

# Chiaparelli

MODA Y SURREALISMO



AUTORA:  
CARMEN SOUCASE RODRÍGUEZ



*"En tiempos difíciles, la moda siempre es extravagante".*

*E. Schiaparelli*

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

1-2

PARTE 1

3-15

CAPÍTULO 1.1: LA CULTURA DE MASAS Y LA MODA

3-6

CAPÍTULO 1.2: BIOGRAFÍA DE ELSA SCHIAPARELLI

6-9

CAPÍTULO 1.3: PERIODO ENTREGUERRAS. MODA FEMENINA EN PARÍS: COCO CHANEL VS ELSA SCHIAPARELLI.

10- 15

PARTE 2. MARCO METODOLÓGICO. ESTUDIO DEL SURREALISMO.

16-39

CAPÍTULO 2.1: EL ARTE SURREALISTA. PAPEL DE SALVADOR DALÍ Y OTROS MOVIMIENTOS DE LA ÉPOCA.

16-20

CAPÍTULO 2.2: ELSA SCHIAPARELLI Y EL SURREALISMO.

21

CAPÍTULO 2.3: CREACIONES SURREALISTAS DE ELSA SCHIAPARELLI

22-27

CAPÍTULO 2.4: DISEÑOS MÁS DESTACADOS CON SALVADOR DALÍ.

28-32

CAPÍTULO 2.5: ELSA SCHIAPARELLI, MUSA DE DISEÑADORES ACTUALES

33-37

CAPÍTULO 2.6 ELSA SCHIAPARELLI Y MUICCIA PRADA

38-39

CONCLUSIONES:

40

## 0. Introducción

En las próximas páginas nos adentraremos en el mundo de la moda del periodo entreguerras. Conoceremos cómo los conflictos bélicos transformaron no solo la vida de las personas y la sociedad, sino que también se produjeron cambios en la industria de la moda. Todo ello nos llevará a centrarnos en Elsa Schiaparelli, una gran diseñadora a la que, fuera del mundo de la moda, no se le ha dado el lugar que merece.

El interés por este tema nace tras cursar el Máster Emprendedores en Comunicación y Moda en el año 2018, de hecho, fue ahí donde descubrí el mundo de la publicidad y me decidí a cursar el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, el segundo grado tras Periodismo. Años atrás había escuchado hablar de Elsa Schiaparelli pero fue durante el máster cuando descubrí lo apasionante que era su obra, su mentalidad y todo el legado que había dejado. Coincidió con muchos profesionales del mundo de la moda en que no fue una simple modista o diseñadora, fue una artista y muchas de las piezas que realizó llevan detrás una historia y una relevancia para el mundo actual. Este Trabajo Fin de Grado pretende ser más bien un Trabajo Fin de Estudios; donde aglutinar y combinar todos mis estudios para hablar, en definitiva, de comunicación.

El movimiento feminista no es algo nuevo, las mujeres llevan luchando por sus derechos desde hace más de un siglo. La forma de vestir es una de las maneras de reivindicar la posición de la mujer en una sociedad machista. Desde el modisto francés Paul Poiret, quien dio libertad a la mujer pues la liberó del corsé al buscar restaurar la naturalidad de los atuendos femeninos; hasta la diseñadora Muiccia Prada hoy día, pasando por la protagonista de esta investigación: Elsa Schiaparelli. Queremos dar el puesto que Schiaparelli merece dentro de la lucha feminista, cómo desde su posición reivindicó el papel de la mujer en la sociedad y la dotó de libertad con sus obras con un toque descarado.

Elsa Schiaparelli, fue toda una revolución para la moda y sociedad. Ha contribuido al avance social y profesional de la mujer moderna y a cambiar la concepción de la moda que pasa a ser entendida como una obra de arte. Una adelantada a su tiempo que rompió con los estereotipos de los años en los que le tocó vivir. Desafortunadamente, pese a su gran talento y el legado que nos ha dejado, si preguntamos por ella no son muchos quienes la conocen. Gran rival de Coco Chanel

y amiga de grandes artistas, Elsa Schiaparelli se hizo su lugar en el mundo de la moda y así nos lo recuerdan diseñadores actuales, quienes 47 años después de su fallecimiento siguen inspirándose en ella para sus colecciones.

Así mismo, nos centraremos y daremos gran importancia a su carrera profesional de la mano de la corriente artística del surrealismo y las colaboraciones con el pintor español, Salvador Dalí. Juntos vivieron la moda de una forma muy peculiar que escandalizaba a unos y enamoraba a muchos otros. No había término medio cuando se trataba de opinar de sus trabajos, estos no dejaban indiferente a nadie.

Por lo que el **objetivo general** de esta investigación es profundizar en la biografía y obra de la diseñadora Elsa Schiaparelli.

Como **objetivos específicos** encontramos:

- Ahondar en la biografía de Schiaparelli.
  
- Establecer e indagar en la conexión del tándem Elsa Schiaparelli- Arte Surrealista.
  
- Exponer los cambios estéticos producidos en el mundo de la moda y cambios en el modo de entenderla. Así como destacar la rivalidad de Schiaparelli con una de las grandes de la alta costura; Coco Chanel.

## Parte 1. Marco teórico

### Capítulo 1.1: la cultura de masas y la moda

Para comenzar, tenemos que destacar que la cultura parte de una óptima evolucionista, no podemos estudiar la cultura como un todo, si no que debemos estudiarla según avances sociales, políticos, culturales. La cultura parte de la sociedad y esta evoluciona constantemente. El ser humano no nace con un tipo de cultura si no que se va formando con las vivencias y el entorno en el que vive.

A continuación, vamos a definir qué es la cultura según varios autores vistos en el temario de la asignatura de Publicidad, Cultura y Generación de Contenido impartida por la profesora María Teresa Donstrup Portilla:

Según Tylor, la cultura es todo aquello que incluye “el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbre, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre”.

Según Cuche, se trata de un “permanente proceso de construcción, deconstrucción y reconstrucción”. A firma que “lo que define una cultura no es la presencia o la ausencia de tal o cual rasgos o de tal o cual complejo de rasgos culturales, sino su orientación global en tal o cual dirección [...] Una cultura no es una simple yuxtaposición de rasgos culturales sino una manera coherente de combinarlos”.

Por otro lado, según Harris, “cultura es el conjunto aprendido de tradiciones y estilos de vida, socialmente adquiridos, de los miembros de una sociedad, incluyendo sus modos pautados y repetitivos de pensar, sentir y actuar”.

Una serie de rasgos y tradiciones definen una cultura. Sin ellos no se puede construir. Al fin y al cabo, consiste en una mezcla de elementos (actividades, fiestas, gastronomía, costumbres, vestimenta...), coherente, que al final forman la identidad cultural.

Existen diferentes niveles de cultura: alta cultura, cultura de masas, *midcult* y cultura popular. En concreto la *midcult* se trata de cultura de masas disfrazada de alta cultura. Trata de vendernos la idea de que lo que están consumiendo se trata de alta cultura. La cultura popular se trata de la cultura del pueblo, nacida por y para él. Tenemos que tener cuidado con el concepto en inglés pues es *folk culture*, no *popular culture*.

Desde sus inicios, la moda no ha sido, lo que llamamos, cultura popular. La moda ha sido creada por la alta sociedad para la alta sociedad. Solo unos pocos podían vestir telas de calidad y podían confeccionar las vestimentas a su gusto, además desde siempre ha sido un negocio con el que el modisto o modista pretendía ganar dinero con ello. La cultura de masas es aquello que ha sido creado por el pueblo para el pueblo, desde abajo para los de abajo.

Hoy día, con la aparición del *fast fashion retail*, prácticamente cualquier persona puede vestir ropa de temporada y seguir las modas de cada temporada a un precio asequible, podemos decir que la moda se ha democratizado. Antes, tener un vestido o un traje de chaqueta era una obra de arte confeccionada de manera artesanal, en exclusiva para determinada persona, generalmente perteneciente a la clase alta como la nobleza y la monarquía y el resto de la sociedad se las apañaban como podían cosiendo sus propias telas viejas

Asimismo, podríamos citar a Humberto Eco en un fragmento del libro *Apocalípticos e Integrados* “Evidentemente, el miniaturista medieval que confeccionaba las imágenes de libro de horas para su cliente se hallaba inmerso en una relación artesana: cada imagen, si por un lado remitía a un código de creencias y convenciones, por otro iba dirigida al destinatario único, estableciendo con él una relación precisa. Pero en cuanto surge la posibilidad de imprimir xilográficamente páginas de una biblia reproducibles en varios ejemplares, se produce un hecho nuevo. Una biblia que se reproduce en varias copias cuesta menos y puede llegar a más personas. ¿Una biblia que se vende a más personas, no será acaso una biblia menor? Y entonces se la llamará *biblia pauperum*. Por otra parte, el factor externo (capacidad de difusión y precio) influye también en la naturaleza del producto: el dibujo se adaptará a la comprensión de un público más vasto, pero menos ilustrado”. Eco (2013: 31). Estas palabras de Eco bien podrían hacer referencia al tema de la moda comentado unas líneas más arriba.

En la actualidad, la moda es más efímera, por lo tanto, los materiales que se utilizan para la confección de prendas son de menor calidad en comparación con la ropa de hace 50 años. El consumismo en el que vivimos nos crea la necesidad de comprar ropa cada temporada, que sintamos que la que compramos el año pasado está obsoleta y que no deberíamos utilizarla si queremos pertenecer al grupo social en el

que sociabilizamos.

Extrapolando las críticas de Humberto Eco a la cultura de masas; “Los *mass media* promueven mitos y símbolos universalizables y fácilmente reconocibles, lo que reduce la individualidad y la particularidad de las experiencias”, con estas declaraciones podríamos extraer que las prendas que se venden son prácticamente iguales en firmas totalmente diferentes. Hombres y mujeres vestimos con estilos prácticamente iguales y son pocas las marcas que se salen de lo común y confeccionan prendas atípicas. Estas marcas suelen tener una producción menos industrializada y la materia prima suele ser de mejor calidad, por lo que, inevitablemente, el precio de cada prenda se encarece, pero ¿quién está dispuesto a pagar 100 euros por una camisa de una marca desconocida teniendo una parecida por 30 en cualquier tienda de grupo Inditex?

