelco importante. ●●●●





De la colección de Schiaparelli de noviembre de 1949 es este vestido de terciopelo rojo bordado con hilo de oro. Se caracteriza por un original corte asimétrico, que definiríamos de perspectiva torcida (utilizando un término procedente del mundo de la Historia del Arte). Llamado *House of Cards*, por la rigidez de las formas que se tienen que mantener en equilibrio como los castillos de naipes, necesita de alambre para sostenerse (como en el caso de los mencionados *vestidos de lámpara* de Paul Poiret).

Con esta prenda, Schiaparelli realiza un cambio en la silueta femenina y propone unas protuberancias en la parte delantera y trasera que cobran sentido al ser vistas de perfil. Lo podemos comparar con el Traje al revés de 1938 que también jugaba con invertir los espacios convencionales de la moda, colocando en la espalda la abertura de la chaqueta y la correspondiente abotonadura, o también con el vestido esmoquin de 1950 que mezclaba dos conceptos en uno: la parte superior como una americana mientras que la inferior era una falda larga típica de un traje de noche. Unas ideas basadas en una especie de collage creativo que permitía romper y componer hasta dar con formas nuevas. Posiblemente la inspiración cubista se halle detrás de estas innovaciones o quizás siga estando presente el imaginario onírico surrealista, cierto es que, independientemente del éxito de creaciones de este tipo, con ellas Schiaparelli demuestra y enseña que no hay que tener miedo a los cambios, por muy radicales que sean, porque hay que aprender a dejarse sorprender por los resultados. De hecho, el tiempo le ha dado la razón y, a posteriori, hemos podido ver cómo algunos diseñadores (John Galliano y Vivienne Westwood entre otros) han tomado buena nota de ello reinterpretando esta creación. ●●●●



Este gorro de Schiaparelli es de 1949, está realizado en satén rojo y está pensado para las estaciones de entretiempo. Está destinado a mujeres sofisticadas que lo pueden lucir en eventos mundanos. La visera está colocada transversalmente y presenta un corte, que deja libre el ojo derecho, rematado por un broche de diamantes de *Van Cleef & Arpels*⁹¹⁸ que va a simular la ceja, lo que genera un efecto trampantojo típico de los diseños de la *Maison*.

La forma recuerda la de unos pequeños cascos que se pondrán de moda entre los jóvenes de la década de los sesenta de la mano de diseñadores ingleses (Mary Quant) o franceses (Pierre Cardin y André Courrèges, entre otros), acorde a la estética de la *space age* ya citada. En la década de los 60 el diseñador londinense Edward Mann propondrá también unos gorros que ocultan la mitad del rostro y dejan al descubierto los ojos, lo que crea un efecto parecido, aunque menos sofisticado, a las creaciones de la italiana. Un concepto parecido lo encontramos en un sombrero de playa del mismo año diseñado

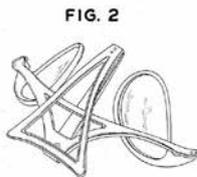
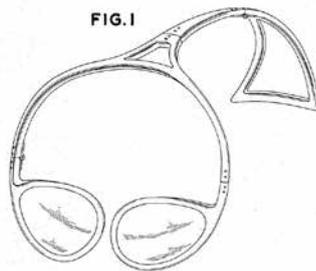
⁹¹⁸ *Van Cleef & Arpels*, tras la época Art Decó en la que diseñó joyas planas de estilo geométrico, empezó, a partir de los años 30, a trabajar más la tridimensionalidad y el movimiento, creando piezas muy originales inspiradas también en las formas de la cotidianidad, como aquellas de candados, cinturones o hebillas. Un claro ejemplo de esta época es el broche de platino, oro y diamantes (1935) en forma de sacacorchos que perteneció a la actriz Joan Collins y el 12 de noviembre de 2020 fue subastado por Bonhams por el valor de 136.536 €. La joya en forma de ceja que *Van Cleef* diseñó para Schiaparelli, responde a esta estética basada en la asimetría y el movimiento.

por Schiaparelli y destinado, según se indica⁹¹⁹, a las estrellas que querían permanecer en incógnito: permitía ver a través del agujero frontal y al mismo tiempo ocultar el rostro.

La actualidad de estos gorros es demostrada también por el hecho de que, en el mes de febrero de 2012, la revista *Vogue Italia* puso uno de ellos en la portada. Se trata de una fotografía de Steven Meisel que retrata a la modelo Laura Kapman con uno de estos gorros y los guantes de garras doradas, ambos de Schiaparelli⁹²⁰. Abajo a la izquierda se lee «Surreal o Real» y esto se debe a que el número está dedicado a las influencias del Surrealismo en la moda actual, así que no podían faltar las referencias a Elsa Schiaparelli o Dalí, entre otros. La vigencia de la diseñadora italiana es además subrayada por el uso del color que hace el fotógrafo, quien separa en dos partes la imagen dejando la parte de arriba en blanco y negro, un guiño a la época de Schiaparelli, mientras que la inferior es en color remitiéndose, de este modo, a la actualidad. ●●●●

⁹¹⁹ “ ‘Schiap’, une des reines de la couture parisienne, perd aux cartes” op.cit.

⁹²⁰ *Vogue Italia*, Milán, febrero, 2012.



INVENTOR
Elsa Schiaparelli
BY
Charles L. ...
ATTORNEYS

Estas gafas plegables fueron inventadas por Schiaparelli y la patente fue registrada el 8 de diciembre de 1953. El diseño está inspirado en el ciclomotor italiano *Vespa* de la empresa *Piaggio* que en aquella época se había puesto de moda, gracias también a la película *Vacaciones en Roma* (1953). Se trata de un increíble par de gafas ideal para viajar y llevar en los bolsillos justo por la peculiaridad de ser plegables. La novedad está también en el hecho de no tener patillas y de sostenerse a través de una especie de diadema transversal. La italiana diseñó, en la misma época, varias gafas entre las que cabe mencionar aquellas con larguísimas pestañas o las que presentaban unas flores en relieve en la montura. De hecho, tras la Segunda Guerra Mundial, Schiaparelli amplió de manera considerable el catálogo de sus productos y añadió más complementos como los pañuelos que se convirtieron, a la par que los perfumes, en un motor fundamental para la *Maison*.

Para comprender la importancia de la idea de Schiaparelli, baste con pensar que la empresa italiana *Persol*, leader en el sector óptico, patentó las primeras gafas de sol plegables en los años 60, cosechando un gran éxito mundial equiparable sólo al de la entonces americana *Ray-Ban*. Sin embargo, las gafas de Schiaparelli no se llegaron a producir, posiblemente a causa del inminente cierre de la *Maison*. Schiaparelli llegó a registrar otras cinco patentes: el bañador con tiras ajustables (1932), el frasco de perfume en forma de maniquí de sastre (1936) y aquello en forma de bugía (1939), un pañuelo para la cabeza que se convierte en turbante (1940) y un collar en forma de babero (1941); así que las gafas plegables fueron la última invención que patentó. ●●●●



Este pañuelo Schiaparelli es de seda, podría ser de la década de los 60, presenta un estampado de tipo psicodélico, muy en boga en las décadas de los 60 y 70, y pertenece a la colección personal de la autora (adquirido por internet). Los bordes están cosidos a mano, algo muy típico de los pañuelos de seda de estos años y no trae etiqueta (posiblemente porque se perdió con el tiempo). Se trata de un complemento pensado para uso diario que, debido a las medidas bastante considerables, se presta a múltiples usos y posiciones.

En la esquina derecha se indica *Schiaparelli Paris*, lo que puede significar que esté confeccionado en París a pesar de que en estos años la diseñadora, al fin de abaratar costes, había derivado la producción de pañuelos a la empresa *Glentex*, situada Japón. Los pañuelos de Schiaparelli realizados en Japón suelen venir con una etiqueta que indica claramente el país de producción y no reseñan en ningún lado la ciudad de París. Por esta razón, es probable que se trate de una pieza de principios de 1960 y confeccionada en Francia justo antes de que se trasladase la producción a Japón.

La imagen es de tipo abstracto y está realizada a base de motivos curvilíneos y arabescos en colores cuya combinación resulta de fuerte contraste cromático: rosa shocking, naranja, marrón, blanco y negro. Tanto en lo que al estampado se refiere como al uso atrevido de colores, esta pieza representa un buen ejemplo de la tradicional estética psicodélica de estos años y nos indica como Schiaparelli seguía, a pesar de estar residiendo en Túnez, las tendencias de la moda.

La producción de pañuelos, así como la de perfumes, siguió hasta 1975, fecha del fallecimiento de la diseñadora, y representó, desde el cierre de la *Maison* (1954), su única fuente de ingresos (además de los derechos de autor que debía de percibir por algunas cuestiones relacionadas sobre todo con la industria cinematográfica). Uno de los diseñadores de pañuelos de más prestigio que trabajó en estos años para Schiaparelli fue el británico Richard Allan, sin embargo, ya que su estilo estaba más en línea con el *Optical Art* o el estilo caligráfico, creemos que este pañuelo no fue diseñado por él. Dentro de los estampados de pañuelos de estos años, destacan, por originalidad, aquellos que presentan una gran tela de araña en toda la superficie, otros que vienen con la cara estilizada del Rey Sol (diseñado por Allan a base de signos caligráficos), los de setas del bosque y otros con variadas figuras geométricas de colores llamativos; imágenes, todas ellas, en línea con la estética de Schiaparelli, quien apostó siempre por estampados originales, creativos y de gran impacto visual. ●●●●





Este retrato de Elsa Schiaparelli fue realizado por uno de sus colaboradores, el italiano Elio Costanzi y está realizado al carboncillo sobre papel.

