Segona època Núm. 2 Novembre de 2026

DALÍ NEWS

Sabates musicals de rinoceront

Ruven Afanador / Montse Aguer / Laura Bartolomé / Chicks on Speed / Noelia Collado / Salvador Dalí / Agustín Fernández Mallo / Krzysztof Fijalkowski / Philippe Halsman / Rosalind McKever / Jordi Mercader / Guo Pei / Miriam Ponsa / Daniel Roseberry / Albert Serra





DALÍ NEWS

«Però com que en els diaris cal fer front a tantes coses, i seguint una dita catalana, “si vols estar ben servit, fes-te tu mateix el llit”, vaig decidir aquesta vegada escriure tot el que m’agradaria llegir de mi mateix en els diaris. En resum, un diari on, en comptes de grans titulars anunciant catàstrofes mecàniques, hi hagués altres titulars anunciant la “quintaessència” de les brises homèriques; en comptes de la malenconiosa taquigrafia de les finances, de casaments sense color i de naixements de futures ànimes del purgatori, un hauria de tenir fragments de l’intercanvi ciclotòmic de l’esperit, l’acoblament de bisexuals “psicomorfologicocèfals” i els naixements dels “quintigèmins” dels meus capricis. En comptes de seccions educatives que voregen la mediocritat, seccions de “desculturalització” i confusió que porten a la cretinització sistemàtica de les masses. Perquè cal reeducar tota la nostra època. Finalment, en comptes de la desintegració de la matèria que envolta una explosió, les sobtades possibilitats de la integració materialitzant-se en el sublim i preeminentment catòlic mite de la Resurrecció del Cos.

En tot cas, el DALÍ NEWS oferirà aquesta incontestable originalitat per damunt de tots els altres diaris existents. No contindrà ni una sola mala notícia, ni tan sols les que siguin veritat, i contindrà totes les bones notícies, fins i tot les que siguin falses».

SALVADOR DALÍ, **DALÍ NEWS**, VOL. I, NÚM. 1, 20 DE NOVEMBRE DE 1945

FUNDACIÓ GALA SALVADOR DALÍ

Art i moda

Jordi Mercader Miró / Montse Aguer Teixidor

President de la Fundació Gala-Salvador Dalí / Directora dels Museus Dalí

La intensa relació de Salvador Dalí amb la moda, així com amb altres mitjans d'expressió creativa propis del seu segle, respon a la vocació de l'artista empordanès de desenvolupar el seu geni a l'estil renaixentista: de manera completa i multidisciplinària, sense separació entre vida i obra, moda i art. Dalí esdevé així un artista total, l'empremta del qual es pot detectar encara avui a les millors passarel·les del món.

Encara que pugui semblar pròpia de l'època contemporània, la relació entre l'art i la moda ve de lluny. Tot i que no hi ha evidències de la participació de Miquel Àngel en el disseny dels vestits per a la Guàrdia Suïssa del Vaticà —segurament es tracta d'una llegenda llargament difosa—, el Renaixement és el moment en què emergeixen artistes amb un autèntic interès per transcendir les arts plàstiques. Leonardo da Vinci és, segurament, el paradigma de l'artista total. Recentment, se l'està estudiant com una figura pionera de la moda i de l'estil, a més de l'art i la ciència.

Dalí, principalment a partir dels anys quaranta, vol ser considerat un mestre del Renaixement i convertir-se en un artista total. Esdevé també un dissenyador total en l'àmbit de la moda, amb la creació de vestits i teixits, disfresses, joies, sabates, corbates, mocadors, perfums i cosmètics, així com de maniquins i aparadors, com el que dissenya l'any 1936 per als magatzems Bonwit Teller de la Cinquena Avinguda de Nova York. En aquest aparador es fa palesa la seva imaginació sense límits i s'hi escenifica la immersió en les profunditats de l'inconscient. També col·labora amb les principals revistes de moda, com *Vogue* o *Harper's Bazaar*.

L'època surrealista representa un veritable punt d'inflexió en la fusió art-moda. Alguns artistes, amb el desig d'arribar a tots els àmbits de la creació i d'elaborar nous llenguatges, atorguen una gran importància a la moda i, fins i tot, la consideren, en ocasions, una forma d'art visual i d'expressió cultural, que integren a les seves creacions. Alhora, certs dissenyadors coneixen a fons i admiren allò que es realitza en el món de l'art i hi incorporen elements com la subversió o les associacions lliures. La moda es considera també un art experimental, com la base del diàleg modern que ara representen aquestes dues disciplines.

Dalí amb Schiaparelli van ser pioners a l'hora de representar aquesta conjunció art-moda i de fer evident la funció simbòlica de la moda com a mostra d'un temps determinat. Schiaparelli, segurament fent-se ressò del mètode paranoicocrític de Dalí, ens mostra que una sabata no és una sabata, sinó que pot esdevenir un barret. Aquest esperit continua viu avui en les darreres col·leccions de Daniel Roseberry, i també en altres col·leccions de Chanel, Dior i Rabanne, cases amb les quals Dalí va col·laborar. També és present en altres grans firmes o en concepcions més artesanes, com les de Miriam Ponsa.

En aquestes interseccions —fusions, a vegades,— entre art i moda, tenen un paper destacat els fotògrafs de l'època, des de Man Ray —molt proper al grup surrealista de Breton— fins a Brassaï, Cecil Beaton, Hoyningen-Huene i Horst P. Horst. La fotografia ha contribuït sovint a desdibuixar les fronteres entre art i moda, com ho demostra en l'actualitat Ruven Afanador, convidat en aquest número de DALÍ NEWS.

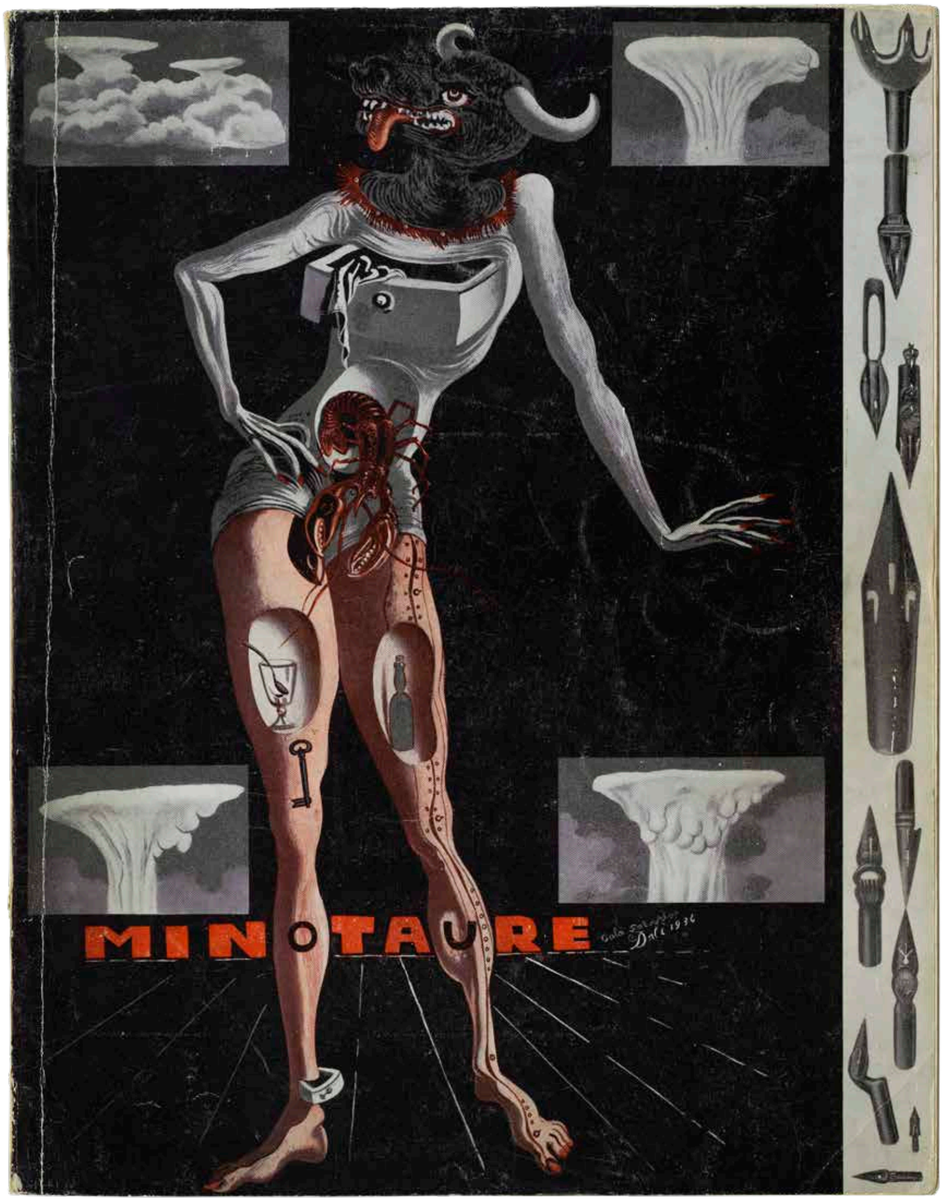
Un altre element que ens agradaria també destacar és que Dalí i Gala, i el binomi Gala-Salvador Dalí, es converteixen en símbol dels dandis. La seva indumentària és clau per mostrar-nos una imatge determinada, la que ens volen donar i que es plasma a la seva obra, des de pintures i dibuixos fins a *performances* o *happenings*. Per a ells, la moda del seu temps —fins i tot Dalí «pronostica» la moda dels temps a venir— és art i expressió d'una manera de pensar el món.

Els museus també han desdibuixat fronteres i presenten noves formes d'expressió de cada època, entre les quals destaca la moda, una moda que pot ser

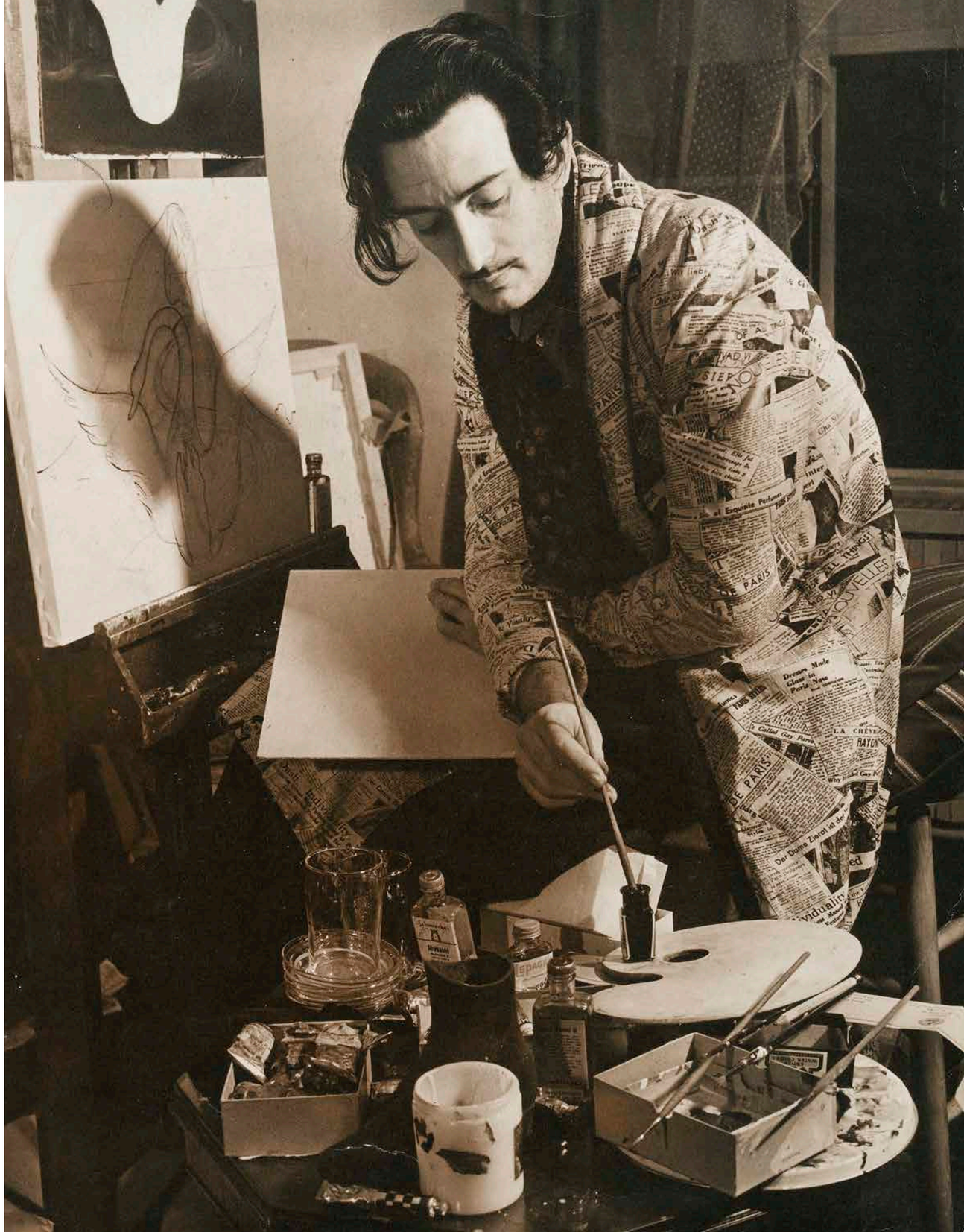
> Dalí es dedica a fer flascons de perfum, catifes, corbates! Però aquests incultes miserabilistes no saben que Miquel Àngel decorava gerros per al Papa i dissenyava els uniformes de la guàrdia del Vaticà. No és cap deshonra marcar el propi segle en el major nombre de camps possible, i, a més, jo no faig res en mobiliari, escenografia, ballet o orfebreria que no sigui pur Dalí.
>
> —Salvador Dalí, *Les passions segons Dalí*, 1968

realitzada tant per artistes com per dissenyadors, que forma part destacada de la cultura de masses i que pot aportar nous valors estètics i culturals. En aquest sentit, el 2026 és un any especialment important. El Fashion Institute of Technology (FIT) de Nova York ha explorat les relacions entre l'art i la moda a l'exposició «Art X Fashion», mentre que el tema de la Met Gala d'enguany ha estat *Fashion is Art*, amb la voluntat d'explorar la moda com una forma d'expressió artística. D'altra banda, el V&A South Kensington de Londres ha dedicat una importantíssima mostra a Elsa Schiaparelli, en la qual Dalí hi ha tingut un espai molt destacat. Quin millor moment que aquest per parlar del paper que Dalí va tenir en la moda del segle XX i de tot allò que va sorgir de les aliances de l'artista amb els principals dissenyadors del segle passat, unes aliances creatives que són també epistemològiques? Per això, enguany, la Fundació Gala-Salvador Dalí, expandint i enriquint la tasca iniciada l'any 2020 amb les exposicions temporals al Castell Gala-Dalí de Púbol, ha inaugurat l'exposició «Dalí e la moda» al Palazzo Reale de Milà, una de les principals capitals de la moda europea, coincidint amb la Setmana Internacional de la Moda. Una oportunitat única per reivindicar el Dalí artista total.

Portada de la revista *Minotaure* dissenyada per Salvador Dalí, 1936



Salvador Dalí, vestit amb una bata Schiaparelli, treballant en el decorat de *Bacanal* a Nova York, 1939





Salvador Dalí prediu

Durant tot el desembre passat, la galeria més concorreguda del carrer 57 de Manhattan, ple d'espais d'art, va ser la Carstairs, on s'exposava una selecció de pintures noves de l'irrefrenable Salvador Dalí. Milers de persones hi van acudir, algunes per admirar, unes quantes a adquirir (a preus que podrien fer dubtar un milionari), i moltes només per contemplar i preguntar-se com el «més boig» dels excèntrics continua sacsejant el sector de l'art modern. Alain Jouffroy, crític d'art parisenc, va oferir una resposta: malgrat «aquesta irritant barreja d'audàcia, geni, conformisme i fanfarroneria... Dalí manté certs valors per sobre de la fluctuació; potser riuríem menys quan l'escoltem si recordéssim que cadascuna de les seves bromes clava una daga al cor de la nostra història».