Lo bueno de estas marcas menos industrializadas, es que son más conscientes del trabajo y responsabilidad que conlleva sacar al mercado una colección con pocas unidades de cada prenda. Cuidan más los detalles, se interesan por elegir tejidos exclusivos, de buena calidad. Por otro lado, son conscientes de la contaminación que provocan grandes empresas del sector de la moda. El impacto ambiental se produce a través de cuatro factores: el agua que se emplea, los materiales que se utilizan (y se desechan), el uso y eliminación de productos químicos muy dañinos y el gasto de energía.

Según datos extraídos del artículo de revisión “El precio medioambiental de la moda rápida” publicado en la revista *Nature*, “la industria de la moda produce al año entre 4 000 y 5 000 millones de toneladas de CO<sub>2</sub>, lo que representa entre el 8% y el 10 % de las emisiones globales de este gas. Es responsable del 20 % de la contaminación industrial de agua, debido a sus tintados y contribuye en algo más de un tercio a la acumulación de microplásticos de los océanos, con 190.000 toneladas anuales”.

En defensa de la moda, la democratización y la bajada de precios para hacerse con prendas de ropa muy parecida a la que vemos en las pasarelas del *prêt à porter* de grandes firmas internacionales, han permitido que más gente pueda interesarse por la moda y por lo tanto este arte llegue a más personas en nuestra sociedad actual. La moda no deja de ser parte de la historia de nuestro mundo, que ha ido modificándose y evolucionando según han transcurrido los años; e incluso se ha visto afectada por



factores políticos, religiosos, culturales, etc.

## Capítulo 1.2: biografía de Elsa Schiaparelli

Elsa Schiaparelli nació en París en 1890, de padre astrónomo, decano de la Universidad de La Sapienza y madre aristócrata de la familia de los Medici.

Estudió Filosofía y Letras en la Universidad de Roma, y al terminar la carrera sorprende a todo el mundo escribiendo y publicando *Arethusa* un libro de poemas eróticos. Esta publicación fue un escándalo tanto para su familia como para la sociedad en general. Avergonzados y por esta razón, sus padres la envían a un convento pensando que allí la joven se calmaría y renunciaría a su pensamiento y espíritu revolucionario tanto para la época como para ella que era una mujer; lejos de la realidad, Schiap, como le gustaba que la llamasen, se puso en huelga de hambre para que la sacaran de allí. Lo consiguió.

Con 22 años se mudó a Londres. En el trasatlántico, Elsa entabló amistad con Gabrielle Picabia, la esposa del pintor dadaísta. Este encuentro acercaría a Elsa al círculo de los artistas de vanguardia de la época: Man Ray, Marcel Duchamp y Edward Steichen, entre otros.

Un día acudió a la conferencia de un joven teósofo llamado Wilhelm Wendt de Kerlor. Fue un flechazo y después de veinticuatro horas de conversación, Schiaparelli contrajo matrimonio con Kerlor, vestida de negro y en una ceremonia civil. Juntos se mudaron a Chicago, tuvieron una hija, Maria Luisa Yvonne Radha, más conocida como Gogo. Tras varias infidelidades, Kerlor las abandona. Elsa vivió una época difícil, sola en EEUU, trabajó como traductora, administrativa y figurante en películas para sacar a delante a su hija sola en una sociedad machista.

Un tiempo más tarde tomó la decisión de volver a París junto con su hija y comenzara trabajar en el mundo de la moda de la mano del que se convirtió en su amigo, Paul Poiret. Comenzaba el año 1925 y se atrevía a realizar diseños para sus amigas, además también se ofreció como diseñadora independiente para algunas casas de alta costura de la ciudad.

Dos años más tarde, el 1927 lanza su primera colección. Constituida por jerséis, faldas y vestidos de punto tricotado, destacaron técnicas como los motivos

geométricos y los efectos trampantojos. La idea de la colección se completó con pijamas, bañadores y ropa de playa. Esta idea de lo que hoy llamamos prêt à porter, hizo despegar la carrera de Schiap, fueron varios los talleres textiles estadounidenses quienes le ofrecieron sus primeros acuerdos de licencia.



La prenda más icónica de esta primera colección resultó ser un jersey negro con una gran lazada blanca realizado con la técnica trampantojo. La edición francesa de la revista Vogue fue quien lo publicó e hizo que, de la noche a la mañana, Schiap se convirtiese en un icono de la moda del momento.

En 1932, su marca era ya un ejemplo empresarial de éxito. Disponía de varios pisos y ocho talleres que daban trabajo a 400 personas, sus primeras sedes en Londres e incluso oficina en Nueva York. En 1935 se convertía en la propietaria del Fontpertuis, 21 en Place Vendôme, un hotel de cinco pisos, en cuyos bajos instaló una boutique.

Alcanzó la gloria a lo largo de la década de los años treinta. Se la gana a pulso. Su reputación de mujer difícil y narcisista, reforzó el mito a su alrededor que tanto le favorece. Su estilo innovador y revolucionario la llevó a ser la primera mujer en protagonizar la portada de la revista estadounidense *Time* en el año 1934, por aquel entonces ni lo había conseguido Coco Chanel, pero es que en algunas cosas iba por delante de ella: como en sus presentaciones estructuradas como pequeñas obras de teatro que contaban historias de símbolos extraídos del surrealismo y de la vida misma, eran presentación de las colecciones rodeada de espectáculo y una gran puesta en escena con nombre e hilo argumental. Para su colección de 1938 llamada *Le Cirque*, contó con trapezistas y acróbatas vestidos de satén rosa, en una representación que se convirtió en lo más parecido a un desfile hoy día.

Además, fue pionera en colaborar con artistas que no tenían nada que ver con la industria de la moda, como Dalí, Andy Warhol y Picasso, que veremos más adelante.

No solo se encargó de sus colecciones, también realizó el vestuario para películas y para teatro. En 1937 creó el de Mae West en la película *Every Day's a Holiday*, y en 1940 elaboró el vestuario de la obra de teatro *Les Monstres Sacrés*, de Jean Cocteau.

Ese mismo año le otorgan el premio Neiman Marcus Fashion Award, galardón que la convirtió en la primera mujer europea en recibirlo. La mítica actriz húngara Zsa Zsa Gabor aparece en la película *Moulin Rouge* de 1952 luciendo un espectacular diseño color *shocking pink*, un rosa chillón con tintes magenta, también de Elsa Schiaparelli. Este rosa shocking fue el color clave de su carrera, en su biografía habla de dónde vino la fascinación por dicho color, fue al ver un diamante “brillante, imposible y descarado” de su amiga Daisy Fellowes, una destacada *socialité* francesa y editora de la revista de moda Harper's Bazaar.



Sin embargo, este no fue el único color favorito de Schiap. El sleeping blue, un azul turquesa, también acaparó tejidos de sus colecciones. Lo sacó por primera vez en 1939 para una colección con la temática *Commedia dell'Arte*, inspiración vinculada al cuadro del artista surrealista y dadaísta, Man Ray, *Le Beau Temps*.

*Le beau temps*. Man Ray, 1939. WikiArt

La Segunda Guerra Mundial paralizó la creatividad y el trabajo de la italiana. Marchó a Estados Unidos a dar conferencias. En 1945, cuando acabó la guerra, Elsa volvió a París, habiendo rechazado la oportunidad de ser directora de departamento en el MoMA y recuperó la tienda, creando una colección en septiembre. Este mismo año un joven Hubert de Givenchy comenzó a trabajar como director creativo de la *maison*.

En 1954 cierra su atelier, se retira. A pesar de sus éxitos, de sus buenas ventas de perfumes y las licencias, cree que el mundo de la *Haute Couture*, la alta costura, está cambiando y que ya no hay lugar para sus diseños, su estilo ya no encajaba con la sociedad de posguerra. Se dedica a escribir su biografía, *Shocking life*.

Schiaparelli murió en 1973, a los 83 años mientras dormía. Dejó un inmenso y creativo legado de ideas e innovaciones que siguen dando frutos en la actualidad. Fue

quien inventó el desfile de moda concebido como espectáculo para el público y quien se anticipó al mundo de las licencias industriales. Schiap solía decir “En tiempos difíciles, la moda siempre es extravagante” y habiendo desarrollado la mayor parte de su carrera durante el periodo de la Primera Guerra Mundial, a la segunda, no nos cabe duda de que los suyos lo fueron. Y mucho.

No fue hasta el año 2006 cuando la histórica casa vuelve a abrir sus puertas. Actualmente Daniel Roseberry, de 33 años, es el director creativo de la firma.

El diseñador, llegó a los históricos *ateliers* de Schiaparelli, ubicados en el famoso hotel de la Place Vendôme, en abril de 2019. El joven cuenta en su trayectoria con 11 años al frente de la firma Thom Browne, donde se hizo cargo de colecciones tanto de hombre como de mujer.

En la nota de prensa donde se presentaba como nuevo director creativo de la *maison*, escribió: “Schiaparelli era una maestra de la modernidad; su trabajo reflejó el caos y la esperanza de la turbulenta época que le tocó vivir. Hoy día, nos descubrimos formulándonos esas mismas grandes preguntas: ¿qué aspecto tiene el arte? ¿Qué es la identidad? ¿Cómo hemos de vestirnos para el fin del mundo?... Es todo un privilegio poder [...] impulsar hacia el futuro la leyenda y el mito de esta ilustre casa” (Roseberry:2019).

De Roseberry se esperaba que ahondase en el mundo de fantasía de Madame Schiaparelli, en ideas como el surrealismo y las bellas artes; y así lo ha hecho desde la primera colección de otoño-invierno de 2019. Él mismo, en su presentación, escribió sobre el “compromiso con la fantasía” como legado de la diseñadora. (Roseberry:2019).

### Capítulo 1.3: periodo entreguerras. Moda femenina en París: Coco Chanel vs Elsa Schiaparelli.

Las dos décadas que conforman el periodo de entreguerras fueron testigos de grandes avances y cambios para la mujer tanto en el terreno social como en el de la moda. La Gran Guerra provocó una revolución en la que ellas van a ir conquistando derechos, un ejemplo es el voto que llega a Estados Unidos en 1920. Se van a ir independizando más de los hombres e incluso podríamos decir que se posicionaron de manera paralela frente a ellos.