Es una obra inédita que pertenece a la colección de la autora quien lo adquirió en la tienda de antigüedades *Antichità Barone* en Orvieto, ciudad en la que Costanzi nació en 1913. En la ficha de adquisición figura que es de 1932 y, efectivamente, cotejando la imagen de la retratada con fotografías de la época, parece estar correctamente fechado. Además, en la carpeta original que lo contiene, figura con el nombre de *Amazzone* (amazona), quizás por el corte de pelo y por la valentía que caracterizaban a la modista y a continuación indica claramente el nombre de Schiaparelli.

En él se aprecia a la diseñadora enseñando el lado izquierdo de su cara, en una postura de perfil bastante común en ella, el peinado corresponde al que llevaba en esta época y la cabeza está enmarcada por un generoso cuello de plumas. Llama la atención que Costanzi la represente con un pendiente, mientras que la Schiaparelli no solía a penas llevarlos.

Se trata de un retrato realizado probablemente a modo de homenaje de la diseñadora e inspirado casi seguramente en alguna de las fotografías de esta época como aquella en la que Schiaparelli se encuentra sentada, de perfil y con un cuello de pelo de mono, aunque podría ser la combinación de varios. Descartamos, por el momento, que se pueda haber

realizado con la modelo en vivo, debido al gran parecido con algunas fotografías y a la presencia del pendiente ya mencionado.

En la década de los 30, Costanzi trabajó para la *Maison* parisina y, debido a que era un buen dibujante, también realizó ilustraciones de moda como aquella que hizo para en la revista *Cordelia* en la que se representan un mono de Jean Patou y un conjunto de falda pantalón de Schiaparelli con estampado de langosta a juego con el sombrero de ala ancha (en la imagen). En los 40, Costanzi empezó a dedicarse al diseño de vestuario cinematográfico que grandes éxitos le proporcionó, como cuando trabajó para la película *Dos mujeres* (1960) de Vittorio De Sica, para cuya interpretación, Sophia Loren ganó el Premio Óscar a Mejor Actriz. ●●●●



6

CONCLUSIONES



Para finalizar esta tesis, se ofrecen a continuación una serie de conclusiones que confirman la hipótesis de partida con la que se ha trabajado y la consecución de los objetivos de investigación perseguidos. Se recogen así las aportaciones más relevantes del trabajo desarrollado y también varias reflexiones que a partir de la investigación se han generado.

Al objeto de reconstruir la dinámica de las influencias entre las creaciones de Elsa Schiaparelli y el ambiente artístico de la época, en particular del Surrealismo, se ha contextualizado la labor desarrollada por la diseñadora. De ese modo, se ha podido constatar que la obra Schiaparelli está muy vinculada al momento histórico y artístico en el que vivió y que, a pesar de muchos, indiscutibles, adelantos ideológicos, entronca perfectamente con el espíritu de su generación. El periodo de entreguerras, de hecho, reviste un interés especial debido a la peculiaridad del momento en el que se empiezan a poner de manifiesto las primeras libertades sociales. Hemos podido valorar, en una línea más general, las influencias entre el sector de la moda y las artes plásticas llegando a establecer como conclusión que todas las disciplinas relacionadas con el arte y la moda han estado unidas de manera indisoluble ya no solo en lo que a la creación contemporánea se refiere, sino también a la Historia del arte universal. Por otra parte, desde la actualidad, es frecuente que sea el mundo de las artes plásticas y visuales el que mira con interés al de la moda, por cuanto esta se encuentra ligada a muchos aspectos de la sociedad. La moda, igualmente, ha entrado de lleno en los museos, en parte debido a su discurso rupturista y también debido a que muchos diseñadores aportan ideas y sentido crítico al mundo de la creación; entre otros, creadores como Elsa Schiaparelli, preocupados por lanzar, fuerte y claro, su mensaje de independencia y libertad de expresión.

En este sentido, entre todas las vanguardias consideradas, hemos apreciado como el Futurismo y el Surrealismo son las que más claramente han influenciado a la diseñadora italiana. La vinculación con el Futurismo italiano es importante y constituye aquel *humus cultural*, aquel sustrato que va a ser un terreno fértil para que las ideas surrealistas broten y crezcan sin complejos. Por otra parte, el contacto con el ambiente surrealista sería ser determinante en la vida y en los trabajos de Schiaparelli. Tanto las influencias estéticas como conceptuales del movimiento se dejan notar en el sustrato iconográfico y simbólico de buena parte de sus creaciones; igualmente, las colaboraciones, los contactos directos con los surrealistas y, en suma, las correspondencias que se han analizado en este trabajo, hacen que podamos adscribir la figura de Elsa Schiaparelli al Surrealismo. En este sentido, la colaboración con Salvador Dalí fue especialmente fructífera e ingeniosa y permitió

a una plasmar las inquietudes del otro, dando vida a objetos de sabor onírico, salidos del imaginario daliniano. Prendas como el traje de noche con una irreverente langosta estampada en la falda, la chaqueta de cajones, inspirada en la *Venus* daliniana, el vestido harapiento, recubierto de desgarros, u objetos como la caja para los polvos compactos en forma de teléfono, aportan unos elementos de juicio, basados en la ironía y la provocación, fundamentales al discurso acerca del diseño y las artes plásticas en general.

A estas influencias externas hay que añadir una intrínseca: su manera de entender la vida, la moda y el arte. Sin duda Schiaparelli recibió influencias del ambiente artístico y cultural de la época, pero el carácter onírico y visionario puede considerarse inherente a su naturaleza. Además, a pesar de que, ciertamente, ella utilizase constantemente una iconografía relacionada con el ambiente surrealista o daliniano, siempre ofrece su propia lectura, optimista e irónica. La suya es una mirada curiosa que celebra lo extraordinario, lo diferente como algo no finalizado en si mismo sino entendido como exaltación de la diversidad, de la vida, o incluso, quizás, tendríamos que hablar de: exaltación de la vitalidad. Elsa Schiaparelli fue *una surrealista ante litteram*, en el sentido de que el ambiente de la época le permitió dar rienda suelta a su creatividad, una personalidad fuerte y visionaria, parte de ella desde la infancia. Como cuando llenó su cara de semillas para que brotasen flores o cuando, en su libro *Arethusa*, escribió poemas, según indicó la Bisi en 1916, de tipo visionario y simbólico. Este poemario, de hecho, fue publicado en 1911, cuando tenía 21 años y aún no sabía ni que sería modista, ni surrealista porque, en aquel momento, sencillamente el surrealismo todavía no existía. Podemos concluir que el surrealismo era algo natural en Elsa, no se trató de una tendencia del momento: ella era surrealista antes, durante y después del Surrealismo, porque no se puede renegar algo que es parte de la personalidad de uno. Si algún día tuviésemos acceso al libro *Arethusa*, posiblemente este carácter surrealista se nos revelaría de manera clara, algo que, de momento solo podemos deducir a través de otras fuentes. Es por esto que creemos que Schiaparelli ejerció cierta influencia en el ambiente surrealista, al menos en lo que a las aportaciones iconográficas se refiere. Un ejemplo lo encontramos en el lanzamiento al mercado, en 1936, de la famosa pulsera de pelo que la joven Meret Oppenheim llevaba en el encuentro con Picasso y que le dio la idea para su *Déjeneur en fourrure*. En el caso de Dalí, temas iconográficos como el laberinto – realizado para la presentación de la colección Circus de Schiaparelli en 1938 y cuya versión de grandes dimensiones nos recibe en el museo de Figueras - o la figura del Rey Sol, utilizada en varias ocasiones para Schiaparelli (una de ellas para el perfume de 1947) - están estrechamente vinculados a la colaboración con la modista italiana.

Schiaparelli promulgó la idea de que la moda original y atrevida debía de entenderse como algo positivo, un reflejo de la modernidad de su tiempo, de modo que sus diseños pueden leerse también como un símbolo de la actualidad de la sociedad en la que vivía. La creatividad de sus propuestas viene dada por la innovación, la ironía y la provocación. La selección de diseños de Schiaparelli, recogidos en la parte final de esta tesis constituye, de hecho, un buen resumen su trayectoria y espíritu creativo. Con este muestrario podemos constatar que, en efecto, la originalidad fue la principal constante a lo largo de su carrera profesional, seguida por la ironía y la practicidad en igual medida.

Fundamental fue también su contribución a la afirmación del concepto de *prêt-à-porter* en tanto que la diseñadora italiana, desde sus comienzos, mantuvo una línea de indumentaria *pour le sport*, junto a otra de alta moda. Gran defensora de la moda *lista para llevar*, fue también su contemporánea, Coco Chanel; ambas demostraron una enorme capacidad de adaptación al medio y un espíritu visionario que les permitió adelantarse a sus tiempos. Sin embargo, la conocida rivalidad entre Schiaparelli y Chanel las separó a lo largo de toda su vida, marcada por frases y anécdotas de todo tipo. La amistad con Salvador Dalí, que ambas mantuvieron, tampoco consiguió unir las; aun así el artista español mantuvo una relación de afecto con las dos logrando permanecer al margen.