A les pàgines següents, *Nugget* ofereix quatre prediccions més (de la sèrie de 12) del futur tal com el va imaginar i representar Dalí, que respon a aquells, en particular crítics i altres artistes, que el consideren un farsant: «Estan gelosos».

FOTO DE HALSMAN



SABATES MUSICALS DE RINOCERONT

Les sabates de dona amb silueta de morro de rinoceront aniran equipades amb uns talons amb plecs d'acordió que duran incorporades unes molles connectades a uns mecanismes que faran soroll o música. Així, el món del calçat no només tindrà un «nou aspecte», sinó també un «nou so», amb melodies descarades o rítmiques que donaran color als carrers.

Doble pàgina reproduïda a *Nugget*, vol. I, núm. 9, Nova York, 30/04/1957. Més informació a la pàgina 72.

Art i moda
Jordi Mercader Miró / Montse Aguer Teixidor
02

I Dalí també va predir la moda
Laura Bartolomé Roviras
10

Modes surrealistes
Krzysztof Fijalkowski
16

L'origen de l'autorepresentació
Agustín Fernández Mallo
22

Sabates de rinoceront i altres profecies
Noelia Collado
26

Autoretrat d'una matèria inquieta
Miriam Ponsa
32

Dalí, cronista de la moda
38

Schiaparelli
40

Chanel
42

Dior
44

Rabanne
46

Preguntem a Daniel Roseberry: Quina relació hi ha entre el surrealisme de la dècada de 1930 i la casa Schiaparelli d'avui?
48

Més enllà de la indumentària: l'alta costura com a visió profètica anàloga a l'esperit surrealista
Guo Pei
50

El surrealisme del que és màgic
Ruven Afanador
54

La clau de la lectura és sempre una ficció
Albert Serra
56

«La nostra guitarra de taló fa servir el mateix impuls de Dalí i el redirigeix gràcies a la interpretació postpunk, pop i feminista: un accessori esdevingut arma que és alhora sabata, escultura, instrument i broma»
Entrevista a Chicks on Speed
58

L'esquelet a l'armari
Rosalind McKever
64

La meva lluita. La meva participació i la meva posició en la revolució surrealista. «Objecte surrealista» contra «somni narrat». Activitat paranoicocrítica contra automatisme
Salvador Dalí
68

Salvador Dalí amb rinoceront
Philippe Halsman
70

DALÍ NEWS

SABATES MUSICALS DE RINOCERONT

I Dalí també va predir la moda

Laura Bartolomé Roviras

Sotsdirectora de l'Àrea de Recerca i Projectes de la Fundació Gala-Salvador Dalí

Des de la infantesa, encoratjat per un entorn familiar en què el vestit és una targeta de presentació, Salvador Dalí se serveix de la moda per construir la seva personalitat, però també la crea i la prescriu. L'any 1936 és l'inici de la seva gran i extensa aventura al món de la moda, que, des d'aquell moment, es desplegarà en col·laboracions amb firmes d'alta costura, revistes especialitzades, creació d'aparadors, disseny de joies i accions performatives a finals dels anys seixanta, que converteixen Portlligat en un centre de desfilades innovadores. Un univers en què l'objecte surrealista mai no deixa de ser clau.

Salvador Dalí al jardí de la família Pichot a Figueres, *c.* 1909



Sabates musicals de rinoceront. El títol d'aquesta predicció publicada el 1957 podria ser, fins i tot, el d'un objecte surrealista. Les referències implícites que es poden desxifrar en aquesta creació semblen també un tribut a diferents episodis en què Dalí ja havia combinat l'art i la moda. Les sabates de dona són un dels primers elements simbòlics de la seva pintura surrealista i es converteixen en l'eix del seu *Objecte de funcionament simbòlic* [OE 1], creat l'any 1931. A més, les mans entrecreuades que decoren l'empenya de les sabates remeten a la cintura d'una de les figures de *Dona amb cap de roses* del 1935 [P 411] i, al seu torn, es poden relacionar amb un cinturó Schiaparelli.[1] Nogensmenys, quan parla del nou aspecte i el nou so d'aquestes sabates futuristes, és molt probable que rendeixi també tribut al *New Look* de la col·lecció d'alta costura de Christian Dior del 1947, amb faldilles amples, cossos cenyits i cintura de vespa.

Però la moda és inherent a Dalí des del començament. Abans de res, és un mandat familiar, ja que vestir i vestir-se és molt més que un acte quotidià a casa dels Dalí-Domènech. La moda esdevé un llenguatge en l'esfera pública de la família, al marge de qualsevol situació o context, com es pot veure en els seus retrats de societat i també de l'àmbit privat.[2] Ell mateix recorda l'impacte que la seva manera de vestir provocava a l'escola primària: «només jo duia un vestit de mariner, amb ensenyes brodades en fil gruixut d'or a les mànigues i estrelles a la gorra; només jo duia els cabells pentinats mil vegades i amb olor de perfum que devia semblar tan torbadora als altres nens, que venien per tandes a olorar el meu cap privilegiat. Jo era l'únic, a més, que duia les sabates ben enllustrades, amb botons de plata [...] ells, els meus companys, també em consideraven tan distint, que només se m'apropaven, i no pas sense vacil·lacions, per admirar de la vora un mocador de puntes que floria a l'obertura de la meva butxaca, o el meu bastó de bambú, prim i flexible, que en el puny de plata ostentava un cap de gos».[3] Per sort, algunes fotografies de l'època el mostren vestit així. Altrament, aquestes línies es podrien confondre amb l'evocació d'un Dalí adult o fins i tot amb falsos records de la seva *Vida secreta*. D'altra banda, l'atenció pel detall i l'adopció d'un vocabulari precís propi manllevat del món de la moda, els vestits i la confecció d'aquest fragment també es detecten de manera primerenca en la seva infància. La seva germana Anna Maria recorda com es refereix a la seva àvia Anna com a una persona «polida com un rodet de fil de seda negra».[4] Un vocabulari delicat i concís, que farà servir en altres ocasions, per exemple en el seu text «Exhibicionisme» de 1954, en què descriu de manera sorprenent la seva vestimenta en tercera persona: «No durà barret, però durà una corbata blau marí sense cap dibuix, una agulla de corbata, prou vella, representant la cara biliosa d'un cardenal tallada en una adulària, birreta i coll de robins, abric molt gastat, mitjons de seda, l'un negre i l'altre gris, una vara d'alzina amb un cap de Faberger, un tros de residu gastat i ensangonat al trau de l'abric demostrarà que Dalí està acabant fins als darrers sospirs vegetals les restes d'un trau vermell que ha dut durant cinc dies».[5]

1. Es tracta d'un cinturó de vespre de la col·lecció de tardor de 1934. Vegeu: https://www.metmuseum.org/art/collection/search/155919.
2. Aquestes fotografies s'han publicat en diverses ocasions. Vegeu: Montse Aguer i Fèlix Fanés, *Salvador Dalí. Àlbum de família*, Fundació Gala-Salvador Dalí, Fundació "la Caixa", Figueres, Barcelona, 1998; Mariona Seguranyes, *Els Dalí de Figueres. La família, l'Empordà i l'art*, Ajuntament de Figueres, Museu de l'Empordà, Figueres, 2018.
3. Salvador Dalí, *La vida secreta de Salvador Dalí* (1942). A *Obra completa*, vol. I, *Textos autobiogràfics 1*, Destino, Fundació Gala-Salvador Dalí, Barcelona, Figueres, 2003, p. 286.
4. Anna Maria Dalí, Mariona Seguranyes, *Salvador Dalí vist per la seva germana*, Viena Edicions, Barcelona, 2012, p. 73.
5. Salvador Dalí, «Exhibicionisme», *Dalí News*, vol. 1, núm. 1, Nova York, 20/11/1945. A *Obra completa*, vol. IV, *Assaigs 1*, Destino, Fundació Gala-Salvador Dalí, Barcelona, Figueres, 2005, p. 541.



Salvador Dalí, Ella era una dona surrealista - Ella era com una figura d'un somni, 1936, fotografia de Worsinger Photo

És clar que Dalí va aprendre a tenir i mantenir una presència diferent de la resta des de ben petit. Per un motiu o altre, o potser per molts motius al mateix temps, ben aviat converteix aquest llegat familiar en una constant personal. Una constant que té l'encert i l'habilitat de transformar a cada pas, a cada etapa vital, a cada ocasió d'esdevenir una personalitat única. Un procés que recorda una metamorfosi profunda i silenciosa que fa eclosió en el moment en què les seves ales són a punt per volar, com una crisàlide. Dalí intueix, en la seva manera de mostrar-se al món, la potencialitat de tota una vida i de tota una obra. Durant els anys vint, demostra una capacitat notable per combinar molts *outfits* diferents a la vegada. Al seu taller de Figueres, tan aviat posa davant la càmera disfressat de Nefertiti com amb brusa i corbata. Amb Federico García Lorca, tant es deixa fotografiar amb els vestits de gala propis d'un dandi durant les seves estades a Madrid i Barcelona com amb jerseis de punt i pantalons amples durant els seus períodes estivals a Cadaqués. I quan Gala arriba a la seva vida l'any 1929, aquesta transformació contínua passa a ser una qüestió compartida. Les primeres fotos de la parella a Portlligat i a París a principis dels anys trenta són un contrast constant d'estils, que es debaten entre la senzillesa abrupta i l'esperit lliure del Cap de Creus i el *chic* de la capital francesa. Dalí i Gala porten la moda fins a un nou confí, i junts ideen una estratègia d'autorepresentació en què la roba que vesteixen és absolutament rellevant.[6] Això és encara més clar quan tots dos posen per a alguns dels fotògrafs de moda més cèlebres de l'època, com Man Ray, Cecil Beaton, George Hoyningen-Huene i Horst P. Horst.[7]

Però Dalí no només se serveix de la moda, també la crea i la prescriu. No de la mateixa manera com ho fan els grans dissenyadors del segle XX, però sí amb una mirada àmplia i transversal que li facilita aliances extraordinàries. No és casualitat que, de la seva primera col·laboració amb Elsa Schiaparelli per a la col·lecció d'alta costura hivern 1936–1937, en resultin uns vestits i unes jaquetes amb butxaques-calaix. Com a bon pigmalió, Dalí fa alguna cosa molt semblant a donar vida a una escultura, transformant la seva *Venus de Milo amb calaixos* [OE24] en un conjunt sublim. L'art esdevé moda amb aquesta peça, immortalitzada per Cecil Beaton i publicada a *Vogue* el setembre de 1936.[8] Per la seva banda, les revistes de moda no es limiten a recollir les creacions de Dalí, sinó que també li demanen participar en la il·lustració de portades, articles i anuncis directament vinculats a la moda.[9] Entre 1935 i 1937 comença a col·laborar amb *Harper's Bazaar* i *Vogue*, i amb aquesta darrera estableix un compromís més extens fins als anys cinquanta i fins i tot més enllà, ja que el 1971 dissenya el número del cinquantè aniversari de la revista que titula *Vogué*.

Tot i que es poden identificar algunes provatures anteriors, l'any 1936 és l'inici de la gran i extensa aventura de Dalí en el món de la moda. És també el moment en què un retrat seu fet per Man Ray apareix a la portada de la revista *Time*,[10] un reconeixement a l'abast de pocs artistes de l'època —Picasso hi apareix el febrer de 1939. És un moment dolç en què Dalí abraça la fama transatlàntica i estableix un nou eix vital a la ciutat de Nova York. Durant els darrers mesos de 1936, participa a «Fantastic Art, Dada, Surrealism» al MoMA i celebra una monogràfica a la Julien Levy Gallery.[11] I, abans d'acabar l'any, dissenya un aparador comercial a la Cinquena Avinguda novaiorquesa: «Per via d'experiment, vaig acceptar la proposta d'arreglar un dels aparadors de la botiga Bonwit-Teller amb una exhibició surrealista. Vaig fer servir un maniquí amb el cap fet de roses vermelles i amb ungles d'ermini. Damunt una taula, un telèfon transformat en llagosta; penjant d'una cadira, la meva famosa "jaqueta afrodisíaca", consistent en un esmòquing negre que duia enganxats, de manera que el cobrissin del tot, vuitanta-vuit gotets de licor, plens fins dalt de tot, d'un licor de menta verd amb una mosca morta i una palla en cadascun».[12] Dalí no es limita a evocar el seu famós *Telèfon transformat en llagosta* [OE30] i *La jaqueta afrodisíaca* [OE31], un dels seus darrers objectes surrealistes en què la moda es trasllueix en forma d'esmòquing. També abilla el maniquí comercial amb un cap de flors, una de les iconografies més peculiars de les seves pintures de 1935–1936. Més tard, ell mateix identifica aquestes creacions com els «personatges de l'escenificació».[13] Experiment, exhibició surrealista, escenificació... són uns termes en què es descobreix una nova manera d'entendre l'aparador comercial a partir del llenguatge i les pràctiques artístiques. Aquesta creació, doncs, no pot ser de cap manera aliena a l'art, tot el contrari: és un dels primers espais en què un Dalí pioner encalça l'art en la moda i dilueix les fronteres entre aquests dos universos.

L'aparador novaiorquès trenca, en realitat, amb l'esperit de les vitrines que Dalí ja havia fet a París els primers anys de la dècada dels trenta per a algunes exposicions.[14] A Nova York, les seves creacions ja no s'exhibeixen tan sols com a obres d'art, sinó més aviat com evocacions artístiques en circuits comercials. Això succeeix, a més, en un moment en què encara no és gaire freqüent que els artistes explorin aquest llindar creatiu. D'alguna manera, Dalí anticipa els aparadors que Jean Tinguely duu a terme a Basilea durant els anys quaranta, i també aquells que artistes tan diversos com Robert Rauschenberg, Jasper Johns, Susan Weil, Sari Dienes i Andy Warhol fan per als Bonwit Teller a les dècades dels cinquanta i seixanta.[15]

És així com, durant la segona meitat dels anys trenta, la influència de Dalí s'expandeix vers altres sectors situats fora dels confins de l'art, i també del surrealisme. Tal com explica Krzysztof Fijalkowski, l'experiència del grup surrealista amb la moda va ser ambivalent.[16] Tot i que el grup de París va teixir connexions amb alguns dissenyadors de l'època —per exemple, amb Paul Poiret o Jacques Doucet— o va fer ús de representacions relacionades amb la moda en algunes de les seves publicacions o escrits, no és evident que consideressin aquest món com un espai d'interès

Com a bon pigmalió, Dalí fa alguna cosa molt semblant a donar vida a una escultura transformant la seva *Venus de Milo amb calaixos* en un conjunt sublim. L'art va esdevenir moda amb aquesta peça, immortalitzada per Cecil Beaton i publicada a *Vogue* el setembre de 1936. Per la seva part, les revistes de moda no es limiten a recollir les creacions de Dalí, sinó que també li demanen de participar en la il·lustració de portades, articles i anuncis directament vinculats a la moda.