El reflejo de esta situación social lo encontramos en el mundo de la moda, que siempre ha sido fiel reflejo de la sociedad. La nueva moda va a tener que responder a una clientela que busca respuestas a un nuevo tipo de vida en el que cobran mucha importancia elementos como el trabajo, el ocio y el deporte. Durante los años veinte hubo una marcada tendencia a parecerse físicamente al hombre como manera de igualar ambos sexos. Es así como surge una nueva silueta que ya se había empezado a plantear por grandes diseñadores como Mariano Fortuny o Paul Poiret, que prescindieron del corsé, los encajes y las sedas y da a la mujer más libertad de movimiento. Conquistará las calles de las ciudades unas formas en las que baja el talle, la falda se acorta y el pelo se corta *a lo garçonne*. Según el libro *La moda femenina en el París entreguerras. Coco Chanel y Elsa Schiaparelli*, los críticos de moda temían la masculinización de las mujeres, mientras que los defensores de este estilo venían empoderamiento y emancipación, acorde a la vida moderna. “En este sentido, la moda de posguerra fue en algunos aspectos un tipo de moderno consumismo, que explotó a las mujeres en nombre de la libertad”. (Mir, 1995: 19).

La Primera Guerra Mundial provocó en toda Europa grandes desastres y modificó el comportamiento en cuanto a la vida cotidiana en la sociedad en general. La guerra no logró frenar el desarrollo de la moda femenina que venía experimentando desde el siglo anterior pero sí que frenó todos los cambios frenéticos que se habían estado desencadenando durante los años anteriores al conflicto. El interés por vestir de una forma u otra quedó relegado frente al miedo que había en las calles ante un posible ataque.



*Paul Thompson / Getty Images*

La Guerra obligó a la mujer a cambiar su estilo de vida, atrás quedaban años de vida tradicional, hogareña, dedicadas a la familia y a las reuniones de ocio. Ahora tenían que salir a trabajar para ocupar los puestos que los hombres que estaban en el frente habían dejado vacante. Los trabajos eran de tipo industrial y por ello buscaban ropa cómoda. Asimismo, el estado de ánimo de la sociedad influyó en un

estilo de vestir más sobrio y sencillo. Según las declaraciones de Juan Gutiérrez, conservador del Museo del Traje para el periódico *Leo Noticias* “Supuso el fin de los sistemas absolutistas y aristocráticos y acabó con esa moda florida y aparatosa de la gente ociosa que podía ir con puntillas y encajes, amazonas y sombreros gigantes” (Gutiérrez, 22: 1). En la imagen de la izquierda, Mujeres desfilando con sus uniformes militares en Nueva York, alrededor de 1918.

Tras la Primera Guerra mundial, París durante los años 20 se caracterizó por un desenfadado modo de vivir, en concreto a un pequeño porcentaje de la población, pero sin duda tuvo gran repercusión. El fin del conflicto trajo una gran recesión económica en todo el mundo, la prohibición del juego y el alcohol en Estados Unidos y el alto coste de la vida allí, impulsaron a muchas personas hacia Europa, en concreto, Francia se convirtió en un paraíso terrenal para los americanos. Intelectuales de la época y artistas de todas las naciones como rusos, italianos, españoles, se mudaron a París; la ciudad “reunió a una élite intelectual y artística difícil de igualar en la historia”. (Mir, 1995: 16).

En cuanto a industria de la moda, será en este momento, además, en el que encontremos un gran número de mujeres liderando el sector: Jeanne Lanvin, Madeleine Vionnet, Madame Grés... pero sobre todo dos nombres: Gabrielle Chanel y Elsa Schiaparelli, que con una distancia de una década conseguirán triunfar en París con gran rivalidad entre ellas, aunque compartían clientela.

Una década más tarde, en los años treinta, la mujer ya no tenía que reivindicar tanto su posición en la sociedad como lo venía haciendo años atrás. Ya no era extraño verlas solas por las calles, fumar, trabajar en aquello que quisieran o hacer deporte. En definitiva, la mujer ya no necesitaba reflejar su igualdad con el hombre; es por esta razón por la que la silueta se volvió a feminizar, se dejó crecer el pelo, se retomaron las cualidades físicas naturales, pero con “matices diferentes ya que, durante estos años, la mujer no solo había alcanzado derechos civiles, sino también mayor libertad de su propio cuerpo”. (Mir, 1995:63).

Fue así, como telas que, anteriormente había sido impensable que se pudiesen utilizar para la confección de prendas de vestir, comenzaron a ser vistas en trajes para el diario. Modelos en algodón fueron presentadas en colecciones de Coco Chanel y Schiaparelli. Por estos años Chanel ya estaba bastante posicionada en París como modista, Elsa Schiaparelli apenas hacía unos años que había inaugurado su *demi couture atelier* estilo *sport*. Creó ropa práctica y cómoda: monos con cremalleras visibles dotados con maxi bolsillos para reemplazan a los bolsos de manos, así como la falda pantalón que lució la tenista española Lili Álvarez en el torneo de Wimbledon de 1931.



La alta costura entendió la importancia de la moda informal. Con Elsa como creadora de un traje de baño tejido a mano se dio entrada en la industria de la moda hasta nuestros días.

El *little black dress* de Coco se hizo esencial para las ocasiones de tarde y en la actualidad sigue siendo un imprescindible en todo armario femenino.

Las presentaciones bianuales de las colecciones se convirtieron en eventos de gran relevancia social a las que todo París acudía. Las mujeres vestían sus mejores atuendos y se enjoyaban para la ocasión. En los desfiles se podía encontrar a las clientas más importantes de las casas de moda y algún que otro representante de firmas y prensa especializada. La asistencia era controlada bajo un protocolo tan



estricto como el de cualquier corte real. Los desfiles de moda a modo de espectáculo tal y como los conocemos hoy día son obra del ingenio de Elsa Schiaparelli. Ella fue la primera en incluir este concepto a las presentaciones de las colecciones.

La revista *Vogue* Francia del mes de mayo de 1930 diría que los diseñadores emergentes más importantes de los años 20 eran “las dos más implicadas en los movimientos artísticos, Chanel, cuyo círculo incluía a Pablo Picasso, y la nueva Schiaparelli, cuyos amigos eran los surrealistas”.

Jean Cocteau, poeta, novelista y dramaturgo contactó con Coco Chanel para que fuese ella quien diseñase la vestimenta de los actores de la obra que se encontraba escribiendo, *Antígona*. Chanel solo aceptó la propuesta cuando este le comentó que Picasso sería el encargado del diseño de la escenografía.



Fuente: senalcolombiatv

Quizá la rivalidad con Coco Chanel impulsase a Schiaparelli a buscar nuevos caminos y recorridos alternativos para redefinir la idea de diseñadora siguiendo más bien la estela de su mentor, Paul Poiret. La competencia entre ambas era bastante dura. Todo comenzó cuando Elsa Schiaparelli abrió su boutique a pocos metros de donde ya la tenía Gabrielle Chanel. Coco describió a Schiaparelli como “esa italiana que hace vestidos” (Schiaparelli, 1945: 48). Su estilo surrealista, la llevó a escandalizar y divertir al público, utilizando la ironía y la provocación en sus colecciones, todo lo contrario a Coco Chanel.

Hay tres creaciones que destacan dentro de toda la obra de Coco Chanel: *the Little*



*black dress* -el pequeño vestido negro-, el traje de chaqueta y las joyas falsas. Estas últimas las podríamos comparar con el modo de ver la moda que tenía Elsa Schiaparelli en cuanto a trampantojos. Elsa hacía ver lazos donde no los había y Coco hacía que las mujeres llevaran joyas cuando no lo eran.

Chanel defendía el uso de joyas de menor calidad, cosa impensable en la sociedad acomodada. Tras la Primera Guerra Mundial, tal y como hemos comentado anteriormente, la moda se volvió más austera y sobria, Chanel supo aprovecharse de ello y aseguraba que las joyas verdaderas eran de mal gusto y ostentoso. Su primera inclusión fueron las perlas, seguida de las cadenas y la pedrería artificial. Estas joyas eran el complemento perfecto para su pequeño vestido negro. Curiosamente, en los años treinta, cuando ya Chanel había engrandecido su propia fortuna y se le había reglado joyas de gran valor, cuando las puso de moda y las incluyó en sus colecciones. El negocio de joyas falsas ya estaba bien posicionado y no necesitaba tanta publicidad.

Otro aspecto en el que coinciden ambas diseñadoras es en el hecho de que cada una de ellas tiene su propio perfume icónico, seña de identidad de la *maison*, por supuesto cada uno con un estilo totalmente contrario al de la otra.

Chanel n°5, fue el primer perfume de Gabrielle. El nombre se debe a que fue a la quinta prueba cuando se decidió por la fragancia definitiva. El envase fue un diseño personal, a diferencia de lo que se venía haciendo en cuanto a frascos de estilo barroco, con forma de jarrones, imitando a flores. Chanel creó una botella casi cúbica, transparente totalmente, una pequeña etiqueta rectangular, sin adornos, tan solo de color blanca y bordes negros, signo de elegancia al estilo Chanel. La caja que contiene el frasco resalta la sencillez del perfume con un fondo blanco y bordes negros subrayado con dorado.

El primer perfume de Elsa Schiaparelli, Shocking es todo lo contrario al de Chanel. Muy en su línea creativa. El frasco es la representación de la silueta de la actriz y cantante americana, Mae West. Todo el busto está decorado con flores, algunas realizadas en Murano. Se compone de 20 partes separadas, hechas en tres países diferentes. Un frasco que llevan connotaciones barrocas, un estilo del que huía Coco para su perfume. La presentación de Shocking fue, impactante, como su nombre indica, en su biografía asegura que entre sus amigos “causó pánico”, le dijeron que

estaba “loca y que nadie lo querría porque era de un rosa maldito” (Schiaparelli, 1954: 64-65). Todos se equivocaban. A día de hoy el perfume sigue a la venta, aunque hay que reconocer que no obtuvo tanto éxito como el perfume Chanel n°5.