Los desfiles de sus colecciones estaban pensados como espectáculos y la multidisciplinaridad que las caracterizaba era algo único en su época hasta el punto de constituir un referente para este tipo de eventos, habituales en la actualidad. Lo mismo podríamos decir de la idea de hacer colecciones temáticas, algo que hoy en día podríamos calificar de imprescindible. Porque para Elsa la moda era un espectáculo y, ella, cual directora artística, lo coordinaba y se producía la magia. La finalidad era sin duda comercial, pero el resultado era artístico. La moda, inevitablemente está sujeta a las leyes del mercado y Elsa lo sabía; no suele ser tan libre e independiente como, en principio, se podría suponer que ocurre en otras expresiones artísticas. Sin embargo, la capacidad creativa y visionaria de la diseñadora estuvo por encima de esto y creemos que la honestidad de planteamiento de Schiaparelli es indudable. Por ello sus desfiles son parte integrante del discurso creativo. Era ella quien marcaba tendencia y claramente, esta posibilidad le resultaba estimulante para seguir y reafirmar con fuerza sus ideales. Cuando esto dejó de ser así, tomó la decisión de cerrar su *atelier*: acostumbrada a dictar tendencia, no quiso someterse a la moda inventada por otros (el *New Look* de Dior). Optó, en definitiva, por no plegarse a lo que hoy denominaríamos como *marketing*, una determinada estrategia comercial que implicase perder su independencia.

Pero, además, no podemos olvidar que la historia de la moda es también la de aquellas mujeres que trabajaban en la sombra: costureras, bordadoras, tejedoras etc. y que revistieron una enorme importancia en la sociedad. En este sentido, la moda, estudiada y analizada desde una perspectiva de género, puede contribuir a entender el proceso de afirmación de la mujer. Schiaparelli, como se ha visto, mostró un notable grado de compromiso con los y las trabajadores/as de su taller, valorando su buen hacer, favoreciendo su autoestima y emprendiendo elocuentes gestos; quizás el más notorio, en el momento en el que decidió mantener abierto su *atelier* durante la Segunda Guerra Mundial, con no poco esfuerzo, como muestra de respeto hacia sus empleados y empleadas. De hecho, a pesar de que sus orígenes familiares no fuesen humildes - procedía como sabemos de una familia acomodada e intelectualmente destacada - su vida se desarrolló en la más absoluta independencia teniendo que salir adelante con una hija pequeña. Su valoración del trabajo, del esfuerzo y del sacrificio hizo que se ganase el respeto, el cariño y la admiración de las personas que trabajaban con y para ella.

Schiaparelli, como se ha podido constatar, inició su andadura en la moda a una edad un tanto avanzada – con 37 años lanzaba sus primeras creaciones - y, pese a ello y a su formación autodidacta, supo valientemente enfrentarse a ese difícil mundo. El impacto que generaron sus diseños, desde fechas tempranas, fue extraordinario y, sin duda, constituyó un aliciente, además de un revulsivo en su vida, para seguir creando. Llegarían después los trajes de noche conjuntados con una americana, las faldas pantalón, las faldas tableadas y las hombreras; rompiendo los esquemas de moda y elegancia vigentes hasta entonces. La silueta que Schiaparelli proponía era bien distinta a la que había estado en boga en los años veinte. Ella evitaba los vestidos holgados, cortos, de hombros caídos que la habían precedido, para defender las naturales curvas del cuerpo femenino. Influenciada por la geometría y las rígidas formas de la estética *Art Decó*, la silueta que la diseñadora proponía se basaba en hombros salientes, marcados por hombreras, cintura estrecha, falda ajustada a las caderas hasta los gemelos. Una silueta rígida, cuya chaqueta recordaba la solemnidad del traje militar, que pronto se denominó silueta de *soldado de madera*. Se trataba de una línea muy favorecedora, que resaltaba la natural belleza femenina y que hizo felices a muchas mujeres que ya no necesitaban ser altas y delgadas para lucir vestidos, sino que podían ser ellas mismas y sentirse atractivas tal y como eran y en cualquier contexto.

En relación con la moda femenina y recurriendo a las revistas de moda, se ha podido asimismo constatar el alcance que tuvo la *Maison Schiaparelli*, no solo en lo que a

las tendencias se refiere, sino también en lo que respecta la construcción de la nueva identidad femenina que se estaba forjando en aquellos años. Sus colecciones dieron cabida a unas aportaciones estéticas e iconográficas que contribuyeron a reforzar la idea de independencia de la mujer, algo con lo que se podían identificar las mujeres del momento - al menos aquellas que podían permitirse el lujo de comprar en su boutique – a la manera de la propia Schiaparelli, cuya trayectoria vital y empresarial fue un fiel reflejo de este proceso hacia la libertad conquistada.

La reivindicación de lo que hoy en día definimos como el *empoderamiento*, pasó, en aquel entonces, también por romper estereotipos de género, asociados al rol de la mujer y su conducta, incluyendo la indumentaria, sometida a criterios de decencia que se fueron desterrando con el tiempo, de lo que fueron cómplices Schiaparelli y sus clientas. A ellas también se debe el mérito de haber impuesto su gusto y decisiones frente a aquellas dictadas por la sociedad y el patriarcado. Por esta razón en este trabajo hemos dado también gran importancia a sus clientas, en parte como mecenas o musas inspiradoras, pero también y sobre todo por hacer posible que se materializase esta nueva identidad femenina y por exhibirla sin complejos. Los diseños de Schiaparelli llegaron hasta *Hollywood*; además de los trabajos que realizó para la industria cinematográfica, actrices como Ina Claire, Marlene Dietrich o Katharine Hepburn fueron sus clientas; también figuras de la sociedad parisina o londinense acudían habitualmente a su *atelier* como Daisy Fellowes, Wallis Simpson o Helena Rubinstein. Su *Maison* se convirtió en la más popular del planeta, junto a pocas otras (Chanel, Vionnet, Lanvin etc.), y fue una de las empresas más solventes de París y Londres llegando a tener más de mil empleados a su servicio.

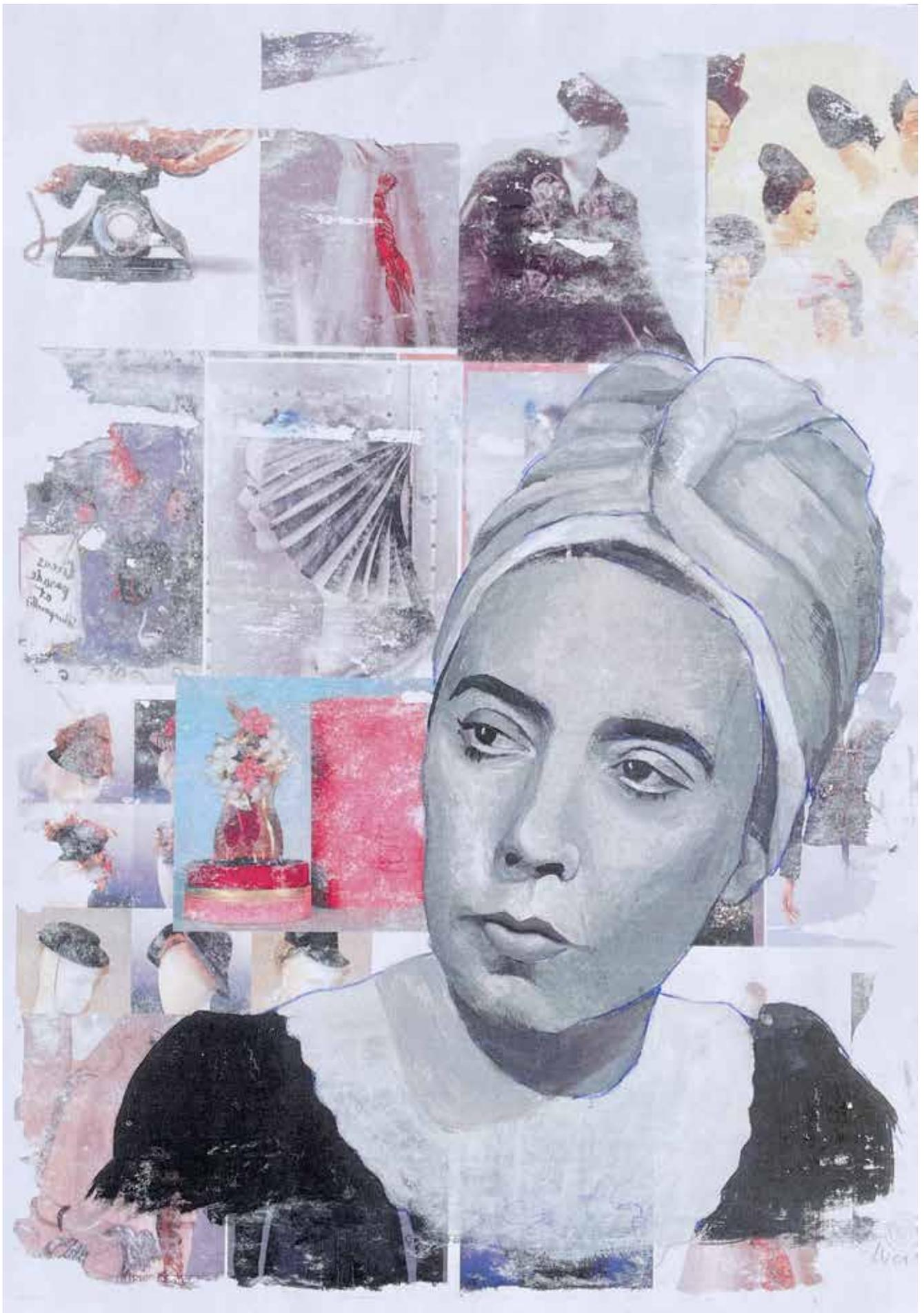
Si bien el lenguaje de Schiaparelli fue irónico, podemos considerar su propuesta estética concreta y pragmática: vestir a las mujeres de forma moderna y actual. Una propuesta que aspiraba a reflejar a las nuevas mujeres, elegantes y cómodas a la vez; mujeres que podían lucir modelos originales y favorecedores no solo en las fiestas y los eventos mundanos, sino también en la cotidianidad y en el trabajo. Schiaparelli fue, de hecho, parte activa de este proceso - la incorporación de la mujer al mundo del trabajo – como mujer emprendedora que contribuyó a forjar esta nueva identidad.