6. Bea Crespo i Lucia Moni, «Soft Self-Portrait of Gala and Salvador Dalí: Fashion as a Strategy of Self-Representation». A *Dalí and Fashion*, Skira, Milà, 2026, p. 45–61.
7. Per a les fotografies de Gala i Dalí de Horst P. Horst, vegeu: https://horst.salvador-dali.org.
8. «Disciples of Dalí», *Vogue*, vol. 88, núm. 6, Nova York, 15/09/1936, p. 70.
9. *Salvador Dalí i les revistes*, Fundació Gala-Salvador Dalí, Fundació "la Caixa", Figueres, Barcelona, 2009.
10. *Time*, vol. 28, núm. 24, Nova York, 14/12/1936.
11. *Souvenir - Catalogue*, Julien Levy Gallery, [1936–1937].
12. Salvador Dalí, *La vida secreta de Salvador Dalí* (1942). A *Obra completa*, vol. I, *Textos autobiogràfics 1*, *op. cit.*, p. 809.
13. Salvador Dalí, André Parinaud, *Confessions inconfessables* (1973). A *Obra completa*, vol. II, *Textos autobiogràfics 2*, Destino, Fundació Gala-Salvador Dalí, Barcelona, Figueres, 2003, p. 548.
14. Es pot comparar, per exemple, amb l'aparador creat el 1934 per a l'exposició «Salvador Dali 42 eaux-fortes et 30 dessins pour Les Chants de Maldoror» a la Librairie Les Quatre Chemins.
15. Adrian Dannatt, «Reflections on the Store Window». A *A Fresh Window. The Art of Display & Display of Art*, Museum Tinguely, Basilea, 2024, p. 7–25.
16. Krzysztof Fijalkowski, «Fashion in the Formative Years of Parisian Surrealism: the Dress of Time, the Dress of Space», *Journal of Surrealism and the Americas*, vol. 12, núm. 1, 2021, p. 6–32. Veure article del mateix autor a les pàgines 16–21.



André Caillet, Gala amb el *Barret sabata* d'Elsa Schiaparelli inspirat en un disseny de Salvador Dalí, 1938

creatiu. Vist així, sembla significatiu que, més enllà de la seva primera col·laboració amb Schiaparelli, Dalí explori la moda en solitari en un moment en què la seva relació amb el grup de Breton ja s'ha començat a deteriorar després del «judici» del 1934. I potser no és agosarat veure l'aparador dels Bonwit Teller com una reacció a l'ortodòxia bretoniana. El títol d'aquest aparador —perquè, de fet, Dalí li dona un títol com si d'una obra d'art es tractés— podria resultar revelador en aquest sentit: *Ella era una dona surrealista – Ella era com una figura d'un somni* [0E28]. Per Dalí, la moda havia de ser surrealista, o no ser.

Més enllà de les conjectures, les dades indiquen que a partir del 1936 l'artista busca de manera constant la col·laboració amb els grans referents de la moda. De la seva intensa relació amb Schiaparelli en continuen resultant creacions memorables,[17] com el *Vestit llagosta* de la col·lecció d'alta costura d'estiu 1937, amb el qual Cecil Beaton fotografia Wallis Simpson la vigília del seu casament amb el duc de Windsor, abans Eduard VIII del Regne Unit. O el *Vestit esquelet* i el *Vestit esquinçat* de la col·lecció *Le Cirque* de la primavera 1938. Sense oblidar l'agosarat *Barret sabata* de la col·lecció d'alta costura hivern 1937–1938, una peça que revela l'impactant maridatge entre l'art i la moda a partir d'un objecte simbòlic comú: una sabata de dona. Les fotografies d'André Caillet l'any 1938 enquadren el fabulós *tête a tête* de Gala i el *Bust de dona retrospectiu* [0E33] —l'objecte surrealista creat per Dalí l'any 1933— amb aquest barret. Allò que l'objecte surrealista dalinià aporta a la moda es pot comprendre, tot d'una, davant d'aquestes imatges.

Aquesta col·laboració amb Schiaparelli no impedeix que Dalí estableixi una estreta relació amb Gabrielle Chanel; ambdues eren grans figures i rivals de la moda francesa durant el període d'entreguerres. És probable que, durant els mesos de 1938 en què Dalí es va establir a La Pausa, la casa-refugi de Coco a la Costa Blava francesa, tots dos comencessin a pensar en el vestuari del ballet *Bacanal*, una creació total de Dalí per als Ballets Russes de Monte-Carlo.[18] Les instantànies de George Hoyningen-Huene immortalitzen Chanel treballant en algunes d'aquestes peces.[19]

Dalí, però, no coneix límits i s'interessa també per la joieria. Els seus primers dissenys són del 1941, conjuntament amb Fulco di Verdura, un joier d'origen italià i amic de Gabrielle Chanel.[20] D'alguna manera, aquest és el preludi de la seva col·laboració amb els joiers Alemany & Ertman a finals dels anys quaranta i que té com a resultat la gran col·lecció de joies que avui formen part del Teatre-Museu Dalí de Figueres.[21] Algunes s'inspiren directament en la moda, com el magnífic *Anell cotilla*, una peça d'or, diamants i perles, creada l'any 1949.

La primera gran incursió de Dalí en el món de la moda esdevé, doncs, en aquesta segona meitat dels anys trenta, en un moment en què el seu eix creatiu i vital es va desplaçant paulatinament d'Europa als Estats Units, on s'estableix de manera estable entre 1940 i 1948. Qui sap si aquella nova pell que descriu a les pàgines finals de la seva *Vida secreta*, i que sovint s'ha identificat amb un renaixement i l'inici d'una nova etapa, podria ser també una metàfora d'una nova manera d'afrontar l'art des d'un espai més ampli, expandit també a la moda?[22] Perquè, què és la moda, sinó una segona pell?

En qualsevol cas, als Estats Units, Dalí albira nous horitzons en àmbits molt diversos i s'endinsa en el disseny de productes per al consum de masses.[23] Teixits per a vestits i mocadors, corbates i perfums. També dissenya tèxtils per a productes de la llar, com catifes i cortines. I al mateix temps intensifica la seva vinculació amb el *commercial art* amb la concepció d'anuncis publicitaris de productes. Són especialment notables els que crea per a les mitges Bryans Hosiery entre 1944 i 1948, que es publiquen a *Vogue* i també en altres revistes de l'època. Tanmateix, una de les col·laboracions més destacades és la que estableix amb Wesley Simpson, un conegut empresari del sector tèxtil per a qui Dalí dissenya diferents teixits per a vestits. Unes creacions que incorporen motius que continuen inspirant-se en iconografies de la seva etapa surrealista: dones amb caps de flors, parets de maons, roques decorades amb ulls, claus, formigues i ocells, entre d'altres. Aquests teixits van ser triats per dissenyadors tan reconeguts com Adrian, un dels més destacats de l'escena de Hollywood durant els anys trenta i quaranta.

Però al mateix temps que Dalí llegeix i interpreta les necessitats del nou públic de masses nord-americà, no deixa de relacionar-se amb els grans noms de la moda i l'alta costura europea. El 1951 crea, amb Christian Dior, amb la col·laboració de Pierre Cardin i amb Gala com a intermediària, les disfresses per a la seva comparsa del ball de Beistegui, celebrat al Palazzo Labia de Venècia.[24] Per la seva banda, el dissenyador d'origen egipci Jean Dessès dissenya, vers el 1960, un conjunt de còctel amb un estampat que segueix una litografia de Dalí de la sèrie «Pages choisies de Don Quichotte de la Manche».

Tanmateix, durant els anys seixanta la implicació de Dalí en el món de la moda s'amplia cap a una vessant més performativa. En aquesta direcció, la seva col·laboració amb Paco Rabanne és molt significativa i reflecteix la recerca de nous espais en els quals la *performance* artística i la promoció de moda donen lloc a nous llenguatges creatius. Entre 1966 i 1969, organitza un seguit de *performances* a Portlligat, Barcelona i París en què compta amb algunes models famoses, com la supermodel nord-americana Donyale Luna i les europees Elsa Peretti i Amanda Lear, vestides amb

17. Una de les darreres aproximacions a la col·laboració entre Dalí i Schiaparelli es pot trobar al catàleg de l'exposició celebrada al V&A de Londres: *Schiaparelli: Fashion Becomes Art*, Victoria and Albert Museum, Londres, 2026.

18. El començament de la Segona Guerra Mundial va fer que aquest ballet no es pogués estrenar a Europa, com estava previst, i s'acabés presentant a la Metropolitan Opera House de Nova York el 9 de novembre de 1939. Això va fer que els vestits s'haguessin d'improvisar i que finalment se'n fes càrrec Barbara Karinska, col·laboradora dels Ballets Russes. Vegeu: Simon Brandes, *Salvador Dalí und das Theater*, Michael Imhof Verlag, Petersberg, 2012, p. 161–176; Montse Aguer i Laura Bartolomé, «Salvador Dalí à La Pausa : les jours ultimes de bonheur en Europe». A *La Pausa. La villa méditerranéenne idéale de Gabrielle Chanel*, Flammarion, París, 2025, p. 291–322.

19. «Chanel dresses Dali's new Ballet», *Harper's Bazaar*, any 72, núm. 2729, Nova York, octubre de 1939, p. 94–95.

20. Aquestes joies es publiquen aquest mateix any a *Vogue*, 15/07/1941, p. 32–33.

21. *Dalí Joies*, Fundació Gala-Salvador Dalí, Figueres, 2011.

22. Salvador Dalí, *La vida secreta de Salvador Dalí* (1942). A *Obra completa*, vol. I, *Textos autobiogràfics 1, op. cit.*, p. 891 i s.

23. Per a una visió general vegeu: *Dalí. Cultura de masses*, Fundació "la Caixa", Fundació Gala-Salvador Dalí, Barcelona, Figueres, 2004.

24. Bea Crespo, «El Ball del Segle». A *Gala, Dalí, Dior: d'art i moda*, Fundació Gala-Salvador Dalí, Figueres, 2020, p. 56–60.

els nous *Vestits importables* de Rabanne.[25] Són vestits realitzats amb plaques de rhodoide i de metall de la seva primera col·lecció-manifest del 1966. Aquesta no és l'única vegada, però, que Dalí es fa ressò dels dissenys més atrevits de l'època. El 1965 ja havia fet servir les famoses ulleres *Eskimo* del francès André Courrèges per a presentar els seus dissenys de moda de bany realitzats pel fabricant de Wisconsin Jack A. Winter.[26] El paper de Dalí en aquests espais performatius no és passiu; ben al contrari, s'hi involucra i n'esdevé el protagonista tot explorant, al mateix temps, les pràctiques de la pintura d'acció. I tot això succeeix, sempre, davant la mirada de les càmeres i la televisió. Tant és així que, el 1968, Portlligat es transforma en un plató per a un reportatge fotogràfic de moda espanyola publicat pel *The Daily Telegraph*.[27] Les models, vestides amb creacions de Manuel Pertegaz, Pedro Rodríguez, Carmen Mir, Elio Berhanyer, Pedro Rovira i també Paco Rabanne, són fotografiades pel francès Jean Clemmer en els espais més singulars de la casa. Però això no és tot: les imatges publicades són en realitat les fotografies de Clemmer després de ser intervingudes pictòricament per Dalí.

Amb menys intensitat, però amb la mateixa curiositat genuïna, Dalí es continua relacionant amb altres dissenyadors de moda als anys setanta. A tall d'exemple, és significativa la seva col·laboració amb el dissenyador d'origen xinès establert als Estats Units Kaisik Wong per fer una acció performativa al Teatre-Museu Dalí de Figueres el 1974. Un museu on la moda és present fins avui, ja que Dalí acaba convertint un dels *Vestits importables* de Paco Rabanne en una instal·lació permanent d'una de les finestres del passadís del primer pis.

La creació de Dalí en el camp expandit de la moda és una part integral i indissociable de la seva creació artística. El que resulta més sorprenent, però, és descobrir fins a quin punt la seva aportació va resultar absolutament innovadora. La seva capacitat d'imaginar allò que encara no existia li va facilitar —com als grans visionaris de la història— un lideratge indiscutible en l'aliança de l'art i la moda en un nou espai creatiu que ell mateix va començar a dissenyar. Un lideratge que avui continua inspirant els directors creatius del nostre segle. Les darreres col·leccions de Daniel Roseberry per a Schiaparelli i de Julien Dossena per a Rabanne són una mostra de la vigència de les connexions establertes per Dalí a partir dels anys trenta i el testimoni viu de l'atemporalitat del seu llegat.

25. Marketa Uhlirova, «Eccentric and Concentric: Dalí's Fashionable Dalliances with the Moving Image in the 1960s». A *Dalí and Fashion*, Skira, Milà, 2026, p. 135–143.

26. La presentació d'aquests vestits de bany es pot veure al reportatge del NO-DO «Las nuevas fantasías del pintor de Cadaqués», NOT N 1171 C, 14/06/1965, Filmoteca Española.

27. «Dali's Brush with Fashion», *The Daily Telegraph*, núm. 205, Londres, 06/09/1968, p. 20–29.

Els seus primers dissenys de joies són del 1941, creats conjuntament amb Fulco di Verdura, un joier d'origen italià i amic de Gabrielle Chanel. D'alguna manera, aquest és el preludi de la seva col·laboració amb els joiers Alemany & Ertman a finals dels anys quaranta i que té com a resultat la gran col·lecció de joies que avui formen part del Teatre-Museu Dalí de Figueres. Algunes s'inspiren directament en la moda, com el magnífic *Anell cotilla*, una peça d'or, diamants i perles, creada l'any 1949.

Oriol Maspons i Julio Ubiña, Elsa Peretti i Natasha Gounkevitx amb els *Vestits importables* de Paco Rabanne a Portlligat, 1966



Modes surrealistes

Krzysztof Fijalkowski

Krzysztof Fijalkowski és catedràtic de Cultura Visual i docent al programa de Belles Arts de la Norwich University of the Arts (Regne Unit). Com a escriptor i investigador, s'interessa principalment per la història, la teoria i la pràctica del moviment surrealista internacional en totes les seves manifestacions. La relació entre el surrealisme i el disseny forma part dels seus camps d'atenció especial, i el seu llibre *Surrealism, Modernity, Design* serà publicat properament per Routledge.

El moment i el lloc de la primera etapa del Surrealisme, des de poc després de la Primera Guerra Mundial fins a finals de la dècada del 1930, coincideix amb l'ascensió del món modern de la moda que coneixem avui, amb París com a centre. Tanmateix, els dos corrents emergents de la modernitat de la moda i del surrealisme ja estaven en diàleg abans fins i tot que el moviment tingués nom. Les xarxes professionals, les representacions en textos i imatges, i, en l'àmbit personal, la roba portada pels surrealistes van teixir una relació estreta entre l'alta costura i l'art.