En un principio, marcada por la sobriedad y la austeridad tras la Primera Guerra Mundial, Elsa Schiaparelli confeccionaba prendas monocromáticas y eligiendo colores sobrios y sólidos, muy en la línea de lo que era la elegancia para Coco Chanel, ella siempre apostó por el blanco y negro. “Con el paso del tiempo y el éxito adquirido, Schiaparelli llenará sus obras de referencias naturales, formas festivas y elementos fetichistas y simbólicos que darán más entusiasmo a sus logros”. (Muñoz, 2018: 3). Trabajó también con materiales innovadores que aportasen textura y cuerpo, fue pionera en el uso de materiales sintéticos como el rayón y látex. Se atreve con diseños rompedores compuestos por el caucho, el papel (reciclado de periódicos), la porcelana, el celofán, la paja o el vidrio (este último a través de un material llamado redofán). En su propia biografía, *Shocking life*, aseguró que siempre le fascinó trabajar con materiales, que lo hizo más que sus compañeros de profesión y que fue la primera en ver la posibilidad que había en ellos para la confección de sus prendas. A través de sus creaciones, Schiap buscaba mezclar el nuevo papel de la mujer, en especial durante y tras la Primera Guerra Mundial, con los originales conceptos estéticos fruto de sus relaciones de amistad con los artistas del momento. Elsa Schiaparelli siguió el camino que le marcaba su mente y su creatividad sin hacer mucho caso a los cambios que se estaban produciendo tras la Segunda Guerra Mundial. “Esto la obligó a cerrar las puertas de su atelier en 1954, el mismo año que Coco Chanel las reabría”. (Mir, 1995: 124).

En la Segunda Guerra Mundial volvió la sociedad patriarcal, que se ve reflejado en la moda de aquellos años. Se vuelve a implantar un modelo familiar donde la mujer era ama de casa, dedicada a su familia, pero siempre maquilladas, peinadas y ataviadas con falda de gran volumen por debajo de la rodilla. El estilo pin up llega a su máximo esplendor con esos sujetadores cónicos estilo misil siguiendo una línea bélica y vuelven los corsés, ahora llamados fajas, para entallar la cintura de la mujer erotizando su cuerpo, pero sin llegar a sexualizarlo.

## Parte 2. Marco metodológico. Estudio del surrealismo.

### Capítulo 2.1: el arte surrealista. Papel de Salvador Dalí y otros movimientos de la época.

No se puede explicar la obra de Elsa Schiaparelli sin hablar de la figura de Salvador Dalí, amigo de la diseñadora y considerado el máximo exponente del surrealismo.

Salvador Dalí nació en Figueres, Girona en mayo de 1904. Estudió en la Escuela de Bellas Artes de Madrid, aunque debido a unas revueltas fue expulsado. En 1928, en un viaje a París, entabla amistad con Pablo Picasso y Joan Miró y, con la ayuda de este último, se une al grupo surrealista que lidera el poeta André Breton.

En 1929 expone en la Galería *Goemans* donde cosechó gran éxito; “las originales imágenes de sus cuadros, en las que los objetos se muestran con irritante precisión, parecen adentrarse en unas profundidades psíquicas anormales y revelar un inconsciente alucinatorio y cruel”. Ese mismo año, Dalí viajó hasta París con Luis Buñuel para presentar la película de ambos: *Un perro andaluz*. En cuyo guion solo estaba permitido lo irracional, las imágenes carecían de toda lógica; un genuino concepto surrealista. Allí conoció a Joan Miró, René Magritte, Arp, a Goemans, y al poeta Paul Éluard. Y a la que sería su mujer: Elena Ivánovna Diákonova, más conocida como Gala.



Años más tarde fue expulsado del grupo de surrealistas, ante aquello Dalí dijo “*La diferencia entre los surrealistas y yo es que yo soy surrealista*”. Unos pocos años en el grupo bastaron para que Dalí se convirtiese en la gran figura del surrealismo y su obra alcanzase una considerable resonancia internacional. Breton, aunque era fiel defensor

del sesgo políticamente militante del grupo, sesgo del que Dalí se mantenía por lo general alejado, reconoció la importancia de su aportación "La experimentación surrealista ha sido recuperada totalmente gracias al magistral impulso que le ha dado Salvador Dalí, cuya excepcional ebullición interior ha sido para el surrealismo durante todo este período un fermento inapreciable", afirmaba todavía Breton en mayo de 1934, en su célebre conferencia *Qu'est-ce que le surréalisme?*. (Breton, A, 1992: 225, 262, 255) Cuando Dalí se incorporó al grupo surrealista, el movimiento atravesaba momentos de contradicciones internas. La vitalidad y extravagancia de aquella joven promesa española resultó decisiva para la renovación y proyección del grupo y también para sí mismo pues el tiempo que perteneció al grupo resultó ser una de sus mejores etapas dentro de toda su obra.

En teoría, sus mejores creaciones fueron el fruto de la aplicación del llamado "método paranoico-crítico", que Dalí definió como un sistema espontáneo de conocimiento irracional "basado en la asociación interpretativo-crítica de los fenómenos delirantes". De este modo, el pintor se alejaba de la realidad física y se centraba en los sueños y las alucinaciones. Para él, los objetos de la vida cotidiana se transforman en elementos de deseo o de temor y así lo reflejaba en sus obras. Basándose en teorías freudianas, Dalí sacaba a la luz aspectos ocultos de la personalidad: el erotismo, fantasías, deseos, obsesiones sexuales, angustia a la muerte, etc. Siguiendo siempre un tono provocador e irónico para impactar al público con estas insólitas e inquietantes visiones.

Su mujer Gala fue su gran musa, omnipresente en la obra de Dalí. Un amor extravagante, pasional, y extremo. En la *Vida secreta* escribe: «Estaba destinada a ser mi Gradiva (este nombre proviene del título de una novela de W. Jensen, cuyo personaje principal es Sigmund Freud; Gradiva es una heroína y logra la cura psicológica del protagonista), la que avanza, mi victoria, mi esposa». (Dalí, S, 1942:83) Desde que se conocieron, en Francia en 1929, Gala y Salvador ya no se separarán el uno del otro. Estuvieron juntos 53 años, hasta el fallecimiento de Gala. Desde ese día Dalí entró en un espiral de depresión y abandono.

Pintó más de 1500 obras de arte, sin contar decorados, esculturas, escaparates, fotografías, codirección de películas para el cine, incluso diseñó el logo de Chupa-chups.

En el libro *Merchandising y retail: comunicación en el punto de venta*, de la profesora Gloria Jiménez Marín se habla de un episodio anecdótico que protagonizó Dalí tras un

trabajo que realizó de decoración de un escaparate. Fue contratado por una lujosa tienda situada en la Quinta Avenida de Nueva York, para que hiciera dos instalaciones artísticas en los escaparates que daban hacia la icónica avenida de Manhattan.

Dalí tituló su trabajo “La noche y el día”. Siguiendo su línea estética, decidió vestir maniqués con copas pegadas a la tela que contenían licor de menta y estaban rodeados por moscas, teléfonos en forma de langostas y una bañera peluda, pero al día siguiente, los responsables de la tienda borraron todo trasto del trabajo de Dalí, cosa que enfureció al artista. Tal fue el enfado que, al ver los cambios en el escaparate, entró y arrasó con lo que quedaba. Fue condenado a pagar los daños, aunque el juez le dio la razón.

En cuanto a su relación con la moda, Dalí reveló “La constante trágica de la vida humana es la moda y por eso me ha gustado siempre colaborar con Madame Schiaparelli, para demostrar que la idea de vestirse, la idea de disfrazarse, no son otra cosa que la consecuencia del trauma de nacer, el más fuerte de todos los traumas que el ser humano tiene que experimentar, por ser el primero. La moda es, además, la constante trágica de la historia ya que por su mediación se sabe cuándo se acerca la guerra: no hay más que mirar las revistas de moda y los desfiles de modelos, verdaderos ángeles exterminadores”. (Dalí, 1936)

## El movimiento surrealista.

Nace en París, en 1924. Los comienzos de este movimiento artístico fueron en literatura, pero poco a poco llegó a otras ramas artísticas: pintura, escultura, fotografía, cine, etc.

Al ser un arte muy personal, original y subjetivo, cada artista plasmaba sus pensamientos de diferentes maneras, pero sí que hay dos formas de entender este arte

- Una automática, espontánea y fluida, con universos figurativos propios.
- Una naturalista, que muestra con figuración a veces hiperrealista el mundo de los sueños y el inconsciente.

El movimiento se estableció en los años 30, y con los más extraordinarios. Breton, gurú del surrealismo y el primero en hablar del movimiento. Publicó un manifiesto basado en el libro La interpretación de los sueños, de Sigmund Freud, donde se exploraba la idea del inconsciente. El Surrealismo de Breton pretendía superar esta limitación del inconsciente y permitir que el subconsciente se expresase a través del arte. Se convirtió en una especie de papa. Defensor férreo de la pureza de su teoría, tanto que realizaría purgas a todo aquel que cuestionara sus postulados. Fue así como expulsó a Dalí, aunque este siguió con el estilo surrealista por su cuenta.

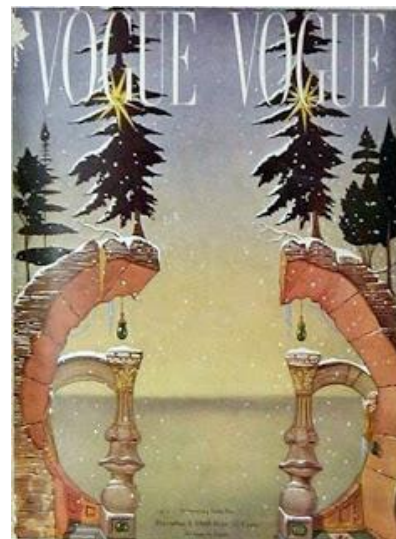
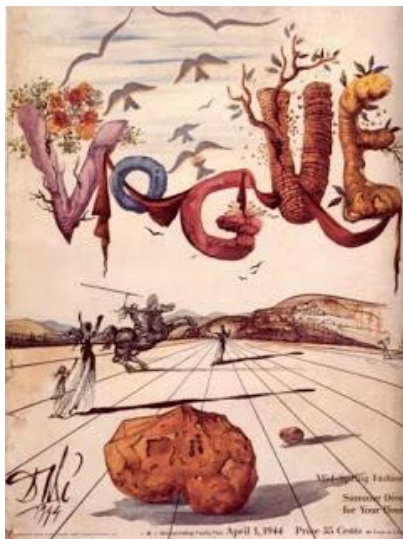
En cuanto a los movimientos artísticos, nos encontramos en la época de las vanguardias. Estos nacen, en la primera década del S. XX y entreguerras, como rechazo a las artes antiguas procedentes de Europa. Se basan en ideas antiguas, pero aportando un toque más original e intelectual. De esta forma los artistas promueven a partir de sus obras una crítica agresiva al sistema burgués, a la cultura, las instituciones, todo ello añadiéndole un toque humorístico y cómico. Algunos de estos movimientos son el futurismo, expresionismo, cubismo, constructivismo... Para este trabajo nos queremos centrar en dos:

- **Dadaísmo** (1915-1922): movimiento anarquista que se mostró en contra de cualquier norma social, moral o estética. Niega todo ideal artístico y reivindica las formas irracionales de la expresión. Es un arte provocador, basado en lo absurdo. El artista más conocido fue Marcel Duchamp, además de Francis Picabia y el fotógrafo Man Ray. Todos ellos conocidos de Elsa Schiaparelli.