La mujer de Elsa Schiaparelli era el reflejo de las reivindicaciones de la época: segura de si misma, irónica y atrevida, sabía luchar e imponerse, contribuyendo a modificar un mundo pensado mayoritariamente para los hombres. El sentido de la elegancia se veía, así, acompasado por una elevada practicidad y un concepto rebelde de la moda, como demuestra el uso incondicional y sin complejos de las cremalleras en sus diseños. El afán

de experimentar de Schiaparelli, no solo con las formas, sino también con los materiales, la convirtió en la primera modista en utilizar fibras sintéticas en sus creaciones. Esto, acompañado de la utilización de una paleta novedosa, a base de colores nuevos y contraste cromáticos experimentales, fue determinando el estilo Schiaparelli hasta influenciar a las generaciones futuras.

En este sentido, hemos querido abordar también la influencia que tuvo y sigue teniendo Schiaparelli en otros diseñadores. Como se ha podido observar, aquel sector de la moda que podríamos considerar como más atrevido e incluso escandaloso, es precisamente el que ha tomado a la diseñadora italiana como un referente imprescindible, demostrando hoy en día la actualidad de sus creaciones y diseños. Desde Christian Dior, hasta Givenchy, pasando por Yves Saint Laurent o Jean Paul Gaultier, hemos visto como todos mantienen una deuda con ella y la mayoría lo declaran, admitiendo que se inspiran, en esencia, en su audacia y atrevimiento. Así, creaciones como el tejido realizado con estampados de papel de periódico, la utilización del *patchwork* de Arlequín, el frasco de perfume en forma de maniquí de sastre, o la introducción del pelo de mono como material textil a utilizar tanto para chaquetas como para sombreros o botas; todas estas propuestas revelan que la creación no tiene límites y que la imaginación ha abierto un sinfín de puertas al mundo de la moda que, desde Schiaparelli, no ha hecho sino investigar y sorprender. Creadores tan geniales, intuitivos y sorprendentes como Alexander McQueen, Hussein Chalayan o Riccardo Tisci, constituyen soberbios ejemplos. La audacia, el atrevimiento y la valentía de los que la diseñadora italiana hizo gala constituyen probablemente su mayor y mejor legado, como queda reflejado en las numerosas muestras de admiración hacia la modista que en los últimos años se han sucedido en el mundo de la moda.

Para finalizar, consideramos que la mejor manera de concluir esta tesis es rindiendo homenaje al coraje ilimitado de Elsa Schiaparelli, quien se atrevió a entrar en un mundo competitivo llevando consigo solo su ilusión, su formación autodidacta y su genialidad, y lo hacemos con un retrato realizado por la ilustradora Lucía Álvarez Díaz (Oviedo, 2001). Titulada en el ciclo de *Ilustración* de la *Escuela de Arte de Oviedo*, siendo todavía alumna de la autora, Lucía Álvarez manifestó interés en incluir a Elsa Schiaparelli en el proyecto final *Mujeres artistas* (junio, 2022), dirigido por la docente e ilustradora María Luisa Torcida. En este trabajo, Lucía Álvarez retrató a siete mujeres del mundo del arte, entre las que se encuentran Lee Krasner, Zaha Hadid, Yayoi Kusama o Marianne Brandt. La obra, reproducida como cierre a estas conclusiones y realizada con dos técnicas, *transfer*, para el fondo, y *gouache* para el retrato, nos introduce en el maravilloso imaginario de Schiaparelli.



7

ANEXOS FOTOGRÁFICOS



Como complemento al presente trabajo, se han incluido más imágenes en un álbum online al que se puede acceder escaneando el siguiente código QR.



8

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA



Bibliografía

A

- AGAR, Eileen, *A look at my life*, Methuen Publishing Ltd, Londres, 1988.
- ARGAN, Giulio Carlo, *L'arte moderna 1770-1970*, Sansoni Edizioni, Firenze, 1970.
- ARZALLUZ, Miren, *Cristóbal Balenciaga. La forja del maestro (1895-1936)*, Ediciones Nerea, San Sebastián, 2010.

B

- BALDINI, Massimo, *L'invenzione della moda*, Armando Editore, Roma, 2005.
- BALLA, Giacomo, *La indumentaria anti-neutral*, Milano, 1914.
- BALLA, Giacomo, DEPERO, Fortunato, *Reconstrucción futurista del universo*, Milán, 1915.
- BALLARD, Bettina, *In my fashion*, Editorial Martin Secker and Warburf Ltd., Londres, 1960.
- BALMACEDA MIR, María José, *La moda femenina en el París de entreguerras. Las diseñadoras Coco Chanel y Elsa Schiaparelli*, Ediciones Internacionales Universitarias, Santiago de Chile, 1995.
- BALZAC, Honoré, *Tratado de la vida elegante*, Madrid, 1919.
- BARROSO VILLAR, Julia, *Tema, iconografía y forma en las vanguardias artísticas*, Ediciones Ajimez libros, Castrillón, 2005.
- BARROSO VILLAR, Julia, TIELVE GARCÍA, Natalia, *Arte actual en Asturias. Un patrimonio en curso*, Ediciones TREA, Oviedo, 2005.
- BAUDOT, François, *Elsa Schiaparelli*, Universe Publishing, Nueva York, 1997.
- BAUDOT, François, *Moda y Surrealismo*, Ediciones H. Kliczkowski, Madrid, 2003.
- BAUDOT, François, *La moda del siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2008.
- BAXTER-WRIGHT, Emma, *The little book of Schiaparelli*, Carlton books, Londres, 2012.

- BEATON, Cecil, *Photobiography*, Londres, 1951.
- BEATON, Cecil, *The Glass of Fashion: A Personal History of Fifty Years of Changing Tastes and the People Who Have Inspired Them*, Rizzoli, Milán, 2014.
- BERENSON, Marisa, *Elsa Schiaparelli's Private Album*, New York, 2014.
- BISI, Camilla, *Poetesse d'Italia*, Quintieri Editore, Milán, 1916.
- BOY, Billy, *Frocking life*, Rizzoli, New York, 2016.
- BONY, Anne, *Les années 50*, Editions du Regard, París, 1984.
- BRANDSÄTTER, Christian, *Klimt y la moda*, Ediciones H. Kliczkowski, Madrid, 1997.
- BRANDSTÄTTER, Christian, *Wien 1900*, Brandstätter ed, Viena, 2019.
- BRETON, André, *Segundo Manifiesto del Surrealismo*, París, 1930.
- BRETON, André, *Surrealism*, New Burlington Galleries, Londres, 1936.
- BRETON, André, *Prolegómenos a un tercer manifiesto del Surrealismo*, París, 1942.
- BRETON, André, *Nadja*, Cátedra Ediciones, Madrid, 1997.
- BURKHAUSER, Jude, *Glasgow Girls: women in art and design, 1880-1920*, Ediciones Canongate, Edimburgo, 2001.

C

- CARDONA, Coco, *Los modelos más representativos de la exposición. Modelo del mes de febrero. Vestido de Elsa Schiaparelli. Ciclo 2005*, Museo del traje de Madrid, 2005.
- CENDÁN, Susana, "Sonia Delaunay & Alfár: pasajes de una relación singular", *Abrente*, Vigo, 2011.
- CERRILLO RUBIO, Lourdes, *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*. Ediciones Siruela, Madrid, 2010.
- CHADWICK, Whitney, *Women Artists and the Surrealist Movement*, Thames & Hudson, Londres, 1985.
- CHAO, Ramón, RAMONET, Ignacio, *Guía de París rebelde*, Planeta, Barcelona, 2007.
- COSGRAVE, Bronwyn, *Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2005.

D

- DALÍ, Salvador, *La vida secreta de Salvador Dalí*, Ediciones Empúries, Barcelona, 1993.
- D'AMATO, Gabriella, *Moda e design*, Ediciones Mondadori, Milano, 2007.

DELPPIERRE, Madeleine, *Historia De La Moda. Curso Practico De Corte Y Confeccion*, ESINE, Madrid, 1995.

DE MICHELI, Mario, *Le avanguardie artistiche del Novecento*, Ed. Feltrinelli, Milano, 1995.

DE DIEGO Y GONZÁLEZ, Doña J. Natividad, *Compendio de indumentaria española*, Madrid 1915.

DÍAZ SÁNCHEZ, Julián, *Arte, diseño y moda. Confluencia en el sistema artístico*, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, Albacete, 2013.

DILYS, E. Blum, *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli*, Catálogo de la exposición *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli* celebrada en el Museo de Philadelphia, Yale University Press, Yale, 2003.

DI TIZIO, Franco, Lina Cavalieri. *La donna più bella del mondo. La vita (1875-1944)*, Ianieri Editore, Teramo, 2004.

DORFLES, Gillo, *Il Kitsch: antologia del cattivo gusto*, Mazzotta, Milán, 1968.

DORFLES, Gillo, *Ultime tendenze nell'arte d'oggi*, Edizioni Feltrinelli, Milano, 2001.

DURÁN, Gloria, *Baronesa dandy Reina Dadá*, Madrid, 2013.

E

ECO, Umberto, *Obra abierta*, Ediciones Planeta-De Agostini, Barcelona, 1992.

ECO, Umberto, *Historia de la belleza*, Ediciones Lumen, Barcelona, 2004.

F

FALCINELLI, Riccardo, *Cromorama*, Einaudi, Torino, 2017.