Man Ray, Salvador Dalí de cap per avall a Portlligat, 1933



El Surrealisme, que posa a prova les possibilitats ocultes de la ment i l'existència material, que qüestiona les convencions del coneixement, la lògica i la raó, cerca una relació més profunda entre la humanitat i el món. Textos, obres d'art, pel·lícules, documents, actes, trobades i... roba? Des de la dècada del 1930, la relació entre el surrealisme i la moda ha estat objecte de fascinació. Per als dissenyadors, el moviment aporta inspiració i dramatisme; per als comentaristes, els comissaris i el públic, aquesta connexió posa de manifest que la rellevància del Surrealisme en la cultura i la societat va molt més enllà dels àmbits estrictes de l'art i la literatura.[1]

Des de dins del moviment surrealista, però, aquesta trobada sembla més ambivalent. A la segona meitat de la dècada del 1930, la publicitat en premsa d'exposicions d'èxit enorme va impulsar el surrealisme a una esfera internacional, la qual cosa va qüestionar els compromisos activistes radicals que eren ja una font de tensió per als surrealistes que a París lluitaven contra el feixisme. Aquestes prioritats es van esvair inevitablement quan els mitjans de comunicació i la imaginació popular es van centrar únicament en les innovacions en les arts plàstiques, deixant de banda l'ètica en favor de l'estil precisament en el pitjor moment. El polèmic *Traité du style* [Tractat de l'estil] de Louis Aragon, del 1928, desdenyava aquesta frivolitat i l'entenia com una recuperació vampírica: «A poc a poc, aquestes idees han adquirit una forma axiomàtica, o temàtica, prou diferent del seu propòsit original. Esdevenen estupideses. Aleshores la moda se n'apropia. Tiràsicament».[2] Tanmateix, els participants surrealistes, cautelosos davant del que estava «de moda», dels seus compromisos i dels seus interessos comercials, es van arriscar repetidament a creuar aquest llindar. Per citar només l'exemple més evident, l'atractiu durable de la dissenyadora de moda italiana resident a París Elsa Schiaparelli, que ha estat objecte de diverses exposicions museístiques els darrers anys, prové en gran part de les seves col·laboracions a la dècada del 1930 amb artistes surrealistes com ara Alberto Giacometti, Méret Oppenheim i, naturalment, en l'exemple més cèlebre, Salvador Dalí. Podem entendre aquesta activitat, en el millor dels casos, com una oportunitat perquè els artistes joves busquessin uns ingressos que els feien molta falta, o, en el pitjor, com una recuperació per part d'una indústria que es vanava de les seduccions i les desigualtats del capitalisme modern. Tanmateix, si recordem que les paraules francesa i espanyola «mode»/«moda» no designen només el gust per la manera de vestir, sinó abans que res (si citem la definició francesa procedent del diccionari Larousse en línia), una «manera de viure, de comportar-se, pròpia d'una època», topem amb tot un seguit de conceptes fonamentals per a la promesa dels alliberaments del surrealisme: temps, ètica, vida.

El temps i el lloc de la primera etapa del Surrealisme, des de poc després de la Primera Guerra Mundial fins a finals de la dècada del 1930, coincideix amb l'ascensió del món modern de la moda que coneixem avui, amb París com a epicentre.[3] Però el fet que els dos corrents emergents de la modernitat de la moda, d'una banda, i el surrealisme, de l'altra, ja dialogaven abans fins i tot que el moviment tingués nom, queda més clar quan ens fixem en els seus intercanvis repetits al llarg de la dècada del 1920.[4] En aquells anys, la moda es va integrar en la història

1. Entre els projectes sobre aquest tema hi ha les exposicions i els catàlegs del Victoria and Albert Museum (V&A) *Fashion and Surrealism* (1988), *Surreal Things. Surrealism and Design* (2007) i *Frida Kahlo. Making Her Self Up* (2018); i, en el cas del Vitra Design Museum, *Objects of Desire. Surrealism and Design 1924–Today* (2019).
2. Louis Aragon, *Treatise on Style*, University of Nebraska Press, Lincoln, 1991, p. 33.
3. Encara que l'inici de la història del surrealisme s'acostuma a datar en el primer *Manifest del surrealisme* d'André Breton, del 1924, les primeres obres pròpiament surrealistes són d'uns anys abans. Sobre París com a centre de la moda en aquest període, vegeu Valerie Steele, *Paris Fashion. A Cultural History*, Oxford University Press, Oxford, 1988, capítol 12.
4. He explorat aquest tema més detalladament al meu assaig «Fashion in the Formative Years of Parisian Surrealism: the Dress of Time, the Dress of Space», *Journal of Surrealism and the Americas*, vol. 12, núm. 1, 2021, p. 6–32.

Poc després de la seva arribada a París el 1921, Man Ray va començar a treballar per al destacat dissenyador Paul Poiret, un modernitzador de l'alta costura francesa que cercava un llenguatge visual amb què promoure aquesta tendència. En anys posteriors, Man Ray va anar restant importància a la seva activitat comercial, però això equivalia a deixar de banda el seu paper influent com a fotògraf de moda i que la seva altra feina «seriosa» també es publiqués pensant en el públic de les revistes de moda.

El moviment també es va beneficiar dels contactes amb l'influent dissenyador de moda i mecenes artístic Jacques Doucet, per al qual van treballar André Breton i Louis Aragon, fundadors del Surrealisme, com a assessors personals de la seva col·lecció d'art i literatura. Aquesta circumstància va contribuir a l'impuls inicial del moviment, atès que el salari de Breton volia dir que es podia permetre perseguir les seves ambicions creatives (i casar-se amb la seva promesa, la Simone), a banda que Doucet també va donar suport a pintors surrealistes emergents i va finançar la revista *Littérature*, creada pels membres pel grup.

i la prehistòria del surrealisme en tres nivells: xarxes professionals, representacions en textos o imatges i, en l'àmbit personal, la roba que duien els surrealistes.

Algunes d'aquestes interaccions són prou conegudes. Poc després de la seva arribada a París el 1921, Man Ray va començar a treballar per al destacat dissenyador Paul Poiret, un modernitzador de l'alta costura francesa que cercava un llenguatge visual amb què promoure aquesta tendència. En anys posteriors, Man Ray va anar restant importància a la seva activitat comercial, però això equivalia a deixar de banda el seu paper influent com a fotògraf de moda i que la seva altra feina «seriosa» també es publiqués pensant en el públic de les revistes de moda.[5] Per molt que Man Ray volgués mantenir totes dues esferes separades, les fronteres —es tracta de fotografies d'un surrealista o de fotografies surrealistes?— es desdibuixaven contínuament; per exemple, quan una de les imatges fetes com a encàrrec per a *Vogue* va aparèixer a la portada de la revista *La Révolution surréaliste* (al llarg de la dècada posterior, aquests intercanvis fèrtils marcarien també la carrera de la seva antiga col·laboradora i exmodel de moda Lee Miller). Un vincle entre el surrealisme i Poiret ja és prou revelador; d'una manera més encoberta, però igual de colpidora, el moviment també es va beneficiar dels contactes amb l'influent dissenyador de moda i mecenes artístic Jacques Doucet, per al qual van treballar André Breton i Louis Aragon, fundadors del Surrealisme, com a assessors personals de la seva col·lecció d'art i literatura.[6] Aquesta circumstància va contribuir a l'impuls inicial del moviment, atès que el salari de Breton volia dir que es podia permetre perseguir les seves ambicions creatives (i casar-se amb la seva promesa, la Simone), a banda que Doucet també va donar suport a pintors surrealistes emergents i va finançar la revista *Littérature*, creada pels membres del grup.[7]

Aquestes relacions semblen menys fortuïtes quan observem que la moda era un motiu recurrent a les obres surrealistes de l'època, i que els surrealistes mantenien una harmonia subtil amb els canvis d'estil que transformaven la moda francesa de cap a peus. *Le Paysan de Paris* [El camperol de París] d'Aragon (1926) inclou un relat documental de l'activitat del Passage de l'Opéra, situat al districte que era també el centre de la indústria de la moda parisenca. El llibre descriu amb tot luxe de detalls les merceries i les botigues de roba antiquades i polsegoses del passatge, dins de la recerca que fa Aragon de la «mitologia moderna» de la ciutat.[8] Trobem referències igual de precises a peces de vestir, accessoris i tendències en els poemes i els textos d'autors surrealistes com René Crevel o Robert Desnos. Cap al 1922, Breton havia acabat d'escriure una novel·la titulada *L'Année des chapeaux rouges* [L'any dels barrets vermells] (arran d'un moment en què aquest estil estava en voga), mentre que el seu llibre autobiogràfic *Nadja* (1928) està ple d'observacions sobre el vestuari i altres elements recurrents de la protagonista homònima, com ara guants, en les trobades sorprenents i reveladores que aquesta jove turmentada (de nom real Léona Delcourt) té el poder de desencadenar.

Atesos aquests factors, no és d'estranyar que molts dels membres del grup surrealista parisenc també paressin atenció a les decisions relatives a la moda. Memòries, cartes i documents fotogràfics han deixat constància del que vestien els surrealistes, en una època en què pocs d'ells es podien permetre extravagàncies. Entre els participants masculins, que eren la majoria aclaparadora del grup en aquell moment, el ventall anava des de la deixadesa informal del poeta Benjamin Péret a l'estil de foraster elegant del pintor Joan Miró, passant pels dandis com Jacques Rigaut o Aragon (propietari de maletes i maletes de corbates i mocadors de coll).[9] La informació sobre les participants femenines del grup en els seus primers temps ens indica que Simone Breton, Mick Soupault i sobretot Gala Éluard (més tard Gala Dalí) vestien amb elegància i estaven pendents de les darreres tendències, fins i tot tenint en compte els límits de les seves circumstàncies, la qual cosa volia dir que normalment la roba era de modistes i no de cases d'alta costura. Resulta que a Breton, retratat sempre com un personatge rígid i auster, li agradaven els vestits verds; com encaixa aquest tret del seu caràcter en la descripció feta per Germaine Everling d'un viatge per carretera del 1922 durant el qual el poeta va lluir una capa de pell d'esquirol (que li havia deixat Doucet) i un casc d'aviador de cuir, aferrat a un armadillo dissecat?[10]

Aquesta dinàmica es va accelerar a la dècada del 1930, sobretot gràcies a la gran expansió dels cercles fins aleshores bàsicament masculins del surrealisme, amb la incorporació de membres amb un gran interès per la moda. En anys anteriors, Claude Cahun havia escrit amb regularitat una columna sobre moda (igual que l'artista Valentine Hugo) i, a partir de la dècada del 1920, va crear textos, fotografies i collages en què art, identitat i *performance* es fusionaven. Els dissenys informals de joies i accessoris de Méret Oppenheim tenien una vinculació estreta amb la seva obra com a artista, mentre que, una mica més lluny del grup principal, els estilismes personals de Leonor Fini i la seva propensió a les disfresses i les màscares exploraven les interaccions entre creativitat i imatge pública.[11] Fora de França, artistes surrealistes com Toyen, Eileen Agar i Greta Knutson van forjar connexions amb els contextos de la moda en la seva obra i la seva vida quotidiana. I a aquest entorn, poc després de la seva entrada al grup surrealista de París el 1929, va arribar l'energia magnètica de Dalí, l'estil personal del qual no va trigar a impulsar la projecció pública del moviment. L'atenció especial de Dalí a la rellevància de la moda, guiada sens dubte pels amplis coneixements de la seva parella, Gala, des de l'època del seu matrimoni amb el poeta Paul Éluard, ajudaria a promoure aquest tema tan visible en l'activitat surrealista i alhora forjaria vincles de col·laboració directa amb la indústria de la moda.[12]

Des del començament, l'interès de Dalí per la moda va abastar temes que la connectaven amb les preocupacions del surrealisme, com el cos, el gènere i la identitat, traspassant els límits del que era permissible i aplegant-se al voltant de la indagació complexa de l'artista en el terreny de la sexualitat. Generacions

5. Man Ray, *Self Portrait*, Bloomsbury, Londres, 1988, p. 100–115; Claude Miglietti *et al.*, *Man Ray et la Mode*, Réunion des musées nationaux, París, 2019.

6. André Breton, *Lettres à Jacques Doucet*, Gallimard, París, 2016; la biblioteca Breton i Aragon va contribuir a establir i continua sent un arxiu de recerca capdavanter pel que fa a l'avantguarda francesa.

7. André Breton, *op. cit.*, p. 11, 14, 26 i 96.

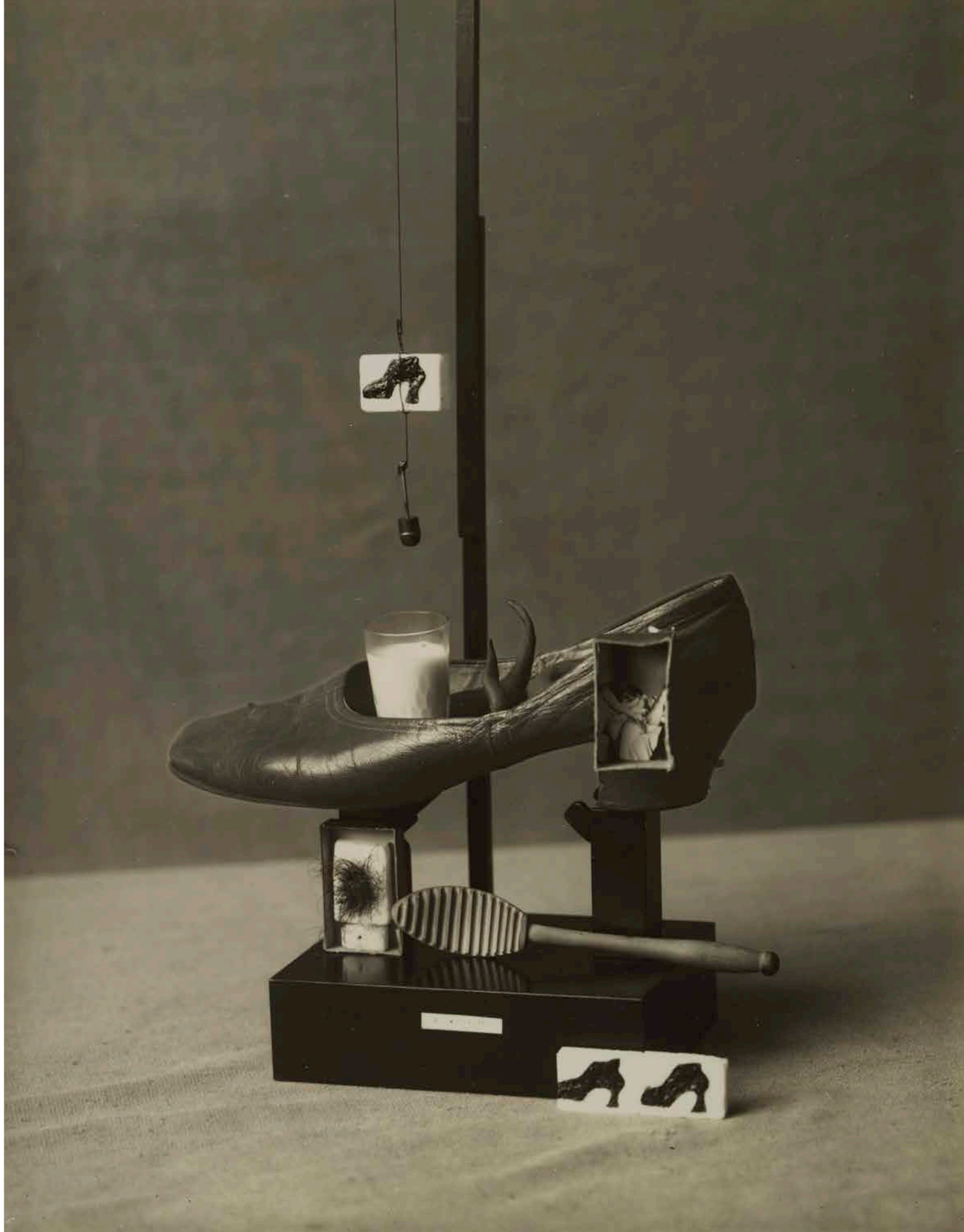
8. Louis Aragon, *Le Paysan de Paris*, Gallimard, París, 1926.

9. Krzysztof Fijalkowski, *op. cit.*, p. 17–24.

10. Germaine Everling, *L'Anneau de Saturne*, Fayard, París, 1970, p. 161.

11. Andrea Kollnitz, *Becoming Leonor Fini. Theatrical Self-Performances between Art and Life*, Bloomsbury, Londres, 2025.

12. Sobre Gala i la moda, vegeu les diverses referències a Paul Éluard, *Lettres à Gala 1924–1948*, Gallimard, París, 1984.