- **Surrealismo** (1924-1939): según la Rae, “intenta sobrepasar lo real impulsando lo irracional y onírico mediante la expresión automática del pensamiento o del subconsciente”. Comenzó siendo un movimiento de y para escritores, pero pronto se unieron a ellos artistas de todas las disciplinas. Existen dos tipos de Surrealismo pictórico y dos grupos de pintores. Por un lado, el Surrealismo figurativo de René Magritte, Dalí y Chagall, quienes exploraron deformando y transformando la realidad, pero sin abandonar la referencia real de los objetos, se valían de la figuración naturalista. Y, por otro lado, el Surrealismo abstracto, compuesto por Yves Tanguy, Miró, Klee y Hans Arp, que plasmaban su arte mediante formas simbólicas

En este estilo, será muy importante la influencia de Sigmund Freud en el psicoanálisis como método de creación artística. Para los artistas surrealistas, el arte nace de cualquier forma de expresión y la mente no actúa como fuerza de control. A través de formas abstractas y figurativas, expresan las representaciones más profundas del ser humano, el mundo de los sueños y el subconsciente. Asimismo, el pensamiento oculto será una fuente de inspiración para ellos. El erotismo y el sexo serán utilizados de forma recurrente. El surrealismo liberó la imaginación y sacó a relucir el aspecto más poético del arte plástico.

El impacto del surrealismo en el mundo de la moda se reflejaría en el diseño de escaparates y en las revistas del sector. En Vogue, la biblia de la moda, colaboró como fotógrafo Man Ray, por otro lado, Salvador Dalí diseñó algunas de portadas.



Portada Vogue año 46 y 44. Fuente: [alonsomerchanblog](#)

## Capítulo 2.2: Elsa Schiaparelli y el surrealismo.

Viviendo en Nueva York, Elsa conoció Gabrielle, a la exesposa del pintor francés, Francis Picabia, y fue ella quien le abrió las puertas a la escena de la vanguardia artística. El dadaísmo entró por los ojos de Schiaparelli con la obra de Man Ray, Marcel Duchamp y Alfred Stieglitz, quienes además le ofrecieron su amistad. Además de Salvador Dalí, Andy Warhol, Leonor Fini, René Magritte también trabajaron con Schiaparelli.

Guiada por su carácter excéntrico, Schiap no buscaba exaltar la belleza sino amoldarla al espíritu revolucionario del Dadaísmo y el Surrealismo. Los trajes de la casa Schiaparelli eran enigmáticos, con doble significado, muy conceptuales y no simple moda para vestir. Una mujer vestida de Schiaparelli era enigma y obra de arte.

Su trabajo se ha visto influido por diferentes movimientos artísticos, especialmente el surrealismo. La manera en la que Schiap mezcló la moda con el arte fascinó a una sociedad centrada en la incertidumbre económica y política generada por el *crash* bursátil de 1929. En palabras de María Elena Palmegiani, para LIÑO 24, la revista Anual de Historia del Arte, “fue a partir de 1936 cuando la relación entre Elsa y el Surrealismo, se plasma en creaciones interesantes y provocadoras que han contribuido a adscribir a la diseñadora a este movimiento”. (Palmegiani, 2018: 74) y añade que, “examinando las creaciones de Schiaparelli se aprecia como las teorías de Dada y Surrealismo representan una fuente de inspiración fundamental. Dada aporta el valor intrínseco del objeto y el Surrealismo añade las experiencias psicológicas como referente imprescindible de la creación”.

Muchas de las colaboraciones de Schiaparelli junto con artistas del movimiento son objetos surrealistas basándose en las referencias oníricas y el fetichismo, pero lo que no se puede dudar es de su valor de utilidad y la finalidad comercial de los mismos. Es decir, bebe de la filosofía del arte por el arte, pero con matices diferentes ya que el valor de la pieza se equipará a las cualidades funcionales.



### Capítulo 2.3: creaciones surrealistas de Elsa Schiaparelli

Las creaciones más surrealistas de Schiap parten del “concepto estético de *objeto encontrado*”. Poner objetos sobre otros que nada tienen que ver, que a primera vista se pudiera pensar que estas creaciones han sido fruto de la improvisación más pura. La casualidad como fundamento esencial para comprender esta disciplina artística. De esta manera encontramos insectos sobre abrigos, mariposas sobre guantes, langostas sobre faldas de un vestido, zapatos a modo de sombrero...

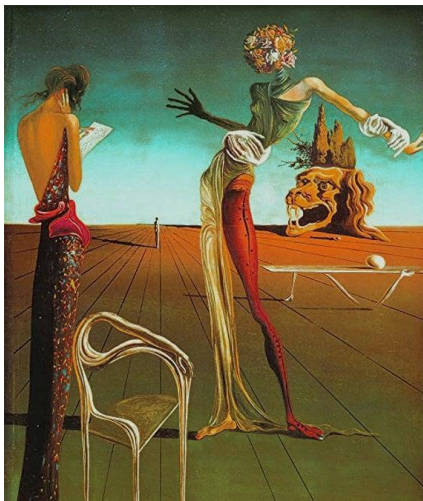
El uso de pelo para recubrir objetos fascinó a Elsa Schiaparelli que más adelante incorporó este material en tocados, guantes y chaquetas que cautivarán hasta a la mismísima Marlene Dietrich. Esta técnica bien podría ser una “clara referencia al universo femenino”. (Palmegiani, 2018: 76). Una de las creaciones más atrevidas de la *maison* son unos botines de piel de mono, diseñados por el modisto italo-francés, André Perugia. Una clara referencia al cuadro que vemos debajo de estas líneas, *L’amour désarmé* (1935) de Rene Magritte, otro gran amigo de Schiaparelli. En las imágenes de abajo observamos la similitud entre el cuadro y los guantes y botines creados por Schiaparelli usando pelo de mono, en el año 1930.



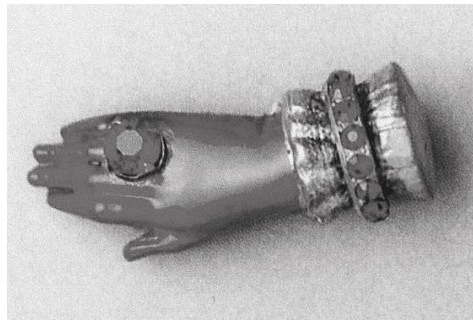
Fuente del trío de imágenes: Pinterest

El cuerpo se vuelve objeto de diseño y “contribuye a defender el papel de la mujer como sujeto activo en una sociedad cambiante, concepto que sigue siendo de gran actualidad hoy en día”. (Palmegiani, 2018: 76). Para muchos artistas surrealistas las manos han sido de interés para sus creaciones. Al gesticular con ellas se ve un reflejo visual del subconsciente, pura comunicación no verbal pero también como ejemplo de anhelo, de lo inalcanzable y también como parte del cuerpo «objetualizada» y erotizada al ser utilizada para la masturbación. Dalí recurrió a esta referencia a lo largo de su trayectoria artística. Una de

ellas es el cuadro *Mujer con la cabeza de rosas*. Representa a una mujer con un cinturón y una pulsera en forma de manos entrelazadas. Elsa Schiaparelli, presentó los broches con la forma de esta parte del cuerpo, así como varios modelos de guantes originales y llamativos; algunos con venas rojizas, otros con uñas pintadas, mariposas, garras doradas, frunces o anillos. Y es que tan sensual pueden ser unas manos desnudas como bajo unos guantes, siguiendo el imaginario surrealista, aquello que está oculto puede poseer gran poder sexual más fuerte que aquello que está a la vista. El añadir uñas pintadas al guante y objetos como anillos, podrían ser reflejo de otro concepto latente en el surrealismo como semejanza y discrepancia entre lo real y lo pretendido.



Fuente: salvador-dali.org



Fuente: dialnet

Lo que se expone en la revista *LIÑO 24*, es que Schiaparelli “reinterpreta la idea de belleza de forma irreverente y, dialogando con lo macabro, abre el discurso sobre la idea de belleza”. (Palmegiani, 2018: 77), es decir, la diseñadora pone en entredicho los cánones de belleza que hasta el momento reinaban en la sociedad, se sale del mercado para aportar su interpretación personal de lo que para ella es bello para asombro de muchos expertos. Este hecho favoreció a que la moda no se quedase estancada en aquellos valores establecidos. Con su idea de belleza, Elsa Schiaparelli presenta unas creaciones que podríamos catalogar en la estética kitsch, “entendiendo, con este término lo finalizado a aniquilar la idea de “buen gusto” y *estatus symbol* tradicionales, para apostar por el proceso creativo”. (Palmegiani, 2018: 78).

Las mariposas han formado parte del imaginario surrealista. Los artistas de este movimiento se han valido de ellas para reflejar en sus creaciones la evolución, la transformación, haciendo alusión a la metamorfosis como elemento positivo. Basándose en este concepto fue primero, Elsa Schiaparelli quien lanzó una colección en la que se encontraba un delicado vestido corto con estampado de mariposas, además de un abrigo de red que hacía también referencia a este insecto. La idea de dedicar una colección a este insecto se le ocurrió al ver una fotografía de Man Ray, en la cual el fotógrafo, con la técnica de la impresión al carbono, había conseguido plasmar nueve brillantes, mariposas como si de un insectario se tratara. Del mismo año es *Manteau cage*, un abrigo de red con inspiración en las redes caza mariposas.

Veinte años después Dalí pintaría *Paisaje con mariposas*, una obra siguiendo las líneas de su estilo, una escena irreal donde se ven dos mariposas. Una reflexión acerca del origen del mundo y el inicio de la vida.