FELIX-FROMENTIN, Clotilde, *Autour du pyjama de Le Corbusier. Le vêtement comme modèle de pensée fondateur*, Universitat Politècnica de València, Valencia, 2015.

FINI, Leonor, *Le livre de Leonor Fini*, Clairefontaine, París, 1975.

FISCHER-DIESKAU, Dietrich, *Wagner y Nietzsche*, Altalena Ediciones, Madrid, 1982.

FOUCAULT, Michel, *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte*, Ediciones Anagrama, Barcelona, 1981.

G

GARCÍA LORCA, Federico, DALÍ, Salvador, *Querido Salvador, Querido Lorquito*, Editorial Elba, Barcelona, 2013.

GÓMEZ, ISLA, José, *Fotografía de creación*, Nerea Ediciones, San Sebastian, 2005.

- GOMPERTZ, Will, *¿Qué estás mirando?*, Ediciones Taurus, Madrid, 2013.
- GREENBERG, Clement, *Vanguardia y Kitsch*, Ediciones Siruela, Madrid, 2006.
- GUAGNINI, Elvio, ZANNIER, Italo, *La Trieste dei Wulz: Volti di una storia, fotografie 1860-1980*, Edizioni Alinari, Florencia, 1989.
- GUALDONI, Flaminio, *Trampantojo*, Skira Editore, Florencia, 2008.
- GUALDONI, Flaminio, *Kitsch*, Skira Editore, Milano, 2008.

H

- HOOKS, Margaret, Tina Modotti.: *Fotógrafa y revolucionaria*, Editorial La Fábrica, Madrid, 2017.

J

- JEAN, Marcel, *Histoire de la peinture surréaliste*, París, 1958.
- JIMÉMEZ PRIEGO, María Teresa, *Dalí, joyero del siglo XX*, Ediciones de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, 1999.
- JIMÉNEZ RODRIGO, María Luisa, Tesis doctoral, *Mujeres y tabaco: la feminización del consumo de cigarrillos en España*, Universidad de Granada, Departamento de Antropología social, Granada, 2007.

K

- KALLIR, Jane, *Viennese design*, George Braziller Inc, New York, 1986.
- KLINGSÖHL-LEROY, Cathrin, *Surrealismo*, Taschen, Barcelona, 2009.
- KRAUSS, Rosalind, *Bachelors*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1999.

L

- LAMBRON, Marc, *Lee Miller*, Circe Ediciones, Barcelona, 2000.
- LAVER, James, *Breve historia del traje y la moda*, Ediciones Cátedra, Madrid, 1988.
- LEHNERT, Gertrud, *Coco Chanel ed Elsa Schiaparelli. Due donne e il loro sogno*, Lindau Edizioni, Torino, 2017.
- LIPTAY, Fabienne, *Milena Canonero*, Edition Text + Kritik, Munich, 2015.

M

- MACKRELL, Alice, *Art and fashion*, Batsford ed., Londres, 2005.

MARSANO, Beba. Edizioni Electa, Milano, 2005
MARTÍN, Jaime Luis, *Migraciones pictóricas*, Ediciones TREA, Gijón, 2010.

MARTIN, Richard, *Fashion and Surrealism*, Rizzoli Edition, Nueva York, 1987.

MARTÍNEZ, Santiago, catálogo de la exposición *La fortaleza del arte*, celebrada en la Sala de exposiciones *As Quintas* de La Caridad en noviembre-diciembre de 2021, Oviedo, 2021.

MARTÍNEZ, Santiago, catálogo de la exposición *Fortalezas*, celebrada en el Centro Cultural *Los Arenales* de Santander en marzo de 2022, Santander, 2022.

MASON, Anna, *May Morris: Arts & Crafts Designer*, Ed. Thames & Hudson, Londres, 2017.

MERIAN, Maria Sibylla, *La oruga, maravillosa transformación y extraña alimentación floral*, Núremberg, 1679.

MESSINA, Roberto, “Il fecondo “orientalismo” dei Balletti Russi di Djagilev”, *Un impero verso Oriente*, Università degli Studi di Napoli L’Orientale, Nápoles, 2013.

MILLESIMI, Ines, *Campigli*, Galleria Tega ed., Milano, 2000.

MORALES, María Luz, *La moda. El traje y las costumbres en la primera mitad del siglo XX*, Salvat, Barcelona, 1947.

MORANO, Elizabeth, *Sonia Delaunay. Art into fashion*, George Braziller, inc. Independent publishing, New York, 1986.

MORINI, Enrica, *Storia della moda. XVIII-XX secolo*, Ediciones Skira, Milano, 2006.

N

NADEAU, Maurice, *Histoire du Surréalisme*, París, 1945.

NERET, Gilles, *Tamara de Lempicka*, Ediciones Taschen, Barcelona, 2001.

NIETZSCHE, Friedrich, *La nascita della tragedia*, Edizioni Adelphi, Milano, 1977.

O

OPAZO, Laura, *Armario sostenible*, Editorial Zenith, Colección Zenith Green, Madrid, 2020.

OVERSTREET Richard, catálogo de la exposición *The Sphinx’s Riddle: the Art of Leonor Fini* celebrada en la Weinstein Gallery de San Francisco del 30 de junio al 11 de agosto de 2012, Weinstein Gallery ed., San Francisco, 2012.

P

PALMEGIANI, Maria Elena, “L’influenza di Elsa Schiaparelli nel design di moda attuale” en las actas del congreso *Las voces de las diosas*, Salamanca, 2012.

PALMEGIANI, Maria Elena, “Leonor Fini hacía una nueva dimensión de lo femenino”, en las actas del congreso *Mujeres en guerra/Guerra de mujeres en la sociedad, el arte y la literatura*, Estela González de Sande y Mercedes González de Sande editoras, Oviedo, 2014.

PALMEGIANI, Maria Elena, “Italianas en el extranjero: estilo y experimentación”, en las actas del congreso *Nuevos itinerarios e investigación en la literatura y cultura italiana*, Salamanca, 2021.

PALMEGIANI, Maria Elena, “Los talleres textiles de finales del XIX y principios del XX: el renovado papel de las costureras”, en las actas del congreso *Molestias Textuales: escritoras contra la violencia*, Sevilla, 2022.

PERETTI, Elsa, *Fifteen of My Fifty with Tiffany*, Editado por Fashion Institute of Technology, Nueva York, 1990.

POIRET, Paul, *Vestendo la Belle Époque*, Ed. Excelsior 1881, Milano, 2010.

POLI, Francesco, cuidado por, *Arte contemporanea. Le ricerche internazionali dalla fine degli anni '50 a oggi*. Edizioni Electa, Milano, 2003.

PONENTE, Nello. *L'arte moderna*. Fratelli Fabbri Editore, Torino, 1967.

R

RACINET, Albert, *Historia del vestido*, Editorial LIBSA, Madrid, 2004.

RAMÍREZ, Juan Antonio, *Historia del Arte*, vols. 1, 2, 4, Alianza editorial, Madrid, 2008.

ROLDÁN MORAL, María Sierra, *El diseño de vestuario teatral: de Buontalenti a Diaghilev*, Editorial Síntesis, Madrid, 2017.

ROSEMONT, Penelope, *Surrealist women: an international anthology*, University of Texas Press, Austin, 1998.

S

SAILLARD, Olivier, *The Impossible Wardrobe*, Rizzoli, Milano, 2015.

SCHARER, Whitney, *La edad de la luz*, Ed. Salamandra, Barcelona, 2019.

SCHIAPARELLI, Elsa, *Shocking life*, Ediciones Danoël, París, 1954, (edición italiana: *Shocking life*, Alet, Padova, 2007).

SECRET, Meryle, *Elsa Schiaparelli*, Random House, Londres, 2014.

SEELING, Charlotte, *Moda el siglo de los diseñadores*, Konemann, Madrid, 2000.

SHOPENHAUER, Arthur, *El mundo como voluntad y representación*, Ed. Trotta, Madrid, 2009.

STADLER, Monika, *Gunta Stözl: Bauhaus Master*, MOMA, New York, 2009.

STEELE, Valerie, *Fashion Theory. Hacia una historia cultural de la moda*, Ediciones Ampersand, Madrid, 2016.

T

TIELVE GARCÍA, Natalia, *Pintura contemporánea en Asturias: su trama entre 1898 y 1936*, Ediciones TREA, Oviedo, 2005.

TISDALL, Caroline, BOZZOLA, Angelo, *Futurismo*, Rusconi Editore, Milano, 1988.

TURNES, Cecilia, “Moda y Vestuario. Universos paralelos con infinitas posibilidades de encuentro”, *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, Palermo (Argentina), 2020.

TUSQUETS, BLANCA, Oscar, *Dalí y otros amigos*, Barcelona, 2003.

TZARA, Tristan, “D’un certain automatisme du goût”, publicado en *Minotaure*, núm. 3-4, París, diciembre, 1933.

V

VENTURA, Lourdes, “Duelo en la hoguera de las vanidades”, en *El mundo*, Madrid, 7 de agosto de 2011.

VERGINE, Lea, *L’altra metà dell’avanguardia, 1910-1940: pittrici e scultrici nei movimenti delle avanguardie storiche*, Edizioni Il saggiatore, Milán, 2005.

VILMORIN de, Luise, *Memorias de Coco*, Ediciones Nortedur, Barcelona 1999.

VINCA, MASINI, Lara, *Art nouveau*, Giunti Editore, Firenze, 1978.

VINCA, MASINI, Lara, *L’arte del Novecento*, Giunti Editore, Firenze, 1989.

VOLK, Patricia, *Shocked: My mother, Schiaparelli and me*, Vintage Books, Nueva York, 2014.