Salvador Dalí, *Objecte de funcionament simbòlic*, 1931

anteriors d'artistes surrealistes, en especial Giorgio de Chirico amb els seus maniquins anònims (un tema revisitat a l'Exposició Internacional del Surrealisme el 1938) o Max Ernst amb les seves novel·les collage, que transformaven personatges d'il·lustracions de llibres del segle XIX en figures híbrides i perverses, havien qüestionat la imatge del cos amb deformacions físiques i psíquiques. El text autobiogràfic de Cahun *Aveux non avenus* [Confessions inconfesses], publicat el 1930, duia intercalats collages fets amb la seva parella, Marcel Moore, a partir de fotografies fragmentades de les identitats reescenificades de Cahun, amb variacions vertiginoses del jo i de la forma humana. Els fotògrafs alineats amb el surrealisme a la dècada del 1930, com Man Ray, Dora Maar o Jacques-André Boiffard, mostraven el cos fos, insòlit o grotesc. En el cas de Dalí en particular, les obres d'aquella dècada presentaven una confusió inquietant entre la roba i el cos: els cabells fusionats amb peces de vestir (*Gradiva descobreix les ruïnes antropomorfes (fantasia retrospectiva)*, *c*. 1931–1932, [P281]), vestits fets a partir dels paisatges dels somiejos de qui els duu (*Retrat de Paul Éluard*, 1929, [P233]) o pell estirada fins a fer-ne tires de teixit (*Opilió pixallits al capvespre... esperança!*,[13] 1940, [P493]). Les morfologies dels cossos masculins i femenins dalinians en feien formes mal·leables amb uns trets d'allò més exagerats, personatges psíquics lliscadissos sortits dels somnis.

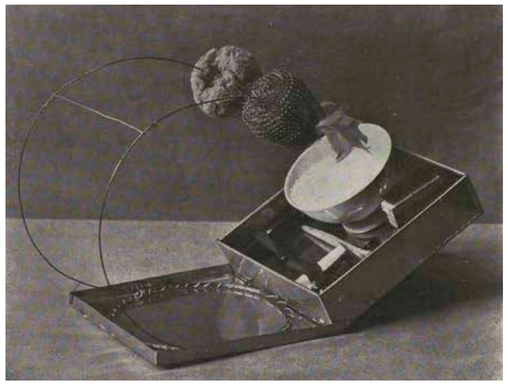
Mentrestant, el món de la moda parisenca de finals de la dècada del 1920 i començaments de la del 1930 no era ni de bon tros tan atrevit ni provocador, però les siluetes i els estils femenins també havien qüestionat les possibilitats del cos i la identitat, des de la tendència esportiva o *garçonne* dels anys bojos, amb el seu vocabulari «masculí», el seu tallat de cabells *bob* i les seves línies esveltes, fins a la tornada d'un estil més «femení» a la dècada del 1930 (corbes, espatlles exagerades, barrets extravagants i posats teatrals).[14] Sembla probable, com defensa Valerie Steele, que l'ascensió de les dissenyadores com Chanel, Schiaparelli, Madeleine Vionnet o Jeanne Lanvin aportés tant innovacions audaces a aquella època com un coneixement personal de les necessitats i els desitjos de les seves clientes.[15]

Segons queda clar per l'erotisme aguditzat dels escrits i les imatges surrealistes de la dècada del 1930, l'embranzida d'aquesta evasió i contorsió del cos venia de les seves percepcions més àmplies de la bellesa, l'enigma i el desig. El llibre de Breton *L'amor boig* (1937) persegueix els senyals i els encontres fugissers d'un món travessat per fils de desig, materialitzats en l'estètica d'una «bellesa convulsiva» sorgida de la convergència d'oposicions impossibles: «velada-eròtica, fixa-explosiva, màgica-circumstancial».[16] Aquestes variacions, que desxifraven la trobada transcendental amb la seva futura dona, Jacqueline Lamba, es llegien en els senyals més petits: «Perquè ets única, per mi mai no pots deixar de ser una altra, una altra tu. Mitjançant la diversitat d'aquelles flors inconcebibles d'allà, ets tu a qui m'estimo, sempre canviant, amb una brusa vermella, nua, amb una brusa grisa».[17] El món de la moda parisenca de la dècada del 1930, obsessionat pel canvi i la sorpresa, per la modernitat de les citacions, el vestuari i la seducció, semblava també impulsat per la recerca de l'amor profà, inclinant els seus models cap a una disponibilitat perversa: pensem en la fotografia de Man Ray, apareguda a la revista alineada amb el surrealisme *Minotaure*, en què Sonia Colmer duu un vestit de nit lluent de Madeleine Vionnet, com un personatge d'un conte de fades repenjat no en una *chaise longue*, sinó en un carretó amb un capitonat sumptuós d'Óscar Domínguez.[18] *Minotaure* ja havia publicat l'assaig de Tristan Tzara «D'un certain automatisme du goût» [Sobre un cert automatisme del gust], un text il·lustrat amb fotografies de Man Ray dels darrers barrets de Schiaparelli que explorava la manera «automàtica» però deliberada en què els consumidors expressen i llueixen el simbolisme inconscient en el «món meravellós de les representacions sexuals més reprimides dins de l'estructura psíquica dels éssers humans [...] sotmès a una llei estranya de superació i d'oposició, una llei de mobilitat constant, verificada per l'acceptació o repetida per la massa i anomenada "moda"».[19]

En el cas de Dalí, en qui una sexualitat inquieta i mòbil impulsava les obres d'art d'aquella dècada, sembla que el que estava en joc era la transformació de la materialitat diària —en especial els senyals carregats de la moda— mitjançant una subjectivitat hipersensibilitzada. Això resulta especialment evident en els creuaments escenificats en els experiments dalinians amb l'objecte surrealista a partir del 1931, una recerca emmarcada específicament com a activitat no artística i en conseqüència disponible com a pont amb altres contextos com el disseny. En el seu joc col·laboratiu *Objectes de funcionament simbòlic* (1931), demanava als participants que muntessin combinacions d'objectes trobats per interpretar-los, de la mateixa manera que un psicoanalista podria cercar el contingut latent del somni d'un pacient.[20] El fet que per a Dalí les motivacions ocultes eren de manera invariable de naturalesa sexual no és cap sorpresa, però el que crida l'atenció és la quantitat d'articles relacionats amb la moda que es van posar en joc: un parell de guants (Hugo), accessoris de maquillatge (Gala) i, per a l'assemblatge del mateix Dalí, una sabata de dona d'un vermell intens muntada sobre una estructura que permetia submergir en un got de llet terrossos de sucre amb fotografies de més sabates. Encara que els aspectes fetitxistes de l'obra són ben evidents, el que resulta atractiu en la mateixa mesura és la insinuació que la indumentària sempre fa exhibició d'aquest doble sentit carregat. Els autoretrats fotogràfics de Dalí a la seva casa de Cadaqués cap al 1932 el mostren posant amb solemnitat amb una sabata al cap, anticipant el que més tard seria el seu disseny del *Barret sabata* per a Schiaparelli. Altres projectes, com la «màquina de pensar» *La jaqueta afrodisíaca* (1936) [OE25], una camisa amb un anunci d'uns sostenidors coberta per una jaqueta d'esmòquing d'home tatxonada amb gotets de licor de menta, apunten de la mateixa manera a una concepció de la moda com un assortiment d'objectes simbòlics que es poden vestir amb l'objectiu de despertar idees adormides: una disfressa per als diferents papers del jo, variats i lliures de lligams.[21]

En el cas de Dalí, les obres de la dècada del 1930 presentaven una confusió inquietant entre la roba i el cos: els cabells fusionats amb peces de vestir (*Gradiva descobreix les ruïnes antropomorfes (fantasia retrospectiva)*, *c*. 1931–1932), vestits fets a partir dels paisatges dels somiejos de qui els duu (*Retrat de Paul Éluard*, 1929) o pell estirada fins a fer-ne tires de teixit (*Opilió pixallits al capvespre... esperança!*, 1940). Les morfologies dels cossos masculins i femenins dalinians en feien formes mal·leables amb uns trets d'allò més exagerats, personatges psíquics lliscadissos sortits dels somnis.

Gala, *Objecte de funcionament simbòlic*, 1931



13. Nota de l'editor: El títol complet d'aquesta obra és *Opilió pixallits al capvespre...iesperança! (incloent: avió tou vomitat per un canó, formigues, victòria nascuda d'una ala trencada, violoncel de massilla blanca i un àngel ploraner).*
14. Valerie Steele, *op. cit.*, capítol 12.
15. *Ibid.*, p. 253 i s.
16. André Breton, *L'Amour fou*, Gallimard, París, 1937, p. 26.
17. *Ibid.*, p. 119.
18. Claude Miglietti *et al.*, *op. cit.*, p. 46.
19. Tristan Tzara, «D'un certain automatisme du goût», *Minotaure*, núm. 3–4, desembre de 1933, p. 81–84 (p. 82).
20. Salvador Dalí, «Objets surréalistes», *Le Surréalisme au service de la Révolution*, núm. 3–4, desembre de 1931, p. 16–17.
21. Salvador Dalí. *Retrospective 1920–1980*, Centre Georges Pompidou, París, 1979, p. 31; Salvador Dalí, «Honneur à l'objet», *Cahiers d'art*, vol. 11, núm. 1–2, 1936, p. 57.

«Dic només que no faig referència als moments vans de la meva vida», havia proclamat Breton al *Manifeste du surréalisme* [Manifest del surrealisme] (1924).[22] Per a Dalí, la moda és el que promet una via quotidiana despullada d'instants irrellevants, amb la seva temporalitat banal i els seus significats ocults posats en moviment. Sens dubte, a mesura que Dalí i Gala anaven establint les seves xarxes de surrealistes, mecenes i mitjans de comunicació, aquesta impressió de les possibilitats transformadores de la moda es feia palesa en la manera com representaven la seva imatge com a parella influent. Les fotografies que els va fer Brassaï els anys 1932–1933 a casa seva, amb una indumentària informal, però impecable (camisa i corbata, un vestit sense mànigues amb la part superior de ratlles i la inferior fosca), o les de Man Ray del 1936 (abric de pell gruixut ell, abric cordat i barret de campana ella) indiquen que, fins i tot amb uns recursos econòmics limitats, la seva roba servia d'indumentària intercanviable amb la qual projectar idees.[23] Els vestits també eren la mesura de les seves relacions externes; per exemple, quan Dalí es va comprar una capa de lluentons, però li va enviar la factura al seu amic i mecenes Edward James, que no en sabia res.[24] I, si més no, les incursions personals de Dalí en el món del disseny de moda van significar que el guarda-roba de Gala mai més no es va haver d'ajustar a un pressupost limitat.[25]

La col·laboració exitosa de Dalí amb Schiaparelli —la dissenyadora més innovadora d'aquella època arreu del món— va ser una trobada que estava escrita: no només perquè ella ja formava part del cercle íntim de guardians de la visibilitat espectacular del surrealisme de finals de la dècada del 1930, ni perquè ja havia començat a experimentar amb motius «de funcionament simbòlic» en els seus dissenys, sinó per damunt de tot perquè, amb tot això, els seus vestits cridaven l'atenció sobre ells mateixos com a *moda*, com a acte performatiu conscient de si mateix en el qual no només el fet de dissenyar roba, sinó també el de portar-la, s'apropava a la categoria d'art.[26] Amb independència de les reserves de molts dels surrealistes sobre la indústria de la moda i la seva clientela, en aquest sentit la relació enfortia el principi surrealista més ampli segons el qual són legítimes totes les activitats —i *només* són legítimes aquelles activitats— que prolonguin les interaccions poètiques i psíquiques entre el jo i el món. De la mateixa manera que el cèlebre objecte surrealista d'Oppenheim *Le Déjeuner en fourrure*, del 1936, va sorgir de les polseres folrades de pell que havia dissenyat per a Schiaparelli, la col·laboració de Dalí amb la seva casa de moda va contribuir a enfortir i aprofundir en un diàleg entre el disseny i la pràctica artística per fer que l'espectador es preguntés: «No és la roba, els complements, tant per a qui els crea com per a qui els porta, un mitjà creatiu com qualsevol altre?». La intersecció dels estils sempre en evolució i els «modes» d'una manera de viure i comportar-se en un moment determinat lliguen el surrealisme de les dècades del 1920 i el 1930 amb la modernitat canviant de la seva època, representada per la moda, incloent-hi una relació amb la història i el futur, de la manera més gràfica i immediata.



Man Ray, Model amb vestit de nit de Vionnet i Oscar Dominguez Brouette, 1937

22. André Breton, *Manifestes du surréalisme*, París, Gallimard, 1969, p. 19.
23. Sobre aquestes imatges i sobre la implicació de Dalí en els seus retrats fotogràfics, vegeu William Jeffett, *Dalí Doubled – From Surrealism to the Self. A New Critical View of Dalí*, The Dalí Museum, St. Petersburg (Florida), 2010, p. 192.
24. Meryle Secrest, *Elsa Schiaparelli: A Biography*, Penguin, Londres, 2014, p. 169.
25. Sobre l'economia dels Dalí a la dècada del 1930, vegeu Salvador Dalí, *La vida secreta de Salvador Dalí* (1942). A *Obra completa*, vol. I, *Textos autobiogràfics I*, Destino, Fundació Gala-Salvador Dalí, Barcelona, Figueres, 2003, p. 721–722. Abans Gala preferia Chanel, però la col·laboració de Dalí amb Schiaparelli va suposar que passés a vestir la seva roba: Dominique Bona, *Une vie de Gala*, Flammarion, París, 2017, p. 140; Meryle Secrest, *op. cit.*, p. 144–147.
26. Valerie Steele, *op. cit.*, p. 245, 248.

L’origen de l’autorepresentació

Agustín Fernández Mallo

Agustín Fernández Mallo ha publicat vint-i-tres llibres en els gèneres de novel·la, poesia i assaig. Ha estat reconegut amb el Premi Europeu de Literatura, l’English PEN Award i el Premi d’Assaig Eugenio Trías; ha estat finalista del Premi Anagrama d’Assaig i ha obtingut el Cercador Prize a la millor novel·la estrangera editada als Estats Units i el Premi Biblioteca Breve, entre altres guardons. La seva obra s’ha traduït a quinze llengües. Entre les seves publicacions més recents destaquen *Madre de corazón atómico* (Seix Barral, 2024) i *El ángel de la Inteligencia Artificial* (Galaxia Gutenberg, 2026), el seu darrer llibre.

L’ésser humà adult no és més que un fetus que ha arribat a la maduresa sexual, i és precisament la nostra *fetalitat* la que ens indueix a haver d’adaptar-nos a l’entorn contínuament. També la nostra identitat, en construcció permanent, s’articula segons la resposta exterior i s’ajusta posant en joc eines com l’autoimatge o la moda, mitjançant un canal sensorial just com aquell que obrim quan contemplem una obra d’art: un canal «paranormal» que actua per sostracció d’algun dels nostres sentits, com les «al·lucinacions negatives» de Salvador Dalí.

Primats que no creixen

Comencem afirmant una cosa d’aparença estranya, però certa: l’humà adult és, en realitat, un fetus adult. Sí, vostè i jo, amb independència de l’edat que tinguem, no som res més que fetus humans que hem assolit la maduresa sexual.

Va ser al voltant del 1927 que l’anatomista Lodewijk Bolk va proposar una teoria de l’evolució dels primats humans, anomenada *neotènia*, que descriu com el desenvolupament d’un organisme es pot alentir fins al punt que, en arribar a l’adultesa, preserva aspectes fetals i de la infantesa importants. Aquesta teoria —la qual, per cert, m’imagino ideada perfectament per la ment d’un artista— ha estat objecte d’estudi i subscrita per paleontòlegs de la categoria de Stephen Jay Gould o embriòlegs evolutius com Gavin de Beer.