Otro hilo conductor entre el surrealismo y la moda de Schiap, son los maniqués como una mezcla entre objeto y persona. En la boutique de la *maison* Schiaparelli, situada en el número 21 de Place Vendôme de París no faltaron. El primero en llegar fue apodado como Pascal, a quien luego se le unió compañía femenina, Pascalina. Cada cierto tiempo, ambos eran vestidos con la ropa y joyas de la casa. En 1937, en la Exposición Internacional de Artes y Técnicas en la vida moderna en París, Elsa realizó una muestra de maniqués desnudos, donde la ropa estaba colgada de una especie de tendederos simulando una colada.

Aquí tomó gran relevancia el perfume Shocking con forma de busto. El diseño de tan innovador y mítico frasco fue idea de la artista surrealista, Leonor Fini.



Después de este, Elsa Schiaparelli, lanza otro perfume con el nombre de Zut,

en este caso, el frasco es justamente el busto de la fragancia anterior. La botellita tiene la forma de unas piernas femeninas que alaban las voluptuosas caderas de las mujeres. Siguiendo con los perfumes de la casa, cabe mencionar otras de sus creaciones: *Snuff*, una fragancia para hombres. El envase lo presentó con forma de pipa donde existe una clara



Fuente: Museo Metropolitano de Arte, Nueva York

relación con la obra de René Magritte "La traición de la imagen" de 1929. Dejando evidencia de su relación con otros artistas de la época. En este caso fue ella quien se inspiró en el cuadro de Magritte, pintado años antes pero no fue una colaboración entre ambos artistas.

Siguiendo la misma estrategia que con el rosa shocking, la italiana sacó otro perfume con el sleeping blue del que ya hemos hablado

anteriormente. La forma del frasco estaba inspirada en la vela del cuadro *Le beau temps*, al igual que la colección donde sacó por primera vez dicho color. Según The Met Museum, *Sleeping* de Schiaparelli con notas dulces y toque de vainilla estaba creado para ser usado el momento antes de meterse en la cama, y se suponía que el aroma iluminaba el subconsciente y el "camino hacia el éxtasis" según un anuncio ilustrado por Marcel Vertès.



Fuente: Museo Metropolitano de Arte, Nueva York



Con el estallido de la Segunda Guerra Mundial, las colaboraciones entre los dos amigos se paralizan y no será hasta 1943 cuando Salvador diseñará para Elsa la etiqueta de un aceite corporal con el nombre de Shocking radiance body.

Uno de los artistas ilustradores que diseñó buena parte de la publicidad de sus



Fuente ambas imágenes: pinterest



perfumes fue Marcel Vertes. Transmitía un mundo alegre en cada anuncio donde el frasco era parte de un mundo real o imaginario.

Más tarde fue Raymond Peynet. La italiana cambió de ilustrador, siendo esto un cambio arriesgado. Peynet se había convertido en un reputado



artista en la ciudad de la luz. Se encargó de ilustrar la cartelería publicitaria del perfume *Success Fou*. Peynet creó a los personajes franceses de *Les Amoureux*, los cuales utilizó para los carteles del perfume de Schiaparelli. Los dibujos estaban decorados por pequeños pájaros que simbolizaban el nuevo comienzo de la vida después de la guerra. Sin embargo, debajo de esa estética sutil y romántica que se veía a primera vista, encada dibujo había matices de erotismo, muy en la línea con la filosofía Schiaparelli. Los protagonistas eran un joven con bombín junto a su amada, la cual de vez en cuando

artista en la ciudad de la luz. Se encargó de ilustrar la cartelería publicitaria del perfume *Success Fou*. Peynet creó a los personajes franceses de *Les Amoureux*, los cuales utilizó para los carteles del perfume de Schiaparelli. Los dibujos estaban decorados por pequeños pájaros que simbolizaban el nuevo comienzo de la vida después de la guerra. Sin embargo, debajo de esa estética sutil y romántica que se veía a primera vista, encada dibujo había matices de erotismo, muy en la línea con la filosofía Schiaparelli. Los protagonistas eran un joven con bombín junto a su amada, la cual de vez en cuando



Fuente ambas imágenes: David Tom Blog

mostraba de manera insinuante los pechos, las piernas, etc.

El surrealismo también estaba presente en sus ilustraciones, como vemos en la imagen debajo de estas líneas, donde la pareja abre su pecho, de manera literal para hacer revolotear a sus los corazones. Una forma surrealista de plasmar el sentimiento de estar enamorado.

## Capítulo 2.4: diseños más destacados con Salvador Dalí.

Elsa Schiaparelli y Salvador Dalí fueron dos grandes estetas, es decir, que entendieron el arte como un valor esencial. Amantes de lo bello, del lujo y el glamour, de lo exótico y original; características clave a la hora de desobedecer a los conceptos estandarizados de belleza y fealdad para explorar terrenos ignorados, delicados e incluso incomprensidos para el resto. En ocasiones, unos incomprensidos, próximos al mundo del subconsciente.

En muchos de sus diseños se puede comprobar que, temporada tras temporada la unión de la italiana con el surrealismo se hacía cada vez más fuerte, todo ello, en parte gracias a la relación profesional y personal de Elsa Schiaparelli junto con Salvador Dalí. Más que una contribución de la diseñadora al surrealismo o de Dalí a la moda, fue una influencia mutua.

Ambos bebieron de ambos y juntos crearon. Participaron del mundo del arte y del mundo de la moda. Por tanto, las colecciones de unos no se entenderían sin la de los otros. Y es por eso, por lo que la obra de Elsa Schiaparelli, no se puede comprender sin la figura de Dalí y el movimiento surrealista.

Esta amistad dio lugar a creaciones que se han convertido en iconos para la historia.

En la colección de invierno de 1936, la italiana presentó sus trajes de cajón, inspiración pura de la Venus de Milo reinterpretada por Dalí.



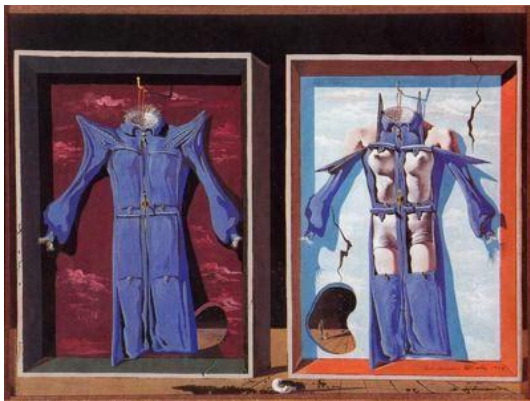
Fuente: salvador-dali.org



Fuente twitter: @trajesastre

Se trata de la primera colaboración entre el artista y la diseñadora. Estos cajones surgen de la explicación freudiana como una representación de la sexualidad femenina oculta. Dalí retrata la mayoría de cajones ligeramente entreabiertos, indicando que sus secretos están al descubierto y no hay motivos para tenerles miedo. Otros autores explican la apertura de los cajones como un doble desnudo. Por un lado, el desnudo físico, evidente en la figura y por otro lado el desnudo interior, el del subconsciente, interioridades de cada ser humano que solo se pueden conocer a través del psicoanálisis.

En la pintura de Dalí de 1936, *Ropa de día y de noche*, el pintor se inspiró en las creaciones de Elsa Schiaparelli que datan de principios de la década de 1930. Representa unos trajes con cremalleras y hombros bien vistosos. Los primeros vestidos con cremalleras visibles fueron creados por Elsa Schiaparelli en 1929. Años más tarde, en 1931, lanzó su línea “*hard chic*” con hombros muy pronunciados. Estas innovaciones causaron furor, particularmente con estrellas de Hollywood como Marlene Dietrich.



Fuente: [salvador-dali.org](http://salvador-dali.org)

Fue la colección de 1937 donde se presenta el famosísimo vestido sobre el que destaca una gigantesca langosta pintada, y en las teorías del método paranoico-crítico elaborado por él y “símbolo sexual del imaginario típico daliniano”. (Palmegiani, 2018: 78). Varias son las veces que Dalí ha recurrido a este crustáceo. Lo colocó encima de la cabeza de Gala, sobre un teléfono, lo hizo salir del vientre de la mujer de cajones de la portada de la revista *Minotaure*, y finalmente, junto con Schiaparelli, aparece dibujado a mano en un vestido de noche. Se trata de un vestido



blanco sin mangas de seda con un escote en forma de U y una falda acampanada acabada con un volante ancho en el dobladillo. Como detalle final, un falso cinturón de color rosa langosta ajusta la falda en la cintura.



Este vestido no estuvo exento de polémica, como muchas de las obras de ambos artistas. La clara connotación erótica de la langosta para Dalí y la colocación entre las piernas, haciendo alusión a las hojas de higuera de Adán y Eva tras probar la manzana, se mezclaba con el color blanco, símbolo de la inocencia, la pureza y la virginidad. La persona más célebre que llevó el vestido fue Wallis Simpson un reportaje que Cecil Beaton realiza en el Castillo de Candé, poco antes de su polémica boda con Eduardo VIII y convertirse en duquesa de Windsor. Por ella Eduardo VIII de Reino Unido abdicó al trono.

Casi tan importante como el vestido fue el sombrero zapato, parte de la colección otoño-invierno de 1937 siguiendo con la idea del concepto estético de *objeto encontrado*. Se cuenta que la idea se originó mientras Dalí fotografiaba a su mujer, Gala, con un zapato en la cabeza en presencia de Schiaparelli.



Ilustración 1 Gala con sombrero de Elsa. Fuente: Pinterest

En el libro *La interpretación de los sueños*, Sigmund Freud proponía que “los sombreros de las mujeres eran una representación de los genitales masculinos en este espacio onírico. En este caso el público no tardó en verle el doble sentido a esta pieza. Por semejanza, algunos compararon el tacón con un pene, otros lo relacionaron con el fetichismo relacionado con los pies.



De este modelo existen otros dos ejemplares: Uno, con el tacón rojo, que pertenece en la actualidad a la colección Andrea Pfister, y el otro, con el tacón negro, que está en el *Metropolitan Museum of Art* de Nueva York.