VREELAN, Diana, *D.V.*, Editorial Superflua, Barcelona, 2021.

VV.AA., *Hommage à Elsa Schiaparelli*, catálogo de la exposición celebrada en el Palais Galliera de París del 21 de junio al 30 de agosto, París, 1984.

VV.AA., *Diseñadores del siglo XX*, Ediciones CEAC, Barcelona, 1991.

VV.AA., *Liubov Popova 1889-1924*, catálogo de la exposición celebrada en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía del 18 de diciembre de 1991 al 17 de febrero de 1992, Madrid, 1991.

VV.AA., *El sombrero de tres picos*, catálogo de la exposición celebrada en la Fundación Juan March del 7 de mayo al 4 de julio de 1993, Madrid, 1993.

VV.AA., *Amazonas de la vanguardia*, catálogo de la exposición celebrada en el Museo Guggenheim de Bilbao del 13 de junio al 27 de agosto de 2000, Bilbao, 2000.

VV.AA., *La colección del Instituto de la Indumentaria de Kioto. Moda. Una historia desde el siglo XVIII al siglo XX*, Ediciones Taschen, Barcelona, 2003.

VV.AA. Catálogo de la exposición *Lusso & autarchia. 1935-1945. Salvatore Ferragamo e gli altri calzolari italiani* celebrada en el Museo Internazionale della Calzatura de Vigevano, Edizioni Sillabe, Livorno, 2005.

VV.AA., *Iconos de la moda. El siglo XX*. Ediciones Electa, Barcelona, 2007.

VV.AA., *Calder jewellery*, Yale University Press, Yale, 2008.

VV.AA., *Cosas del Surrealismo. Surrealismo y diseño*, catálogo de la exposición celebrada en el Museo Guggenheim de Bilbao del 29 de febrero al 7 de septiembre de 2008, Ediciones del Museo Guggenheim de Bilbao, Bilbao 2008.

VV.AA., *La edad de oro de la alta costura*, catálogo de la exposición celebrada en la Sala de Exposiciones del Banco Herrero del 15 de diciembre de 2009 al 28 de febrero de 2010, Ediciones Banco Sabadell, Barcelona, 2009.

VV.AA., *Trompe-l'œil. Imitations, pastiches et autres illusions*, catálogo de la exposición celebrada en el Museo de Artes Decorativas de París del 2 de febrero de 2012 al 5 de enero de 2014, París, 2011.

VV.AA., *Giacometti et les étrusques*, catálogo de la exposición celebrada en la Pinacoteca de París, del 16 de septiembre de 2011 al 08 de enero de 2012, París, 2011.

VV.AA., *Moda – Historia y estilo*, DK, Londres, 2012.

VV.AA., *De Picasso a Jeff Koons. El artista como joyero*, catálogo de la exposición celebrada en el IVAM de Valencia del 4 de diciembre de 2012 al 17 de febrero de 2013, Valencia, 2012.

VV.AA., *Schiaparelli & Prada Conversation impossibles*, catálogo de la exposición celebrada en el Metropolita Museum, New York, 2012.

VV.AA., *Artist textiles Picasso to Warhol*, catálogo de la exposición celebrada en el Museo de la Moda y Textiles del 31 de enero al 18 de mayo de 2014, Bermondsey, Fashion and Textile Museum Edition, Londres, 2013.

VV.AA., *Jean Clemmer Collaborations Salvador Dali/Paco Rabanne*, catálogo de la exposición celebrada en la Robert Berman Gallery, Los Ángeles, abril, 2013.

VV.AA., Catálogo de la subasta de Christie's, *Colección personal de Elsa Schiaparelli*, Londres, 2013.

VVAA, *La divina marchesa. Arte e vita di Luisa Casati dalla Belle Époque agli anni folli*, catálogo de la exposición que se celebró en Palazzo Fortuny en Venecia del 4 de octubre al 8 de marzo de 2015, Editorial 24 Ore Cultura, Milán, 2014

VV.AA., *Déboutonner la mode*, catálogo de la exposición celebrada en el Musée des Arts Décoratifs de París del 15 de febrero al 19 de julio de 2015, París, 2014.

VV.AA., *Tisser Matisse*, catálogo de la exposición celebrada en el Museo Matisse de Le Cateau-Cambrésis del 15 de noviembre de 2014 al 08 de marzo de 2015, Snoeck édition, Gante, 2014.

VV.AA. Catálogo de la exposición *Déboutonner la mode*, celebrada en el Musée des Arts Décoratifs de París, París, 2015.

VV.AA., *De Chirico a Ferrara. Metafisica e Avanguardia*, catálogo de la exposición celebrada en el Palazzo dei Diamanti de Ferrara del 14 de noviembre de 2015 al 28 de febrero de 2016, Fondazione Arte Ferrara Editore, Ferrara, 2015.

VV.AA., *Arcimboldo*, catálogo de la exposición celebrada en el Palazzo Barberini de Roma del 20 de octubre de 2017 al 11 de febrero de 2018, Skyra Editore, Milano, 2017.

VV.AA., *Arcimboldo. Las flores y la primavera*, catálogo de la exposición celebrada en el Museo Guggenheim de Bilbao del 08 de noviembre de 2017 al 05 de febrero de 2018, Editorial Banca March, Palma de Mallorca, 2017.

VV.AA., *Schiaparelli & the artists*, Rizzoli, New York, 2017.

VV.AA., *Sonia Delaunay arte, diseño moda*, catálogo de la exposición celebrada en el Museo Thyssen-Bornemisza del 4 de julio al 15 de octubre de 2017, Madrid, 2017.

VV.AA., Catálogo de la exposición *William Morris y compañía. El movimiento Arts & Crafts en Gran Bretaña*, celebrada en la Fundación Juan March del 6 de octubre de 2017 al 21 de enero de 2018, Ed. Fundación Juan March, Madrid, 2017.

VV.AA., Catálogo de la exposición, *May Morris: Art & Life*, celebrada en la William Morris Gallery del 28 de noviembre de 2019 al 14 de marzo de 2020, Ed. William Morris Gallery, Londres, 2018.

VV.AA., *Picasso. Tra Cubismo e Classicismo: 1915-1925*, catálogo de la exposición celebrada en el Palazzo Barberini del 22 de septiembre de 2017 al 21 de enero de 2018, Roma, 2018.

VV.AA., *Boldini y la pintura española a finales del siglo XIX: El espíritu de una época*, catálogo de la exposición celebrada en la Fundación MAPFRE del 19 de septiembre de 2019 al 12 de enero de 2020, Madrid, 2019.

VV.AA., *Gala/Dalí/Dior. De arte y moda*, catálogo de la exposición celebrada en el Castillo Gala – Dalí de Púbol del 14 de marzo de 2020 al 6 de enero de 2021, Edición Fundación Gala – Salvador Dalí, Figueras, 2020.

VV.AA., *Shocking! Les mondes surréalistes d'Elsa Schiaparelli*, catálogo de la exposición celebrada en el Musée des Arts Décoratifs de París, del 6 de julio de 2022 al 22 de enero de 2023, MAD, París, 2022.

VYGOTSKY, Lev, *Psicología del arte*, Ediciones Paidós, Barcelona, 2006.

W

WAGNER, Richard, *La obra de arte del futuro*, Ediciones de la Universidad de Valencia, Valencia, 2000.

WHITE, Palmer, *Elsa Schiaparelli: Empress of Paris fashion*, Rizzoli Edition, New York, 1986.

WORTMANN WELTGE, Sigrid, *Bauhaus textiles*, Ed. Thames & Hudson, Londres, 1993.

Artículos en revistas

A

AUSÍN, Adrián, “Los oricios de Dalí”, *El comercio*, 7 de septiembre, Gijón, 2018.

B

BERENSON, Marisa, “Schiap, ma grand-mère”, *Vogue France*, París, marzo, 2000.

BLÁZQUEZ, José María, “El mundo clásico en Dalí”, *Goya. Revista de arte*, números 265-266, julio-octubre, Fundación Lázaro Galdiano, Madrid, 1998.

BOY, Billy, “Homage a Schiaparelli”, *Femme*, París, junio, 1987.

BROOK, Carolina, “Dalí”, *Art e dossier*, número 160, Giunti Editore, Firenze, octubre, 2000.

C

CALAF MASACHS, Roser, “Aprender en museos y espacios de patrimonio”, en *Patrimonio Cultural de España*, Madrid, 2011.

CALVESI, Maurizio, “De Chirico”, en *Art e dossier*, número 28, Giunti Editore, Firenze, octubre, 1988.

CASTRO BRUNETTO, Carlos Javier, “Identidades masculinas y moda en la pintura española del siglo XIX”, en *De arte. Revista de Historia del Arte*, Universidad de La Laguna, 2018.

CORTENOVA, Giorgio, “Magritte”, *Art e dossier*, núm. 59, Giunti Ed., Firenze, julio, 1991.

D

DE LA TORRIENTE, Eugenia, *La moda se atrinchera en los museos*, *El País*, Madrid, 2 de septiembre, 2011.

D-La Repubblica, “Il mondo di Natalia”, Roma, octubre, 2011.

G

GARCÍA DEL SOTO, Arancha, “Mujeres construyendo la paz”, septiembre, *El País*, Madrid, 2016.

GARCÍA, Leticia, “Daniel Roseberry”, *S moda*, revista de moda de *El País*, Madrid, 23 de noviembre, 2021.

L

LACROIX, Christian, “Così ho reinventato la magia di Elsa”, *Io donna*, suplemento de *Il Corriere della sera*, Milán, 6 de julio de 2013.