El que Bolk es va proposar resoldre a inicis del segle xx va ser per què l’humà adult s’assembla tant a un ésser adult com, més aviat, a un fetus molt desenvolupat d’un primat no humà. I és que feia temps que diversos investigadors s’havien fixat en una cosa que, per quotidiana, ni tan sols advertim: la fisonomia i els trets dels humans adults recorden els d’un adult que s’hagi conservat com a fetus. Aquesta afirmació està avalada per nombrosos estudis en el camp de l’anatomia comparada, i no cal dir que allò que en els primats no humans és un estat morfològic transitori que correspon a la seva gestació i, com a molt, als seus escassos mesos de vida fora de l’úter —a la seva vida exomàtica—, en la nostra vida, la dels humans, es veurà prolongat fins a la mort. Dit d’una altra manera: l’aspecte d’un mico muta ràpidament i l’individu adquireix fisonomia de mico adult; per contra, en un nadó humà aquest procés dura molts anys i, de fet, no varia massa al llarg de la seva vida. Bolk ho va postular i, recentment, ho han reforçat altres com S. J. Gould: quan s’analitzen les característiques pròpiament internes i fisiològiques del nostre cos, veiem que el procés pel qual assolim l’estat adult mai no s’acaba de completar del tot. Bolk diu literalment: «L’humà és el fetus d’un primat que ha assolit la maduresa sexual», un ésser al qual l’evolució anatòmica ha deixat fixat en la fase fisiològicament infantil d’un mico.

No en va no hi ha mamífer que creixi més lentament que nosaltres. En un altre camp d’estudi, l’antropòleg Desmond Morris es va preguntar el perquè de la nostra contínua cerca de la felicitat, aquesta ànsia d’estats de gràcia que de vegades no ens deixa viure d’acord amb el nostre entorn material, i va relacionar aquestes cerques de sensacions joioses perpètues —com sentir-nos protegits o estimats— amb la neotènia. Una altra conseqüència derivada de la neotènia és que el nostre cervell sigui tan plàstic i sorprenentment adaptable a l’entorn durant molt més temps que no el de la resta de les espècies, en les quals aquesta adaptabilitat finalitza pocs anys o mesos després de néixer.

Som intel·ligents perquè ens necessitem

En aquest context, l’humà viu en un estat permanent d’infantesa o *fetalitat*, una immaduresa evolutiva que, paradoxalment, és la responsable que el nostre cervell sigui molt més flexible que el d’altres espècies, la qual cosa propicia la intel·ligència complexa i superior que ens ha fet evolucionar com a espècie dominant. Així

L’autoobservació mai no està deslligada de l’observació externa; d’aquí que la moda i la manera en què ens exposem a la resta del món participin d’una ambivalència fonamental per definir el que és exposar-se: ens adscrivim a una tendència, a un estil, i, en aquest instant, ho fem a un fet estadístic, col·lectiu; d’altra banda, però, intentem en tot moment mantenir la irreductibilitat d’un jo absolut amb el qual fantasiem, una identitat única que d’alguna manera es distingeixi de la massa-moda.

doncs, en realitat no es tracta d'un inconvenient. Es comprèn així la diferència notable que existeix entre les societats humanes i les d'altres primats, les diferències radicals i qualitatives que ens separen. Fixin-s'hi: la *fetalitat* constant de l'humà ens obliga a cuidar el nadó durant un temps sorprenentment més llarg del que dediquen els altres primats, els quals abandonen els seus petits molt abans, i de manera definitiva. Sempre som fetus; per això, no només necessitem les atencions dels nostres progenitors, sinó que, quan aquests darrers deixen d'existir, construïm la nostra inserció de seguretat en grans nuclis socials, grans xarxes de cooperació. La ciutat, les comunitats laborals, els grups d'amics, fins i tot el desenvolupament de les ciències i les arts i, en definitiva, el nostre interès per crear disciplines com l'antropologia, en són grans manifestacions: la construcció d'una estructura complexa que anomenem *comunitat humana*, desenvolupada fora de l'individu pròpiament dit. I aquesta comunitat humana complexa només pot funcionar amb models polítics, és a dir, models estadístics, dades massives i qualsevol mètode que faci al·lusió a la col·lectivitat que som. Aquesta utilització de l'estadística —i cap altra cosa més— és l'origen de la política, i per això la política resulta una cosa ontològica, nostra únicament.

Seguint aquest fil, se'ns fa evident que el llenguatge humà, el llenguatge complex, el llenguatge metafòric, és producte d'aquest *retard* en la nostra evolució individual, l'estat fetal permanent en què ens trobem immersos i que ens constitueix, que s'ha de compensar amb un complexíssim desenvolupament social —polític, estètic— i, per tant, lingüístic. La nostra immaduresa evolutiva fisiològica s'ha compensat, d'aquesta manera, amb una complexitat evolutiva inusitada que anomenem *civilització humana* i que, per la seva banda, només per aquest retard inherent podria haver inventat una eina tan potent i decisiva per a la supervivència com és el llenguatge complex; és a dir, el llenguatge metafòric. És aquest estat d'immaduresa perpetu que pot explicar també fets com que l'adult humà posi en perill la seva pròpia espècie fins a arribar a la possibilitat de destruir-la i destruir-se, una cosa que cap altra espècie animal emprèn. I això és perquè els nens estan mancats d'una consciència de futur clara, no tenen encara formada al cap la mesura del temps ni, per tant, la dimensió veritable de la mort. Bé, podem dir també que, de vegades, els «fetus humans adults» tampoc no tenim tot això ben assentat. A més, d'altra banda, tan sols és possible per aquesta immaduresa endèmica explicar per què, des que som *sapiens*, hem pretès crear éssers superiors, déus, sectes o sistemes de pensament als quals abocar els nostres problemes perquè ens els solucionin, fins i tot malgrat que aquests sistemes hagin acabat per posseir-nos a nosaltres. Succeeix així amb l'adveniment recent de les intel·ligències artificials, que no són més que l'enèsim exponent d'aquesta ànsia ancestral i congènita nostra de ser dominats per creacions —en aquest cas, de caràcter tecnològic— que ens superin. És la frase magistral que, a la novel·la de Shelley, el monstre diu al doctor Frankenstein: «T'ho ordeno! Tu ets el meu creador, però jo soc el teu amo».

L'origen de l'autorepresentació

Hem arribat fins aquí per ara poder afirmar que, en aquest estat fetal humà perpetu i en aquesta necessitat d'atencions al llarg de la nostra vida, rau també l'origen de la importància que donem a la nostra exposició social, a la manera en què la nostra comunitat ens caracteritza i classifica, i a la manera en què cadascun de nosaltres se sent davant d'aquests judicis i sancions, que faran que anem modificant la nostra identitat individual, creant estratègies per a la construcció d'un *jo*. En efecte, és aquest sistema de referència essencial, ontològic, el que condueix a l'emersió de fenòmens com l'autoimatge, l'autorepresentació o els diferents rols que anem adoptant i les adhesions a unes modes determinades. Queda clar, aleshores, que, en primer lloc, l'existència d'una identitat absoluta i perfectament determinada és impossible, ja que una identitat fixada sempre és una al·lucinació de l'ego; el que és identitari no pot ser sinó un pacte entre el subjecte i l'entorn. Es tracta, a més, d'un pacte que és dinàmic, que muta amb el temps. És per això que la identitat és un concepte estadístic: es tracta d'una *mitjana* més o menys ponderada establerta entre el subjecte i la seva comunitat —o entre dues o més comunitats veïnes si parlem d'identitats grupals. Aquest fet s'ha vist radicalitzat amb les identitats internautes que, de cadascú de nosaltres, es van formant a la Xarxa per obra i gràcia de les dades que, conscientment o inconscientment, anem proporcionant gratis a plataformes de lleure i agents de mercat. *Identitat estadística* autèntica: no tinc cap dubte que hi ha molts jos meus fent coses a la Xarxa darrere meu, jos que desconec i desconeixeré, identitats paral·leles autèntiques que no s'assemblen en res a mi, als meus gustos ni al meu *modus vivendi*, però que, paradoxalment, també són jo: tenen el meu nom, la meva fotografia, els meus trets, han estat construïdes amb les meves dades.

Sigui com sigui, l'autoobservació mai no està deslligada de l'observació externa; d'aquí que la moda i la manera en què ens exposem a la resta del món participin d'una ambivalència fonamental per definir el que és exposar-se al món: ens adscrivim a una tendència, a un estil, i, en aquest instant, ho fem a un fet estadístic, col·lectiu; d'altra banda, però, intentem en tot moment mantenir la irreductibilitat d'un jo absolut amb el qual fantasiem, una identitat única que d'alguna manera es distingeixi de la massa-moda. Per això, la moda sempre vol dir ser a dins i, simultàniament, ser a fora d'una mitjana estadística. Un estat perpetu de cerca, d'acció i retracció. I d'aquesta zona d'irreductibilitat nostra, a la qual ningú llevat del mateix subjecte té accés, en podem dir *la cinquena paret* d'un escenari, en el sentit que construïm un escenari —més ben dit, un subescenari íntim— aixecat per, paradoxalment, no ser vistos per ningú excepte el mateix subjecte, un teatre la representació medul·lar del qual ha de quedar oculta perpètuament: escenari perdut per al món. El nucli del que anomenem *moda* tracta, aleshores, d'una exposició desenvolupada en un plató que, per definició, mai de la vida pot tenir públic.

Una essència evanescent

Acostumem a parlar dels «humans» com si hi hagués alguna cosa comuna a tots nosaltres. Ben observat, no existeix un *model humà* com a tal, de manera que cap humà és humà en ell mateix. Cada humà és radicalment diferent, està mancat de referent, no té essència fixa ni vocació específica. L'humà és un objecte creat sense model. Per això, cadascú, al seu gust, necessitat i ocurrència, modela el seu cos, la seva psique, el seu rostre i el seu hàbitat. Aquests són els motius pels quals Linnaeus, primer taxonomista modern d'éssers vius, davant la seva incapacitat per trobar-nos un lloc fix on ubicar-nos en l'espai natural, va col·locar els humans en la mateixa casella que els «animals semblants a l'home».

En efecte, no som naturals. Per això creem uns objectes anomenats *societats*, en què aquest ésser que neix sense model necessita ser esculpit, sotmetre's a un procés de marcatge i tutela per una determinada cultura. Així doncs, la diferència entre l'humà i l'animal és tan profunda que, en l'ordenació dins del regne animal, no hi ha un lloc exacte per als *sapiens*: algunes vegades som minerals; altres, vegetals; altres, peixos, plantes o insectes; vertebrats i invertebrats, tot això i més. Sempre som *una altra cosa*. D'aquesta identitat borrosa se'n deriva la imaginació —fantasia, al cap i a la fi— que ens és pròpia; i, per això, hem creat maneres infinites d'autorepresentar-nos. Els animals, els arbres i les roques no fantasien d'aquesta forma, no cerquen la seva essència perquè, al contrari que nosaltres, *ells mateixos són ja una essència*. Un text d'*El rostre humà*, d'Antonin Artaud, ens ve a ajudar i ho il·lustra: «El rostre humà és una força buida, un espai de mort. Això vol dir que el semblant humà no ha trobat ara com ara la seva cara [...], és cert que el rostre humà parla i respira des de fa milers d'anys, però encara ens fa la impressió que de moment no ha començat a dir el que és i el que sap».

Si existeix alguna essència pròpiament nostra, seria una mena d'*essència tova*. En efecte, fins a l'existència de les teories de Darwin, les essències de les coses estaven induïdes per Plató, segons el qual les variacions esdevingudes en les coses eren afers merament accidentals, transitoris, circumstancials, i allò que, suposadament, era veritable eren unes *essències*, invariables per necessitat, que les coses i els humans dúiem a dins. Va ser Darwin qui va capgirar aquest platonisme quan va dir que l'*essència*, en cas d'existir, vindria en tot cas derivada del que és canviant, d'una *dinàmica* que viu dins de les coses i les fa evolucionar. D'aquesta manera, les essències platòniques antigues i fixes van quedar relegades a substàncies quimèriques pertanyents al regne de l'abstracció metafísica. De fet, ningú no surt al carrer i topa amb l'essència d'un veí ni amb l'essència d'una vorera o d'un patinet. Aquest gir es va veure reforçat per multitud d'epistemòlegs i científics; Ilya Prigogine diu: «La natura està relacionada amb la creació de novetats impredictibles, on allò que és possible és més ric que allò que és realment donat».

Ens preguntem aleshores quina cosa es pot considerar *essència*, quelcom que, sense trair-ne el concepte, sigui compatible amb la teoria dinàmica de Darwin. La resposta ve d'un lloc insospitat: l'estadística (de nou). Concretament, es tracta d'una magnitud matemàtica: la *mitjana estadística*. En el nostre sistema del món, les mitjanes estadístiques són el que hi ha més proper a alguna classe de substància essencial de les coses. La *mitjana estadística* recull i extrau una generalitat, una mena d'embolcall que evita els accidents i els detalls de cada cas particular. Per això podem parlar de l'«humà mitjà», de l'«automòbil mitjà», del «sou mitjà», etcètera. Aquesta mitjana estadística arriba avui al paroxisme amb l'anomenat *big data*, refinament estrany per l'«abstracció personalitzada» que comporta, contradicció aparent que és l'origen tant de la seva novetat potent com del recel i l'estranyesa que ens suscita. El que aquí volem fer palès és que la identitat de cada individu traduïda pel *big data* és una mena

En aquest estat fetal humà perpetu i en aquesta necessitat d'atencions al llarg de la nostra vida hi ha també l'origen de la importància que donem a la nostra exposició social, a la manera en què la nostra comunitat ens caracteritza i classifica, i a la manera com cadascun de nosaltres se sent davant d'aquests judicis i sancions, que faran que anem modificant la nostra identitat individual, creant estratègies per a la construcció d'un *jo*. Aquest sistema condueix a l'emersió de fenòmens com l'autoimatge, l'autorepresentació i les adhesions a unes modes determinades.

de nova essència de cada individu. No una essència en el sentit platònic, ni tampoc exactament una essència en el sentit de la mitjana estadística clàssica, sinó una essència *a la maniera* del segle XXI, *a la maniera* de la intel·ligència artificial. Una essència extremadament canviant, mòbil i, moltes vegades, invisible per al mateix subjecte. D'alguna manera, això confirma una cosa que hem dit: no existeix un «model humà», l'humà no és humà, no pot ser-ne, cada humà és radicalment diferent, està mancat de referent, no té essència fixa ni ben determinada. Estem parlant, doncs, d'una nova episteme, una nova manera d'*autorepresentar-se* davant del món i davant d'un mateix.

El canal paranormal

Pensem ara, per un moment, en els sentits del nostre cos. Són, sobretot, una eina de defensa davant de perills i possibles depredacions de l'entorn —l'oïda ens adverteix de l'arribada d'un cocodril; l'olfacte ens avisa d'un aliment en descomposició—, i és per això que sentim indefensió quan en tenim algun d'anul·lat. Preguntem-nos, però, què és una ficció, què és una obra d'art, i ens adonarem que es tracta d'un objecte al qual hem eliminat algun canal de percepció corporal, algun sentit corporal: el cinema elimina l'olfacte, el gust, el tacte i l'olor; la pintura, a més de tot això, elimina el sentit de l'oïda; la literatura —el cas més radical de totes les arts— elimina tots els sentits i executa la seva ficció a través de la vista, sí, però codificada en una àlgebra de signes que són les lletres, la sintaxi. En efecte, totes les arts existents, és a dir, totes les tècniques de representació del món, posseeixen la característica d'eliminar algun canal de percepció dels nostres sentits corporals; per això mateix són representacions del món i no el món al complet. Són *art* perquè, precisament, exerceixen una feina de *sostracció* d'alguna part del món, i és en aquesta resta on rau la seva potència.