Este no fue el único sombrero de Schiap que se relacionó con unos genitales. El que vemos en la fotografía, en el color rosa *shocking* tan característico de la *maison*, se confeccionó en 1938, en semejanza con una vulva, con esta metáfora sexual la artista buscaba revertir la teoría freudiana expuesta anteriormente y visibilizar el papel de la mujer en una sociedad cada vez más cambiante y avanzada.

Rompedor y fruto de sus ideas surrealistas es el vestido Esqueleto de 1939. El pintor



y la diseñadora lo idearon quedando en un principio en el aire. Al poco tiempo Schiap recibe una nota del pintor: “Estimada Schiap, me gusta la idea de huesos en el exterior”, lo acompañaban unos bocetos; y en 1938 nace el

vestido. Inspirado en la muerte y en las mujeres espectrales presentes en obras de Dalí. Schiap va más allá de la mera creación de un vestido no solo como atuendo decorativo sobre el cuerpo de la mujer, si no que invita a la transformación física.

Hoy en día sacar un vestido de ese estilo en una pasarela sería un escándalo. Desde hace unos años los diseñadores son criticados si sale alguna modelo excesivamente delgada, los cánones de belleza del este siglo han ido enfocados al cuerpo delgado, cosa que ha provocado que muchas mujeres caigan en la anorexia, enfermedad mental que se ha llevado por delante vidas de muchas jóvenes. Es muy probable que diseñar un vestido donde estén señalados los huesos, hoy día se interpretase como apología a la anorexia y la bulimia.

¿Puede una prenda de ropa llorar? Esto es lo que Elsa Schiap y Salvador Dalí pretendieron comunicar con el vestido *Tear* –lágrima- de la colección *Circus* de 1938. Un vestido de noche confeccionado con viscosa y rayón y acompañado por un velo con apliques. El estampado simula pedazos de carne desgarrados dibujado por Dalí en exclusiva para estampar la tela. En esta ocasión se vuelve a utilizar el rosa *shocking* sobre fondo blanco.



Fuente: Pinterest

## Capítulo 2.5: Elsa Schiaparelli, musa de diseñadores actuales.

En moda son muchos los diseñadores que adoptan estilos por influencia de artistas anteriores para sus creaciones. Hay una delgada línea entre la copia y la inspiración como acto de admiración, aunque hay muchas veces que no podemos diferenciarlos. Aun así muchos han sido y son los diseñadores que, a lo largo de la historia se han inspirado en el mundo Schiaparelli. Su surrealista costura anticiparía, las fantasías de Gucci, Alexander McQueen, Céline y Martin Margiela entre otros, décadas más tarde.

Otros diseñadores y casas de moda actuales como Viktor and Rolf, Ágatha Ruiz de la Prada y Marc Jacobs, han encontrado en el surrealismo, al igual que Schiaparelli, una fuente de inspiración. Ágatha Ruiz de la Prada particularmente, ha hecho de esta corriente

artística, emblema diferenciador en sus propuestas, extendiéndola a toda la marca, y es así como podemos ver en sus colecciones varias referencias a Schiaparelli, a Dalí y al surrealismo.



*Sujetador de Schiaparelli y Cósima Ramírez, hija de Agatha Ruiz de la Prada luciendo un body de la firma*

*muy similar. Fuente: Vogue*



El uso de colores vibrantes, añadidos que deforman el cuerpo de la mujer, faldas con forma de labios, un gran bigote dalinianos e incluso diseños como el vestido rojo de cajones, de la imagen arriba de estas líneas, muy parecido al mostrado anteriormente

y basado en la Venus de Dalí. Así como el *body* que lució Cósima Ramírez, la hija de Agatha, hace unos años que tanto tiene en común con la prenda de ropa interior diseñada por Schiap. Viktor and Rolf también se han basado en esta corriente artística, en especial a la hora de diseñar sus tiendas donde todo parece que está bocabajo.

Alexander McQueen implantó esta corriente en sus desfiles, como el de su colección primavera/verano 2001, donde el concepto fue un centro psiquiátrico en el que modelos desfilaban de forma extravagante, aparentando ser internas. En la colección se encontraban piezas con figuras sobre los hombros, hombreras con forma de ratas, grandes tocados y espectaculares vestidos emplumados.

Como hemos explicado en apartados anteriores las manos eran una parte del cuerpo que fascinaba a los artistas surrealistas, Elsa Schiaparelli también las utilizó para algunas de sus creaciones. Si recordamos los guantes negros con las uñas pintadas en color rojo, entendemos la inspiración de la Casa Céline para unos tacones con tintes fetichistas que lanzó en 2013.



Fuente: vanidades



Fuente: dialnet

Buscando esa misma condición sensual y divertida destacan también unos mocasines con cordones para mujer en negros o dorados, con dedos de uñas pintadas de rojo de la firma Comme des Garçons para a la colección «Wonderland», de la temporada otoño- invierno de 2009. Céline también presentó unos zapatos con pelo muy relacionados con los que diseñó Elsa en negro y que hemos visto anteriormente. Por otro lado, pero en la misma línea, Gucci presentó en su colección otoño-invierno de

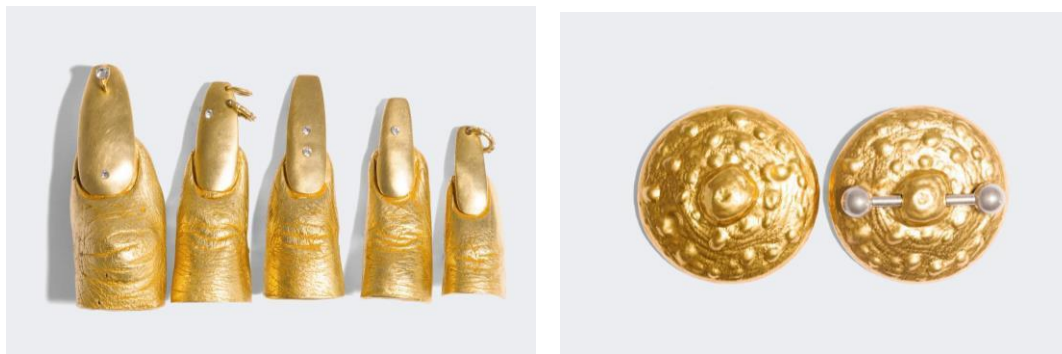
2015, una serie de zapatos peludos, no muy cómodos de llevar en el día a día, entre los que destacan sus icónicos mocasines, en este caso ribeteados de piel y suela interior de pelo de canguro, unos salones de tacón bajo con pelo en el talón y, sobre todo, el modelo Princetown.

Otra de las marcas es Gucci, casa que desde hace varias temporadas apuesta por los insectos para decorar algunos de sus bolsos, como el modelo Dionisus y complementos, como ya lo hizo Elsa Schiaparelli. En la imagen: bolso Gucci a la izquierda; accesorios de Schiap a la derecha.



En la actualidad, la propia Maison Schiaparelli está siguiendo de manera fiel el estilo de su fundadora. Tras años de silencio, con la llegada del nuevo director creativo, la marca volvió a estar en las principales revistas del sector. “El surrealismo en joyería ha tenido una rica historia dentro de Maison Schiaparelli, y ahora se ha interpretado a través de la mirada atrevida de Daniel Roseberry” explican desde la web de la firma. Desde brazaletes con forma de labios, hasta pendientes simulando la forma de los pezones, pasando por las icónicas uñas de manos y pies para los surrealistas. Todas estas partes del cuerpo se pueden encontrar a la venta como bisutería. Daniel Roseberry continúa la historia del uso del trampantojo iniciada por Schiaparelli, particularmente destacado en sus diseños de joyería para partes del cuerpo en la colección primavera- verano 2021.





Fuente ambas imágenes: [schiaparelli.com](http://schiaparelli.com)

No solo diseñadores se han valido de sus ideas, si pensamos en la cantante Lady Gaga se nos viene a la cabeza el adjetivo extravagante. Muchos han criticado su estilo tan excéntrico que no es más que un surrealismo moderno. Varias han sido las claras referencias de la cantante a la obra de la diseñadora. Gaga quiere provocar y llamar la atención de un modo divertido como ya lo hizo Schiaparelli en su época.

Hace años pudimos ver a Lady Gaga luciendo un tocado con la forma de langosta tan característica.



Durante la promoción de su single Telephone, la cantante usó un teléfono a modo de tocado, muy en la línea creativa surrealista del sombrero zapato de Schiap. ocasión el vestido Tear podría haber servido como inspiración para la aparición más surrealista y estrafalaria de la cantante en los MTV Video Music Awards. La *Mother monster*, como la llaman sus fans, se presentó al evento luciendo un vestido hecho con carne cruda de la artista checo- canadiense, Jana Stebak.

Por último, otra referencia la encontramos durante un concierto, Gaga lució una especie de estructura de huesos que se asemejaba al vestido esqueleto sobre un body



color carne. La Mother moster, como la llaman sus fans, se presentó al evento luciendo un vestido hecho con carne cruda de la artista checo- canadiense, Jana Stebak. Por último, otra referencia la encontramos durante un concierto, Gaga lució una especie de estructura de huesos que se asemejaba al vestido esqueleto sobre un body color carne.

## 2.6 Elsa Schiaparelli y Miuccia Prada

En mayo de 2012 el Costume Institute del museo Metropolitan de Nueva York exhibió la muestra Schiaparelli & Prada: imposible conversations, un diálogo imaginario entre Miuccia Prada y Elsa Schiaparelli. La exposición estuvo dirigida por el actor, director, guionista y productor de cine australiano Baz Luhrmann. Con estas conversaciones se refleja la afinidad tanto conceptual como formal que existe entre las dos icónicas diseñadoras italianas a pesar de haber estado separadas en el tiempo.

Como recoge el libro de dicha muestra, *Schiaparelli & Prada. Impossible conversation*, ambas mujeres “han empleado materiales poco convencionales, colores inesperados, detalles imaginarios, así como estampados novedosos para cambiar la idea de belleza, glamour y gustos en la sociedad”. (*Impossible conversations*, 2012:21). Son dos firmas separadas por el tiempo, pero no por el estilo y las ideas.

Destaca en las dos la tendencia *Ugly chic*. Cuando Elsa Schiaparelli era pequeña le solían llamar fea, por ello pensó en embellecerse a sí misma haciendo de lo feo algo bonito.