LARCAN, Laura, “Fini, la “Garbo del Surrealismo”. Un’ italiana da Parigi a Trieste”, *La Repubblica*, Roma, 2009.

LEMAIRE, Gérard-Georges, “Picasso”, *Art e dossier*, número 19, Giunti Editore, Firenze, diciembre, 1987.

LEVY, Thomas, “Meret Oppenheim: From breakfast in fur and back again: the conflation of images, language, and objects”, *Meret Oppenheim’s applied poetry*, New York, 2003.

LORENCI, Miguel, “El encanto «científico» de Arcimboldo”, *Las provincias*, 13 de noviembre de 2017, Madrid, 2017.

LUCAS, Antonio, “Elsa von Freytag, la baronesa dadá”, *El Mundo*, Madrid, 26 de abril, 2015.

M

MARINETTI, Filippo Tommaso, “Le Futurisme”, publicado en *Le Figaro*, París, 20 de febrero de 1909.

MARSANO, Beba, “La nascita della moda moderna”, *La Storia dell’arte. Nuovi orizzonti creativi*. Edizioni Electa, Milano, 2006.

MASAU DAN, Maria y STRUKELJ, Vanja, “Leonor Fini”, *Art e dossier*, núm. 265, Giunti Editore, Firenze, abril, 2010.

MILANI, Milena, “L’incantatrice”, *Tempo*, 15 de septiembre, Milano, 1951.

MONSERRAT, Víctor, “Los artrópodos en la obra de Salvador Dalí”, *Boletín de la Sociedad Entomológica Aragonesa (S.E.A.)*, nº 49 (31/12/2011): 413–434, Madrid, 2011.

MÜLLER, Florence, “Mode et surréalisme: le cas Schiaparelli” (1890-1973)”, *L’oeil*, nº48, enero-febrero, 1996.

MUÑOZ, Miguel Ángel, “El diálogo poético de Giacometti”, *La jornada*, 25 de mayo de 2008 Núm: 690, Ciudad de México, 2008.

O

ORENSTEIN FERMAN, Gloria, “La femme surréaliste”, *Obliques*, núm. 14-15, Ed. Borderie, Nyon, 1977.

P

PALMEGIANI, Maria Elena, “El Museo del Aceite de la Sabina, un Museo de Arte Contemporáneo”, *RdM. Revista de Museología*, Madrid, 2003.

PALMEGIANI, Maria Elena, “Indumentaria femenina en la corte de Mantua de principios del siglo XVII”, en *Particella*, revista del Conservatorio Profesional de Música de Oviedo, Gráficas Covadonga, Gijón, 2011.

PALMEGIANI, Maria Elena, “Design della moda ed avanguardie nell’opera di Elsa Schiaparelli”, en *Liño*, Oviedo, 2012.

PALMEGIANI, Maria Elena, “Elsa Schiaparelli y su relación con el Surrealismo”, en *Liño*, Oviedo, 2018.

PAULVÉ, Dominique, “Elsa Schiaparelli et la couture serréaliste”, *Connaissance des arts*, nº 602, París, 2003.

PERLINGIERI, Ilya Sandra, “Born to shock”, *Chreads magazine*, abril-mayo, 1988.

R

RAGOZZINO, Marta, “Surrealismo”, *Art e dossier*, número 103, Giunti Editore, Firenze, octubre, 1995.

S

SÁNCHEZ OSORIO, Nicolás, “Elsa Schiaparelli. El surrealismo como moda”, *Casa y gente*, Ciudad de México, junio, 2004.

SCHWARZ, Arturo, “Man Ray”, *Art e dossier*, número 139, Giunti Editore, Firenze, noviembre, 1998.

SEELING, Charlotte, “Elsa, la escandalosa”, en *Moda. 1900-1999. El siglo de los diseñadores*. Editorial Könemann, Madrid, 2000.

SESÉ, Teresa, *El gran secreto de Fortuny y la túnica Delphos, La vanguardia Cultural*, Barcelona, 2019.

SHALLET, Sidney, “It’s the Craziest Business”, *The Saturday Evening Post*, Philadelphia, 14 de junio, 1952.

T

THURMAN, Judith, “Mother of invention”, *The New Yorker*, 27 de octubre, New York, 2003.

TIELVE GARCÍA, Natalia, “El falso espejo de la mujer”, *Boletín de arte* de la Universidad de Oviedo, número 20, Oviedo, 1999.

TIELVE GARCÍA, Natalia, “Desarticulación, fragmentación, espectacularidad. Una aproximación a los retos del arte actual”, en *Boletín de Arte* número 23, Universidad de Málaga, 2002.

TORRECILLA, Elia, “La baronesa dadá y el urinario de Duchamp”, periódico digital *The Conversation*, 2019.

V

VIDALES, Raquel, “Falla, Massine y Picasso: los tres picos del sombrero”, *El País*, Madrid, 4 de julio, 2019.

Vogue Italia, Milán, febrero, 2012.

Vogue USA, New York, septiembre, 2015.

VV.AA., “How fine art affects your life”, *Cosmopolitan*, New York, 28 de febrero, 1959.

Fuentes hemerográficas

A

Album de la Mode du Figaro, nº1, París, 1942.

Album de la Mode du Figaro, Nº3, París, 1943.

American Fabrics, New York, primavera de 1947.

Art News, New York, 30 de septiembre, 1944.

B

BIROT P., Albert, “Les Mamelles de Tirésias”, *Rimes et Raisons*, Éditions de la Tête Noire, Albi, 1946.

BRETON, André, *Primer Manifiesto del Surrealismo*, París, 1924.

D

DE TRAILLES, Maxime, “Une heure chez Schiaparelli”, *Carrefour*, París, junio, 1951.

E

Excelsior Modes, nº18, París, 1933.

Excelsior Modes, nº23, París, 1935.

F

FANI, Vincenzo, “Manifiesto della moda femminile futurista”, in *Roma Futurista*, Roma, febrero, 1920.

Femina, París, noviembre, 1928.

Femina, París, mayo, 1929.

Femina, París, marzo, 1932.

Femina, París, septiembre, 1932.

Femina, París, diciembre, 1932.

Femina, París, abril, 1934.

Femina, París, octubre, 1934.

Femina, París, diciembre, 1934.

Femina, París, mayo, 1935.

Femina, París, abril, 1935.

Femina, París, enero, 1935.
Femina, París, septiembre, 1935.
Femina, París, enero, 1936.
Femina, París, octubre, 1936.
Femina, París, noviembre, 1936.
Femina, París, enero, 1937.
Femina, París, enero, 1937.
Femina, París, abril, 1937.
Femina, París, noviembre, 1937.
Femina, París, mayo, 1938.
Femina, París, octubre, 1938.
Femina, París, agosto, 1939.
Femina, París, septiembre, 1939.
Femina, mayo, París, 1939.
Femina, París, número de Navidad, 1945.
Femina, París, diciembre, 1946.
Femina, París, abril, 1947.
Femina, París, agosto, 1947.
Femina, París, agosto, 1948.
Femina, París, diciembre, 1948.
Femina, París, abril, 1949.
Femina, París, octubre, 1949.
Femina, París, junio, 1949.
Femina, París, julio-agosto, 1949.
Femina, París, diciembre, 1949.
Femina, París, marzo-abril, 1951.
Femina, París, septiembre-octubre, 1952.
Femina, París, número de Navidad, 1952.
Femina, París, marzo-abril, 1953.

FLANNER, Janet, "Profiles: Comet", en *The New Yorker*, New York, junio, 1932.

G

GARCÍA LORCA, Federico, "Oda a Salvador Dalí", en *La Revista de Occidente*, Madrid, abril 1925.

H

HUGNET, Georges, "Petite rêverie du grand veneur", en *Minotaure*, número 5, París, mayo, 1934.

Harper's Bazaar, New York, julio, 1935.

Harper's Bazaar, París, diciembre, 1936.

Harper's Bazaar USA, New York, abril, 1936.

Harper's Bazaar France, París, marzo, 1936.

Harper's Bazaar, New York, marzo, 1937.

Harper's Bazaar, París, marzo, 1937.

Harper's Bazaar, París, mayo, 1937.

Harper's Bazaar USA, New York, junio, 1937.

Harpers's Bazaar, New York, marzo, 1938.

Harper's Bazaar USA, New York, marzo, 1938.

Harper's Bazaar USA, New York, junio, 1939.

Harper's Bazaar France, París, diciembre, 1939.

Harper's Bazaar USA, New York, diciembre, 1939.

Harper's Bazaar France, París, enero, 1940.

Harper's Bazaar USA, New York, marzo, 1940.

Harper's Bazaar France, París, octubre, 1948.

I

Images de France, París, julio, 1941.

L

L'Art et la Mode, París, enero, 1942.

Le Surréalisme au service de la révolutionnel, número 3, París, diciembre, 1931.

Life, New York, febrero, 1922.

Life, New York, septiembre, 1945.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, abril, 1932.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, septiembre, 1932.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, abril, 1933.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, noviembre, 1933.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, septiembre, 1934.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, noviembre, 1934.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, diciembre, 1934.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, enero, 1935.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, noviembre, 1935.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, enero, 1935.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, marzo, 1936.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, diciembre, 1936.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, septiembre, 1937.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, marzo, 1938.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, junio, 1938.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, septiembre, 1938.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, enero, 1939.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, octubre-noviembre, 1939.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, enero, 1939.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, mayo, 1940.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, junio, 1941.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, abril, 1946.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, primavera, 1946.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, octubre, 1946.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, enero-febrero, 1948.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, marzo-abril, 1949.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, septiembre, 1949.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, octubre-noviembre, 1949.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, febrero, 1950.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, abril, 1950.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, agosto, 1950.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, septiembre, 1950.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, octubre, 1950.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, agosto, 1951.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, octubre, 1951.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, invierno, 1952.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, abril, 1952.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, junio, 1952.