La nostra idea queda aquí molt clara: quan un espectador s'enfronta a una obra, per poder-la experimentar, el que fa és, precisament, inventar d'una manera espontània un canal de percepció personal que pal·liï les conseqüències d'aquesta absència. Perquè, en mancar-li algun sentit corporal mitjançant el qual percebre i completar allò que té al davant, l'espectador se sent momentàniament perdut, atemorit o torbat, de manera que li cal crear un canal de percepció nou, *ad hoc*, inexistent fins aleshores, per omplir aquest forat i «completar» el que està veient. Aquest sentit corporal nou que es crea *ad hoc*, aquest canal de percepció que dura el mateix que l'experiència estètica, és el que aquí anomenem *el canal paranormal*. Tanmateix, no diem «paranormal» en el sentit que es dona habitualment a aquesta paraula en les conegudes com a «ciències ocultes», sinó en el sentit que l'experiència artística s'esdevé quan la interacció obra-espectador genera una sensació integral que només es pot donar per mitjà d'una via que s'afanya per suplir els sentits corporals que hi manquen. En aquest gresol del que hi ha i del que hi falta, no sabem com hi apareix un sentit corporal nou, el canal paranormal, que ni veiem ni podem rastrejar i que, tal com arriba, s'esvaeix.

El que finalment ens plantegem, la pregunta que aquí ens interessa veritablement, és que si l'*autorepresentació*, la moda i la manera en què ens exposem al món són també una mena d'art —i de fet sí que ho són, en tant que estètiques—, aquesta autorepresentació ha d'estar subjecta obligatòriament al mateix principi de *resta* d'algun dels nostres sentits i, per tant, a la creació necessària d'un canal paranormal pel qual el nostre entorn, sigui local o global, experimenti aquesta exposició pública. Aleshores, quin canal paranormal pot ser aquell pel qual percebem l'autorepresentació, l'exposició social o la moda? És aquesta una pregunta la resposta de la qual desconeixem; en tenim els ingredients, però no ens n'imaginem la composició final. És en moments com aquests que, per a aquest brot d'imaginació, trobem a faltar la presència d'un títà de la fantasia exacta, de la fantasia precisa i pertinent, com va ser Salvador Dalí.

No tenim entre nosaltres l'artista i escriptor, però ens en queda, molt viu, el llegat. Em ve a la memòria una de les experiències dalinianes que, entre la seva col·lecció extensa de visions obliqües i lluminoses, més m'ha impressionat. Ell explica, en la seva autobiografia peculiar, *La vida secreta de Salvador Dalí*, que un dia assolellat de novembre, caminant per Nova York amb una barra de pa sota el braç —que havia estat passejant per tota la ciutat durant dies—, quan creuava el carrer davant l'Hotel Waldorf Astoria, no sap com, va relliscar, el pa va sortir volant i ell va anar a parar de cul a terra. Llavors, després que un policia l'ajudés a incorporar-se, es va posar a buscar la barra de pa per tota la vorera i es va adonar que havia desaparegut. Aquesta desaparició del pa resultava impossible físicament: havia de ser allà, en alguna banda i a la vista de tothom, però no hi era. Sense més ni més, el nostre artista es va allunyar després de deixar el pa —i l'absència del pa— darrere seu. Aquesta anècdota li va ressonar al cap de tal manera que va encunyar un concepte brillant en si mateix i poèticament i intel·lectualment productiu, les *al·lucinacions negatives*, consistents en un estat de la percepció mitjançant el qual una al·lucinació, en comptes d'afegir coses al món, en treu, en *resta*. En paraules de Dalí: «Aquest fou el punt de partida d'un descobriment molt important, que vaig decidir comunicar a la Sorbona de París sota l'evocativa denominació d'*El pa invisible*. En aquest document presentava i explicava el fenomen de la sobtosa invisibilitat de certs objectes, una mena d'al·lucinació negativa, molt més freqüent que les veritables al·lucinacions, però molt difícil de reconèixer a causa del seu caràcter amnèsic».[1]

Bé, la nostra hipòtesi és la següent: si, com hem apuntat abans, el que anomenem experiència artística és la percepció d'un esdeveniment per un «canal paranormal», és a dir, un esdeveniment al qual hem suprimit la comunicació mitjançant algun dels nostres sentits corporals, deixant-ne altres d'intactes, aleshores l'*al·lucinació negativa* daliniana, aquella situació estranya i anòmala per la qual, en un marc espaciotemporal determinat, algunes coses són *restades* i altres romanen tal com eren, podria resultar la manera com allò que anomenem *moda* i *autorepresentació al món* es manifesta en el nostre cos i en la representació social, una mena d'experiència estètica que, necessàriament, per existir ha d'invocar per part de tots els agents i actors en joc algun tipus de «resta activa», resta que dona lloc a alguna cosa que supera les parts en joc, resta que, per ella mateixa, és una al·lucinació negativa.

1. Salvador Dalí, *La vida secreta de Salvador Dalí* (1942). A *Obra completa*, vol. I, *Textos autobiogràfics 1*, Destino, Fundació Gala-Salvador Dalí, Barcelona, Figueres, 2003, p. 795.

Sabates de rinoceront i altres profecies

Sobre el sistema de la moda, el poder del disseny i la identitat com a disfressa

Noelia Collado

Noelia Collado és periodista i especialista en comunicació i moda, amb una àmplia trajectòria editorial. Va ser directora de moda de la revista *S Moda* del diari *El País*, i actualment és directora de continguts per a Espanya a The Bicester Collection, on lidera l'estratègia de continguts de La Roca Village i Las Rozas Village.

El motor intern de les tendències de la moda funciona en un moviment doble: pertinença i fuga. Aquesta fórmula ha anat canviant de geometria: el que va començar segons un esquema vertical, en el qual les elits marcaven el camí, les classes mitjanes imitaven i les baixes aspiraven, va passar a un «bombolleig cap a dalt» procedent de les diverses subcultures, fins a arribar al model circular d'avui, en el qual les classes altes es distingeixen no ja per ser més formals, sinó per ser més autènticament informals. El moviment s'ha invertit i accelerat fins al vertigen mitjançant algoritmes que processen milions d'imatges de xarxes socials per detectar tendències abans no existeixin com a tals. L'espontaneïtat, si alguna vegada va existir com a fenomen pur, fa molts anys que és una il·lusió gestionada. I Gala i Salvador Dalí van ser autèntics mestres en aquesta gestió de la identitat pròpia com a marca.

L'any 1957, quan el món encara no havia acabat d'assimilar el *New Look* de Dior, Salvador Dalí va publicar les seves prediccions sobre el futur de la moda a la revista *Nugget*. Entre les quals, aquesta: sabates amb forma de morro de rinoceront, talons acordió, molles que farien sonar melodies en caminar. Una *boutade*, dirien alguns. Una provocació calculada, dirien uns altres. Però Dalí no feia broma. O no només feia broma. El que feia, amb la precisió de qui fa dècades que observa com funciona el sistema, era assenyalar alguna cosa que el discurs *seriós* de la moda encara no podia articular: que el calçat no és calçat, que la roba no és roba, i que la frontera entre el cos que es vesteix i el món que l'envolta és, en el millor dels casos, una convenció negociable.

Gairebé setanta anys després, la predicció continua sense fer-se realitat en sentit literal. Però en sentit simbòlic es fa realitat diàriament. Els carrers fan soroll. La manera en què ens vestim emet senyals, construeix jerarquies, declara afiliacions. Cada elecció d'armari és una posició. La moda és un catalitzador social en tots els sentits, no només a les passarel·les, també als armaris, fins i tot als d'aquells que es consideren antimoda, perquè això ja és un posicionament. Els que creuen que no participen en el sistema, hi participen igualment. El silenci també és un signe.

La pregunta que Dalí llançava amb les seves sabates sorolloses és, en el fons, la mateixa que fa més d'un segle que persegueix sociòlegs, filòsofs i dissenyadors: com és que alguna cosa esdevé moda? Qui ho decideix? Existeix encara l'espontaneïtat o tot respon a una coreografia planificada que senzillament es disfressa de caos?

I
El sistema té regles. La primera és que ningú no les confessa

El 1904, Georg Simmel va publicar a *The International Quarterly* un assaig que continua sent la radiografia més lúcida del fenomen. La moda, escrivia, és «una forma d'imitació i d'igualació social, però, paradoxalment, en canviar sense parar, diferencia un temps d'un altre i un estrat social d'un altre». El motor és una tensió irresoluble: ens vestim per pertànyer i per escapar, alhora. Per dir «soc com vosaltres» i «soc diferent de vosaltres» en el mateix moviment. És un joc de miralls que no té final perquè no en pot tenir: tan bon punt una tendència es divulga, perd la seva raó de ser i deixa pas a la següent.

El sociòleg Pierre Bourdieu ho va formular amb una precisió que s'acosta al cinisme: «La llei implícita del camp és la distinció en tots els sentits del terme: la moda és l'última moda, l'última diferència. Un emblema de classe llangueix quan perd el seu poder distintiu, és a dir, quan es divulga». La moda no avança, fuig. Sempre del mateix lloc, d'ella mateixa. El que ahir era exclusiu avui és accessible i, per tant, ja no serveix. El sistema necessita la desigualtat per funcionar.

Durant dècades, aquest moviment va ser estrictament vertical: l'alta costura dictava, les classes mitjanes imitaven, les classes baixes aspiraven. L'esquema, anomenat *trickle-down*, un degoteig cap avall, era tan previsible com còmode per als qui ocupaven el cim. El segle XX, però, el va anar erosionant. Les avantguardes dels anys vint i trenta van introduir el carrer com a font. El punk dels setanta va convertir el residu en

Les sabates de dona amb silueta de morro de rinoceront aniran equipades amb uns talons amb plecs d'acordió que duran incorporades unes molles connectades a uns mecanismes que faran soroll o música. Així, el món del calçat no només tindrà un «nou aspecte», sinó també un «nou so», amb melodies descarades o rítmiques que donaran color als carrers.

—Salvador Dalí, *Nugget*, 1957

llenguatge estètic. El hip-hop dels vuitanta i noranta va demostrar que la cultura que no tenia accés als codis dominants en podia crear de propis i obligar la indústria a copiar-los. La moda, va observar Valerie Steele a *Fifty Years of Fashion*, ja no baixa en cascada, «acostuma a bombollejar cap amunt des de subcultures diverses».

Avui, la jerarquia és circular. Miuccia Prada i Demna Gvasalia fa anys que adopten estètiques antimoda com a exercici de luxe irònic: gorres de camioner, roba de feina utilitària, lletjor deliberada. Les classes altes es distingeixen ja no per ser més formals, sinó per ser més *autènticament* informals. El moviment s'ha invertit i accelerat fins al vertigen: algoritmes que processen milions d'imatges de xarxes socials per detectar tendències abans no existeixin com a tals. L'espontaneïtat, si alguna vegada va existir com a fenomen pur, ja fa molt que és una il·lusió gestionada.

I, tanmateix, la il·lusió és necessària. El mercat no pot confessar que les tendències són dissenyades: necessita que semblin descobertes. Barthes ho va assenyalar a *Le Système de la mode* [El sistema de la moda] (1967) amb la fredor d'un cirurgià: la «ideologia de Moda» fa la funció de «donar a la moda un aspecte natural, de manera que els lectors no consumeixen un sistema de signes, sinó de raons, d'imatges, de valors, "suspesos a la penombra d'un llenguatge incert"». La moda, deia, «significa el món i se significa ella mateixa». El seu signe és completament arbitrari, elaborat sense cap criteri previsible, però cal que sembli inevitable, lògic, natural. «De la mateixa manera que hi ha errors de llenguatge, hi ha faltes de moda». Qui no se sap vestir no ha infringit una norma estètica: ha comès un error gramatical.

El cercle es tanca així: la moda fingeix no ser un llenguatge mentre funciona exactament com un llenguatge. Les seves regles són tiràniques. La seva arbitrarietat, absoluta. I la indústria que la sosté inverteix xifres astronòmiques a mantenir aquesta ficció intacta.

II
La predicció com a subversió. O Dalí ho sabia

El 1974, Bourdieu va pronunciar una conferència sobre la moda assenyalant que el seu interès pel tema provenia de la seva condició d'«eina indigna per a intel·lectuals». Trenta anys abans, Dalí ja havia resolt el problema d'una altra manera: si la moda era indigna per als intel·lectuals, era el lloc perfecte per a un surrealista. La provocació duta al territori que ningú no es prenia seriosament. El cavall de Troia a l'armari.

La seva col·laboració amb Elsa Schiaparelli, iniciada a mitjan anys trenta, va ser un experiment amb conseqüències que encara no hem acabat de mesurar. Schiaparelli no era una dissenyadora convencional. No considerava el disseny com una professió, sinó com un art molt difícil i frustrant, perquè, tan aviat un vestit neix, ja pertany al passat. És una actitud que l'emparentava més amb el concepte surrealista del temps —aquest present que ja és passat a l'instant en què s'anomena— que no amb la lògica comercial de la temporada. I en aquest territori compartit, Dalí va trobar un llenguatge que la seva pintura, sola, no sabia parlar.

Ja en coneixem el resultat més cèlebre. El *Vestit llagosta* del 1937: llarg, d'organza blanca, sense mànigues, amb una llagosta vermella pintada per Dalí a la faldilla. Per a ell, la llagosta no era un crustaci: eren els òrgans sexuals femenins, un instrument de castració, el desig i el seu perill en una única figura. Al vestit, la criatura se situava exactament sobre els genitals. Wallis Simpson el va lluir per a una sessió fotogràfica publicada a *Vogue* el maig del 1937 i va ser acusada de frivolitat eròtica. La peça havia fet exactament el que es proposava: parlar del que no es podia dir d'una altra manera, en l'únic llenguatge que el cos social estava disposat a escoltar. La llagosta com a manifest.

El *Barret sabata* de la mateixa temporada completava l'operació: una sabata de taló al cap, el món posat del revés, la funció buidada de sentit fins que l'absurd esdevé l'únic sentit possible. «El surrealisme és destructiu», escriuria Dalí, «però només destrueix el que considera grillons que limiten la nostra visió».

Dir que aquestes peces van influir en la moda posterior seria fer curt. El que van fer va ser demostrar que l'alta costura podia ser el lloc on l'inconscient es vesteix. Que la confecció podia operar com la psicoanàlisi: extraient a la superfície el que el cos social necessita negar. Als nostres dies, quan la casa Schiaparelli, sota la direcció creativa de Daniel Roseberry, va presentar damunt de la passarel·la, a la seva col·lecció primavera-estiu del 2024, grans collarets de llagostes, no era nostàlgia. Era la confirmació que algunes imatges tenen una vida que cap sistema de tendències no pot domar.

Hannah Crawforth, a la seva anàlisi de la presència de Dalí a *Vogue* durant els anys trenta i quaranta, va proposar una lectura que il·lumina tot el que s'ha exposat anteriorment: la incursió de Dalí a la moda no va ser una traïció al surrealisme, sinó la seva expressió més coherent. La revista de moda —argumentava Crawforth— és en ella mateixa un acte surrealista: prediu el futur alhora que documenta el passat i converteix necessàriament en obsolets els continguts en el moment en què existeixen impresos. Va anomenar aquesta contradicció «nostàlgia profètica» (*prophetic nostalgia*). Dalí la va entendre abans que ningú: la revista que marca tendències parla sempre d'un present que ja és passat. Igual que els seus rellotges tous.

III
L'uniforme com a obra. Dalí i Gala

«Vestir-se és essencial per triomfar. A la meva vida són rares les ocasions que m'he envilit vestint de paisà. Sempre vaig d'uniforme de Dalí».

Aquesta confessió, directa, gairebé marcial, ho diu tot sobre la relació de Salvador Dalí amb la moda. No era vanitat. Era mètode. El bigoti impossible, el bastó, la capa: no eren accessoris, sinó elements d'un sistema de signes tan deliberat com qualsevol pintura. «Cada dematí, en despertar, experimento de nou un plaer suprem: el de ser Salvador Dalí». Vestir-se era el primer acte creatiu del dia. El cos, la primera tela.