Miuccia Prada confiesa que si ella ha hecho algo en moda, es hacer lo feo atractivo, en su trabajo busca destruir los clichés convencionales y explorar lo que significa la belleza hoy día. Ambas han jugado con textiles que no son usuales en moda: materiales que confunden sobre la idea del buen gusto, el mal gusto, lo natural y lo artificial, lo lujoso y lo elemental.

El conocido como Shocking pink fue un color revolucionario y muy característico de Schiap, en palabras de ella eligió un color “brillante, imposible, imprudente”. En su autobiografía cuenta que su fascinación por este color vino al ver el diamante Cartier de su amiga Daisy Fellowes. Era 1937 y Schiaparelli preparó el lanzamiento de su nuevo perfume, «Schoking», que decidió vincular con este nuevo color que había descubierto. El perfume resultó un éxito, y su caja, de un intenso color rosa, contribuyó a popularizarlo. Le gustaba tanto su nuevo tono que comenzó a incluirlo en vestidos de noche, pañuelos y barras de labios, hasta convertirlo en el tono corporativo de la casa. Su adjetivo, “Shocking”, es sinónimo de su propia vida, hasta el punto de dar nombre a su última colección, “Shocking Elegance”, y a su autobiografía, *Shocking Life*. Para Prada es “audaz y agresivo. Ella lo usó en su primera colección como un

símbolo de “feminismo asertivo”.

Tanto Prada como Schiaparelli han luchado por el feminismo a través de sus colecciones, alentando a las mujeres a ser atrevidas a que lleven lo que quieran cuando quieran, dejar de ser presas de los roles de belleza estipulados. Ambas detestan la idea de que las mujeres tengan que llevar un tipo de vestimenta según la edad que tengan. Juegan con los estampados en las prendas, Miuccia ha diseñado prendas de carácter infantil para explorar la idea de inocencia y dulzura en relación con el feminismo. Para la colección Circus en 1938, Elsa Schiaparelli usó prints de monos, payasos, elefantes. Globos como bolsos, polainas como guantes, conos de helados como sombreros. Una serie de elementos que a priori parecen infantiles pero que ella utiliza de manera seria para mujeres adultas. Así mismo Prada también se ha valido de elementos del circo como monos, bananas y trapevistas para su colección primavera-verano de 2011. Curiosamente, ésta fue una de las colecciones más comerciales y exitosas de la casa Prada.

De las pocas cosas que no tenían en común estas dos grandes diseñadoras es que a Miuccia Prada no le ha gustado nunca trabajar con artistas en el campo de la moda, al contrario de lo que hizo Elsa Schiaparelli. Prada afirma que quiere ser exitosa por ella misma “no necesito artistas que hagan mi trabajo más atractivo”. (Prada, 2012: 145).

Aun así, fue ella quien recreó el famoso vestido langosta, en este caso de color dorado, pero con la misma fuerza visual. Lo diseñó para Anna Wintour, editora jefe de Vogue Estados Unidos quien lo lució en la gala MET de 2012, evento que el Metropolitan Museum de Nueva York dedica a la moda cada año y que es organizado por la revista Vogue. Schiaparelli, Simpson y Wintour son las tres mujeres que se han atrevido a lucir el vestido langosta, tres mujeres con carácter y personalidad unidas por el surrealismo, movimiento en pro de la rebeldía, así como lo son o han sido ellas mismas: inconformistas con los estándares sociales.

Los críticos en moda las han comparado hasta cuando ni siquiera Miuccia Prada se había inspirado en los diseños de la anterior diseñadora. ¿Será que la conexión entre ambas se hace palpable hasta cuando no se busca ese objetivo? Tintes surrealistas, bordados, plisados, pedrería, pieles y un sinfín de técnicas que han compartido a lo largo de los años.

## Conclusiones:

Como conclusión final, tras haber investigado sobre la diseñadora Elsa Schiaparelli, su vida personal, obra y relación con el mundo surrealista, podemos decir que no fue una diseñadora más. Es cierto que no son muchos quienes la reconocen por su nombre, incluso los hay que ni reconocen sus creaciones, pero de lo que no cabe duda es que fue una gran figura para entender la moda tal y como la vivimos hoy día y que su imaginario nos dio a la sociedad piezas de gran valor y con una historia detrás de cada prenda o joya. Nada era al azar dentro de las colecciones de Schiap. Fue una de las primeras personas dentro del mundo de la alta costura en tratar la moda como lo hacen hoy día: como un show que hay que crear, con un guion que seguir y un hilo conductor entre los desfiles y las prendas.

Elsa Schiaparelli junto con Dalí son la personificación de lo que ser raro, diferente y no seguir los constructos sociales. Son sinónimo de grandeza, originalidad y aportación de valor añadido al mundo

Otra de las conclusiones que podemos sacar es que Schiap es una diseñadora infravalorada. Sus creaciones son verdaderas obras de arte para la historia de la moda. Su trabajo no se entiende sin su relación de amistades y negocios con Dalí, pero cabe destacar que Dalí también se apoyó mucho en ella para inspirarse a la hora de pintar sus cuadros y para trabajar codo con codo con alguien que siguiese sus locuras. Es una pena que, durante esta investigación, leyendo libros y artículos de la vida y trayectoria de Salvador Dalí, me ha sido muy difícil encontrar algún apartado dedicado a Elsa Schiaparelli, incluso muchas veces ni la nombraban. Por el contrario, hablar de Schiaparelli es hablar de Dalí a pesar de que Schiaparelli comenzó su andadura en el surrealismo antes de establecer vínculos con Dalí

Por eso, este trabajo es un pequeño homenaje personal y recuerdo a su legado que tanto ha aportado a la cultura, al arte en España y en el mundo tanto dentro como fuera de la moda.

Que este trabajo sirva para dar a conocer a esta artista entre aquellos que no han oído hablar de ella.

## Biografía:

M, E, Palmegiani, (2018). *Elsa Schiaparelli y su relación con el Surrealismo*. Liño 24. Revista Anual de Historia del Arte, (pags. 73-84), Dialnet.

Díez Garde, J. (2021). Febrero. *El vestido del mes, Vestido Elsa Schiaparelli ca. 1935* [Ebook]. Madrid: El museo del traje.  
<http://www.culturaydeporte.gob.es/mtraje/dam/jcr:7066664f-5b70-4c86-85ae-ac352e35e6ee/mdm02-2018.pdf>

Mir Balmaceda, M J. (1995), *La moda femenina en el París de entreguerras. Las diseñadoras Coco Chanel y Elsa Schiaparelli*. Barcelona España, Ediciones internacionales Universitarias.

Jiménez Marín, G. (2016). *Merchandising & retail comunicación en el punto de venta*. Advook.

Schiaparelli, E. (2009) *Shocking life*, Alet, Padua, 2009

B, Arribas Butenegro (2015). *La unión de dos artes que hizo historia. La moda y el arte, es decir, Elsa Schiaparelli y el Surrealismo*. Universidad Valladolid. Trabajo Fin de Grado Publicidad y Relaciones Públicas.

L, Muñoz Pérez, (2018), *Desde Schiaparelli hasta nuestros días. Entre pasado y presente en términos de moda y surrealismo*, Universidad de Salamanca. Departamento de Historia del Arte. 2018.

BRETON, A. (1992). Qu'est-ce que le surréalisme? (Conferencia de Bruselas). En Breton, A. (Ed. M. Bonnet et alt.), Op. cit., (225 262, p. 255) Web oficial, <https://club-schiap.schiaparelli.com/>

Álvarez, M. (2019, 22 mayo). *El legado de las colaboraciones surrealistas de Elsa Schiaparelli con Salvador Dalí*. The Amaranta.

<https://thearamanta.com/brillo/las-colaboraciones-de-elsa-schiaparelli-con-salvador-dali/>

Bell-Heather, D. (2018, 10 septiembre). The 'Shocking' Legacy Of Elsa Schiaparelli.

*A&E Magazine*. <https://aeworld.com/fashion/elsa-schiaparelli-biography-desginer-icon-birthday/>

«Cara a cara», *los rivales más conocidos de la historia*. (s. f.). Señal Colombia.

Recuperado 15 de junio de 2021, de

<https://www.senalcolombia.tv/documental/cara-cara-rivales-mas-conocidos-historia>

*Elsa Schiaparelli*. (s. f.). Vogue. Recuperado 12 de abril de 2021, de

<https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/elsa-schiaparelli/205>

Ibáñez, I. (2020, 1 octubre). El impacto de las guerras y las crisis en la moda.

*Leonoticias*. <https://www.leonoticias.com/vivir/tendencias/efecto-guerras-tesis-20201001182155-ntrc.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.bing.com%2F>

Koda, H., Bolton, A., & Thurman, J. (2012). *Schiaparelli & Prada: Impossible*

*Conversations* (1st ed.). Metropolitan Museum of Art New York.

Lunareja, D., & Perfil, V. T. M. (s. f.). *Vestir de Sentido*. Vestir de sentido. Recuperado

30 de mayo de 2021, de <http://www.vestirdesentido.com/2015/03/elsa-schiaparelli-surrealismo-moda-dali--mamba.htm>

Merchán, A. (s. f.). *Surrealismo I*. Blog Alonso Merchán. Recuperado 22 de junio de

2021, de <http://alonsomerchan.blogspot.com/2013/03/surrealismo-i.html>

*La mujer surrealista*. (2006, 1 octubre). EL PAÍS.

[https://elpais.com/diario/2006/10/01/eps/1159684028\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2006/10/01/eps/1159684028_850215.html)

Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189–200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>

P. (2017, 29 diciembre). *Mujeres ilustres: Elsa Schiaparelli*. Entre piedras y cipreses. <http://www.entrepiedrasycipreses.com/mujeres-ilustres-elsa-schiaparelli/>

Puig, M. (2020, 19 mayo). Elsa Schiaparelli, la diseñadora que inventó vestidos surrealistas para el fin del mundo. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/magazine/moda/20200516/48712736015/schiaparelli-surrealismo-disenadora-desfiles-alta-costura-branding-historia.html>

Toms, D., & Profile, V. M. C. (s. f.). *SAVOIR FAIRE*. Savoir Faire. Recuperado 7 de junio de 2021, de <http://david-toms.blogspot.com/2010/08/peynet-savoir+faire.html>

Yotka, S. (2019, 28 mayo). *Daniel Roseberry, nuevo director creativo de Schiaparelli*. Vogue España. <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/schiaparelli-nuevo-director-creativo-daniel-roseberry/40119>