L'Officiel de la Couture et de la Mode, París, agosto, 1952.

M

Marie Claire, París, septiembre, 1938.

Minotaure, número 6, París, diciembre, 1934.

Minotaure, número 8, París, 15 de junio, 1936.

Mode pratique, París, 5 de diciembre, 1936.

N

New Yorker, New York, agosto, 1928.

New York Times, New York, enero, 1936.

Newsweek, New York, 6 de septiembre, 1949.

P

Picture Post, Londres, febrero, 1942.

Photo Press Eclair Mondial, París, 1953.

Plaisir de France, París, octubre, 1939.

Preen uniforms, New York, 1960.

París Match, París, 15 de febrero, 1940.

R

Revista de la Universidad de México, México DF, junio, 1938.

Richmond Times-Dispatch, Richmond, USA, 22 de septiembre, 1941.

S

Sales Management, New York, 01 de marzo de 1945.

“ ‘Schiap’, une des reines de la couture parisienne, perd aux cartes mais gagne dans la vie” en *Samedi soir*, París, 9 de junio, 1951. Artículo sin firma.

“Schiaparelli coupe encore des robes en secret”, *París presse*, París, 29 de abril, 1959. Artículo sin firma.

Soirées de Paris, París, 1914.

T

Time, New York, 13 de agosto, 1934.

V

Vogue France, París, febrero, 1927.

Vogue France, París, agosto, 1927.

Vogue France, París, noviembre, 1927.

Vogue France, París, diciembre, 1927.

Vogue France, París, abril, 1928.

Vogue France, París, mayo, 1928.

Vogue France, París, julio, 1928.

Vogue France, París, octubre, 1928.

Vogue France, París, diciembre, 1928.

Vogue France, París, mayo 1929.

Vogue France, París, diciembre, 1929.

Vogue France, París, enero, 1930.

Vogue USA, New York, enero, 1930.

Vogue France, París, marzo, 1930.

Vogue France, París, junio, 1930.

Vogue France, París, agosto, 1930.

Vogue France, París, septiembre, 1930.

Vogue France, París, diciembre, 1930.

Vogue France, París, mayo, 1931.

Vogue France, París, julio, 1931.

Vogue France, París, agosto, 1931.

Vogue France, París, octubre, 1931.

Vogue USA, New York, noviembre, 1931.

Vogue France, París, diciembre, 1931.

Vogue France, París, febrero, 1932.

Vogue USA, New York, marzo, 1932.

Vogue France, París, septiembre, 1932.

Vogue USA, New York, octubre, 1932.

Vogue France, París, enero, 1933.

Vogue USA, New York, septiembre, 1933.

Vogue France, París, noviembre, 1933.

Vogue France, París, diciembre, 1933.

Vogue France, París, enero, 1934.

Vogue France, París, abril, 1934.

Vogue USA, New York, abril, 1934.

Vogue France, París, junio, 1934.

Vogue USA, New York, agosto, 1934.

Vogue France, París, octubre, 1934.

Vogue France, París, diciembre, 1934.

Vogue France, París, enero, 1935.

Vogue France, París, febrero, 1935.

Vogue USA, New York, abril, 1935.

Vogue France, París, abril, 1935.

Vogue France, París, junio, 1935.

Vogue France, París, septiembre, 1935.
Vogue France, París, octubre, 1935.
Vogue France, París, enero, 1936.
Vogue France, París, abril, 1936.
Vogue USA, New York, junio, 1936.
Vogue France, París, julio, 1936.
Vogue USA, New York, septiembre, 1936.
Vogue British, Londres, octubre, 1936.
Vogue France, París, octubre, 1936.
Vogue USA, New York, octubre, 1936.
Vogue France, París, noviembre, 1936.
Vogue France, París, diciembre, 1936.
Vogue France, París, enero, 1937.
Vogue France, París, febrero, 1937.
Vogue British, Londres, abril, 1937.
Vogue France, París, abril, 1937.
Vogue USA, New York, abril, 1937.
Vogue France, París, mayo, 1937.
Vogue France, París, junio, 1937.
Vogue France, París, julio, 1937.
Vogue France, París, agosto, 1937.
Vogue USA, New York, julio, 1937.
Vogue France, París, septiembre, 1937.
Vogue France, París, octubre, 1937.
Vogue France, París, diciembre, 1937.
Vogue USA, New York, octubre, 1937.
Vogue France, París, enero, 1938.
Vogue France, París, marzo, 1938.
Vogue USA, New York, marzo, 1938.

Vogue France, París, marzo, 1938.
Vogue France, París, abril, 1938.
Vogue USA, New York, abril, 1938.
Vogue France, París, mayo, 1938.
Vogue France, París, junio, 1938.
Vogue USA, New York, julio, 1938.
Vogue France, París, agosto, 1938.
Vogue British, Londres, septiembre, 1938.
Vogue France, París, octubre, 1938.
Vogue USA, New York, octubre, 1938.
Vogue British, Londres, noviembre, 1938.
Vogue France, París, noviembre, 1938.
Vogue France, París, diciembre, 1938.
Vogue France, París, enero, 1939.
Vogue USA, New York, marzo, 1939.
Vogue France, París, abril, 1939.
Vogue France, París, junio, 1939.
Vogue USA, New York, junio, 1939.
Vogue France, París, julio, 1939.
Vogue USA, New York, octubre, 1939.
Vogue British, Londres, noviembre, 1939.
Vogue USA, New York, enero, 1940.
Vogue France, París, marzo 1940.
Vogue France, París, abril-mayo, 1940.
Vogue France, París, enero, 1943.
Vogue France, París, junio, 1943.
Vogue France, París, invierno, 1945-1946.
Vogue France, París, enero, 1945.
Vogue France, París, verano, 1946.

Vogue France, París, febrero, 1947.
Vogue France, París, marzo-abril, 1947.
Vogue France, París, mayo-junio, 1947.
Vogue USA, New York, octubre, 1947.
Vogue France, París, febrero, 1948.
Vogue France, París, febrero, 1949.
Vogue France, París, abril, 1949.
Vogue France, París, julio-agosto, 1949.
Vogue France, París, septiembre, 1949.
Vogue France, París, octubre, 1949.
Vogue France, París, noviembre, 1949.
Vogue France, París, octubre 1950.
Vogue France, París, febrero, 1951.
Vogue France, París, julio, 1951.
Vogue France, París, diciembre, 1951.
Vogue France, París, abril, 1952.
Vogue France Pattern, París, febrero, 1954.
Vogue France Pattern, París, enero, 1954.
Vogue France, París, abril, 1954.
VV.AA., *International Surrealist Bulletin*, núm. 4, Londres, septiembre, 1936.

Webgrafía

BALLANO, Elena, “El día que Salvador Dalí conoció a su perfumista”, www.vanitatis.elconfidencial.com, 19 de noviembre de 2014.
CADENAS, Laura, “Las zapatillas “sucias” de más de 400 euros favoritas de las aristócratas”, www.telva.com abril de 2022.
CAPASSO, Livia, “Il volto femminile del Futurismo”, <https://vitaminevaganti.com>

CHIMERA, Paul, “Salvador Dalí’s Bryan Hosiery Art is Sheer Delight!”, <https://dali.com>

COSTA, José Manuel, “La desconocida etapa de Sonia Delaunay en Madrid y cómo convirtió en arte el diseño”, <https://eldiario.es/> 7 de julio de 2017.

FERNÁNDEZ, Diana, “Malevich, el constructivismo” y “Una victoria sobre el sol”, <https://vestuarioescenico.wordpress.com/> 2014.

FERNÁNDEZ, Diana, “Una victoria sobre el sol”, <https://vestuarioescenico.wordpress.com/> 2014.

KULAWICK-ASSANTE, Katia, “Marisa Berenson, divine diva”, www.vanityfair.fr 22 de diciembre de 2014.

LUIS, Nuria, “Emilie Flöge, la musa de Klimt que la moda olvidó”, <https://smoda.elpais.com/> , 26 de septiembre de 2017.

SEGUÍ, Virginia, “El Surrealismo y la Moda”, <https://alenarterevista.net> , 2013.

VÁZQUEZ Lydia, “Los casos de Claude Cahun y Gisèle Prassinos”, www.revistaelgolem.com , 2020.

Blog de Fulvia d’Ambrosi. <https://bonapartedotblog.wordpress.com/>

E le chiamano arti minori.....! Grupo de estudio de Facebook administrado por Serenella Fidelibus

Sitio web de la Fondazione Alinari per la fotografia www.alinari.it

Sitio web del Archivo de Conde Nast <https://artsandculture.google.com/partner/conde-nast-archive>

Sitio web del Archivo del New York Times <https://archive.nytimes.com>

Sitio web del Banco de archivos fotográfico del Getty Museum <https://www.gettyimages.es/>

Sitio web del Museo Metropolitan de Nueva York www.metmuseum.org

Sitio web del Museo Reina Sofía www.museoreinasofia.es

Sitio web del Museo De Artes Decorativas de París <https://www.paris.es/museo-artes-decorativas>

Sitio web del V&A Museum, Londres. www.vam.ac.uk

<http://ceres.mcu.es/>

www.harpersbazaar.com

<https://hprints.com>

www.schiaparelli.com

www.vogue.es

www.zk-images-gallery.com

Fuentes orales

Condesa Karin Sassoli de' Bianchi de' Medici, entrevista telefónica, realizada el 08 de septiembre de 2011.