Aquesta comprensió de la indumentària com a construcció d'identitat —no com a reflex seu, sinó com la seva condició de possibilitat— era el territori que Dalí compartia amb Gala de manera més íntima que qualsevol altre. Perquè Gala també ho sabia. Gala potser ho va saber abans.

Elena Ivanovna Diakonova va arribar al París de les avantguardes a començaments del segle XX sent ja una dona que entenia la moda com una forma d'expressió i autodescobriment al marge de les convencions. No era vanitosa. Era estratègica. La diferència és fonamental: la vanitat mira cap a dins, cap a la mateixa imatge; l'estratègia mira cap a fora, cap a l'efecte. Gala va escollir l'androgínia quan no era ni còmoda ni comercial. Va adoptar codis masculins, com faria Chanel, no per mimetisme, sinó per apropiació. El dandi femení del París surrealista.

El 1929, a Cadaqués, es va desprendre de la vida anterior (o segona pell) per mostrar la seva esquena nua davant de Dalí. La imatge fundacional: un cos que escull què mostrar i què guardar. A partir d'aquell moment, Gala es reinventaria tants cops com calgués. Musa per als versos d'Éluard. Tela per als quadres de Dalí. Madonna, Galatea i Gradiva. *Performer* als salons de Nova York, on cada hivern l'habitació 1610 de l'hotel St. Regis esdevenia escenari. Col·leccionista dels dissenys d'Arthur Falkenstein, Oleg Cassini o Howard Greer. En cada ciutat, en cada etapa, una segona pell diferent. Decidia com es volia mostrar al món, vestint-se de musa, esposa, *performer*, agent. Activa, sempre activa. Mai simplement vestida.

El que fa que Gala sigui extraordinària en aquest context no és la qualitat del seu guarda-roba, tot i que la seva col·lecció personal, que inclou peces de Dior i Schiaparelli juntament amb altres sense etiqueta d'igual força expressiva, seria suficient per a un relat en ell mateix. El que la fa extraordinària és que va viure, dècades abans que el llenguatge per descriure-ho existís, el que avui anomenem *personal branding*. La construcció deliberada d'una imatge pública com a projecte estètic i estratègic. Sense Instagram. Sense assessors de comunicació. Amb l'únic instrument d'un cos i una mirada que sabien exactament el que volien comunicar.

Valerie Steele, directora del museu del Fashion Institute of Technology de Nova York, va escriure que la moda és «una superfície profunda que comunica els nostres desitjos i inquietuds inconscients, sense que cap de nosaltres sigui plenament conscient dels missatges que enviem». Gala n'era l'excepció. Gala era completament conscient. I això la feia, als ulls del seu temps, inquietant. «Massa artificial per ser agradable», deia Peggy Guggenheim. Com si l'artificialitat fos un defecte i no una habilitat. Com si la construcció deliberada de la identitat fos menys autèntica que l'espontaneïtat, que, com ja sabem, tampoc no l'és tant.

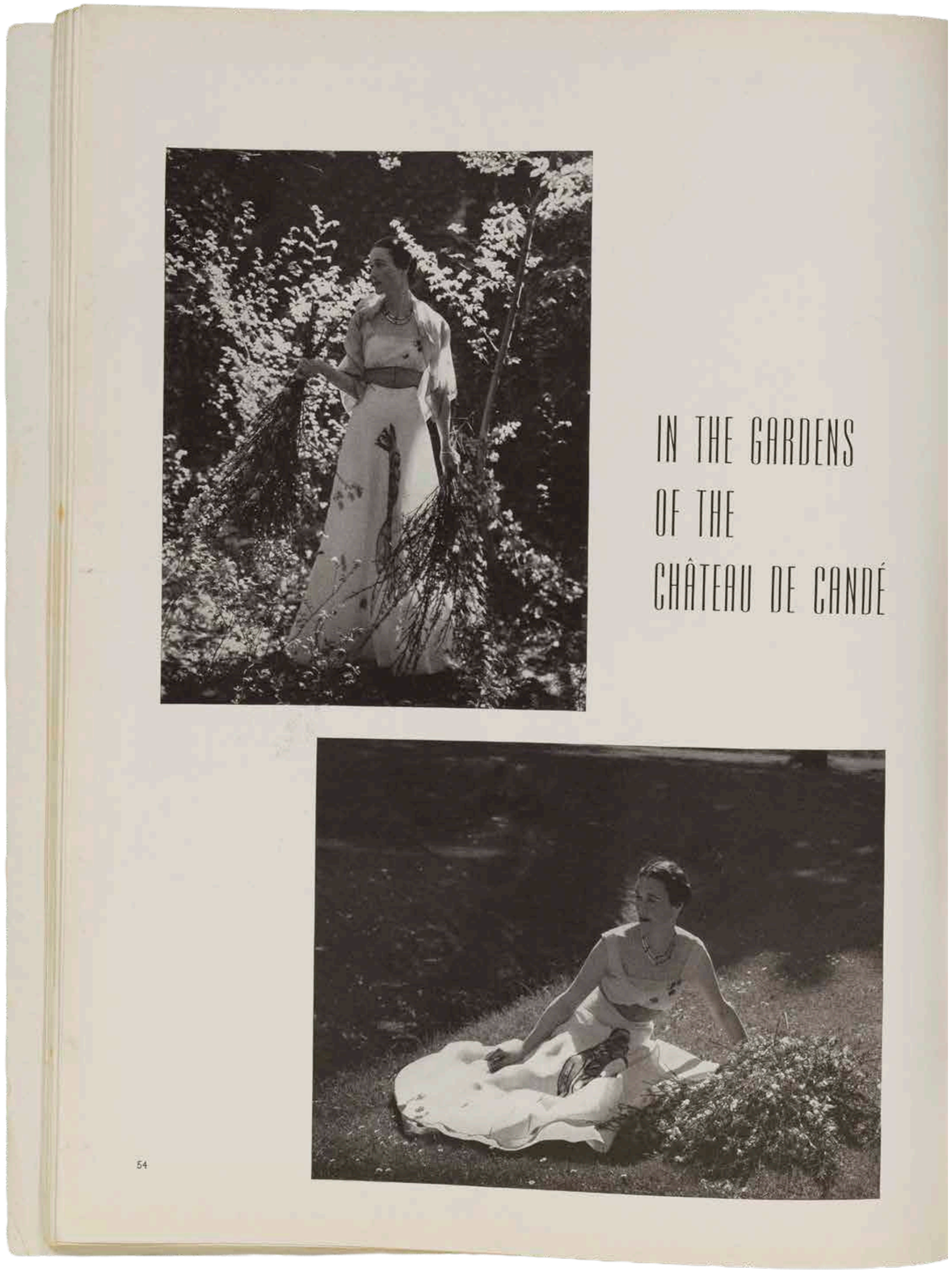
IV
El circuit i el seu retorn

Torna el circuit creatiu a la seva font? Les reinterpretacions del públic poden inspirar noves creacions? La resposta curta és que sí. La resposta llarga és que sempre ha estat així, només que la indústria va trigar molt de temps a admetre-ho.

Paul Blumberg en va dir, el 1970, l'*status float phenomenon*: la tendència que la innovació flueixi de baix cap amunt. La cultura afroamericana a la música i a la moda de la primera meitat del segle XX n'és l'exemple més antic i saquejat. El punk als setanta. L'*streetwear* als noranta. El *thrifting* com a pràctica que va néixer de la necessitat i va acabar sent tendència de luxe. Avui, les dades són inapel·lables: anàlisis del 2025 indiquen que les plataformes socials han reduït a la meitat el temps d'adopció de tendències de baix cap amunt en comparació amb l'era predigital. Les marques



Autor desconegut, Gala, 1935–1937



Wallis Simpson amb el *Vestit llagosta* dissenyat per Salvador Dalí i Elsa Schiaparelli a la revista *Vogue*, 1937, fotografies de Cecil Beaton

«Vestir-se és essencial per triomfar. A la meva vida són rares les ocasions que m'he envilit vestint de paisà. Sempre vaig d'uniforme de Dalí». Aquesta confessió, directa, gairebé marcial, ho diu tot sobre la relació de Salvador Dalí amb la moda. No era vanitat. Era mètode. El bigoti impossible, el bastó, la capa: no eren accessoris, sinó elements d'un sistema de signes tan deliberat com qualsevol pintura. «Cada dematí, en despertar, experimento de nou un plaer suprem: el de ser Salvador Dalí». Vestir-se era el primer acte creatiu del dia. El cos, la primera tela. Aquesta comprensió de la indumentària com a construcció d'identitat —no com a reflex seu, sinó com la seva condició de possibilitat— era el territori que Dalí compartia amb Gala de manera més íntima que qualsevol altre. Perquè Gala també ho sabia. Gala potser ho va saber abans.

monitoren *hashtags*. Els algoritmes detecten senyals abans que l'ull humà les processi.

Hi ha alguna cosa, però, més interessant que la velocitat del cicle: la seva naturalesa. Perquè el que flueix de tornada cap amunt no és només una forma o un color; és una actitud, un gest, una manera de dur la roba que cap laboratori de tendències no pot fabricar. El que puja és el que Bourdieu anomenaria l'*habitus* fet visible: les disposicions incorporades, la postura, la relació amb el cos, que una classe social o una subcultura desenvolupa durant anys i que l'alta costura només pot citar, mai originar.

Dalí ho va entendre des del començament. «La tragèdia constant de la vida és la moda», va dir. Va col·laborar amb Schiaparelli per demostrar que la idea de vestir-se, la idea de disfressar-se, no era sinó la conseqüència del trauma fundacional del naixement, el més violent de tots, perquè és el primer. L'acte de vestir-se com a ferida i com a guariment. Com a primera separació del món i com a primer intent de tornar-hi des d'un cos que ja és, des d'aquest moment, un cos cultural.

El circuit torna sempre a la seva font. La pregunta és qui té el poder d'anomenar-lo. Qui pot convertir un gest anònim en tendència, una tendència en signatura, una signatura en capital. Qui, en definitiva, té «el poder de constituir objectes com alguna cosa estranya pel procediment de la signatura», en paraules de Bourdieu.

Dalí també el tenia. No perquè fos dissenyador —no n'era—, sinó perquè havia entès que, en el camp de la moda, com en el de l'art, com en el de la vida pública, la signatura és l'acte més polític que existeix. «El surrealisme soc jo!», va declarar. Anava amb uniforme de Dalí. Gala anava amb uniforme de Gala. I el soroll que feien en caminar no necessitava molles ni acordions.

V
Coda. Les sabates que encara no existeixen

El 2026, quan els algoritmes prediuen el futur amb una exactitud que hauria escandalitzat qualsevol futuròleg del segle passat, quan les tendències duren setmanes abans no les substitueix l'onada següent, quan l'espontaneïtat és el producte manufacturat amb més cura del mercat, la predicció de Dalí sobre les sabates de rinoceront sembla menys un deliri i més un diagnòstic.

No perquè s'hagin de fabricar —encara que, en l'era de la impressió 3D i els *wearables*, ningú no hauria de descartar res—, sinó perquè el que Dalí anticipava no era una forma, sinó una funció: la roba que fa soroll. La moda que no es pot deixar de banda. La indumentària que converteix el cos en emissora. En un món saturat d'imatges, on la invisibilitat és l'únic luxe veritablement inaccessible, la provocació daliniana resulta ser, un cop més, la resposta més sensata.

Simmel va dir que la moda diferencia un temps d'un altre. Barthes va dir que els seus signes són tirànics i arbitraris, però han de semblar naturals. Bourdieu va dir que la moda és l'última diferència, la que llangueix tan bon punt es divulga. Valerie Steele va dir que és una superfície profunda. Elsa Schiaparelli va dir que un vestit pertany al passat en el moment que neix.

Dalí va dir que era la tragèdia constant de la vida. I després es va posar l'uniforme i va sortir al carrer.

Oriol Maspons, Salvador Dalí i Gala a la sala oval de Portlligat, 1961



Autoretrat d'una matèria inquieta

Miriam Ponsa

Miriam Ponsa és una dissenyadora catalana que va fundar la seva marca el 2000 i que destaca per una moda conceptual vinculada a la memòria, el territori i l'artesania. Les seves col·leccions han rebut diversos reconeixements, com el Premi Bages de Cultura el 2019 i la Creu de Sant Jordi el 2020, per la seva contribució a la renovació i innovació del disseny i la moda tèxtil a Catalunya.

La forma de treballar del taller de moda Miriam Ponsa és inseparable de la manera d'estar i pensar el món de la seva creadora. Conceptes com sostenibilitat, inclusivitat i respecte per la matèria i les feines artesanals són essencials en el seu projecte creatiu, que beu de la tradició familiar i apunta de forma capdavantera cap a un futur més conscient. Com per a Gala i Salvador Dalí, per a Miriam Ponsa la moda és un vehicle de pensament, memòria i identitat, en què la peça no caduca, sinó que evoluciona, es transforma i acumula significat amb el temps.

Miriam Ponsa, col·lecció *La ruta de la seda*, tardor-hivern 2019–2020



La paraula *moda* deriva del llatí *modus*, que significa manera, norma, regla, temps, melodia, ritme. En català, el mot «moda» apareix el 1696 amb el sentit de «manera de viure». La investigació creativa a Miriam Ponsa neix de la necessitat de crear, d'expressar a través de l'art les meves vivències, passions i il·lusions. Les nostres col·leccions expliquen un relat, una història, dibuixen personatges i ens transporten a l'imaginari de la marca que es desplega com una llibreta plena de pensaments, il·lustracions, teixits i colors, tot formant un diari visual en cada una de les col·leccions.

El procés artesanal està íntimament lligat a la voluntat de posar en valor oficis, tradicions i tècniques ancestrals que volem protegir i utilitzar. Les nostres col·leccions parlen de dones migrants, teixidores, treballadores, exiliades...

Intento construir un univers propi on el tèxtil és llenguatge, memòria i acció. Des de l'arrel de l'ofici tradicional fins a les propostes més experimentals, mantinc un diàleg constant entre la mà i el pensament, entre la matèria i la idea.

El valor del territori i la seva gent estan sempre presents i formen part de la xarxa de producció de la marca. Treballem colze a colze amb els nostres veïns i veïnes, petits tallers tèxtils i artesanes amb molta experiència dins el sector. Col·laborem amb els mateixos tallers des de fa més de vint anys i la fórmula és la confiança i el respecte. L'experiència ens ha ensenyat que trobar la manera d'entendre'ns, a vegades, no és fàcil, però la perseverança acostuma a funcionar.

Per entendre què significa la producció local, posem per exemple l'ecosistema de la natura, que es basa en milers de petits organismes que es necessiten entre ells, que conviuen i s'enriqueixen mútuament per tal d'existir. Aquests organismes necessiten els del seu voltant i no els han d'anar a buscar a nous indrets llunyans.

El valor de produir al territori també és una porta oberta per a les noves generacions i per tenir coneixement de quines són les indústries amb què treballem; moltes d'elles tenen segles d'antiguitat i s'ha acumulat una experiència molt valuosa. Crec que l'especialització també és una forma de deixar un llegat que explica una història d'esforç i treball que no podem desestimar, i de la qual, segurament, les futures generacions podran aprendre, tant dels encerts com dels errors.

Un diàleg creatiu amb la matèria

Vinc d'una família amb una llarga tradició tèxtil i reivindico aquest passat com una forma de resistència cultural. Juntament amb el meu germà, actualment som la quarta generació tèxtil familiar. La meva besàvia, el 1886, va comprar l'edifici on treballem actualment —a Manresa, a prop del riu Cardener— i va liderar la transició tecnològica introduint l'energia elèctrica per fer funcionar els telers, superant l'etapa purament manual. En aquella època, el tèxtil estava agremiat, la zona del Bages s'havia especialitzat en vetes, cinteria i fabricació de cordons. Em vaig instal·lar en aquest espai després d'estudiar disseny de moda a Barcelona i a Winchester (Anglaterra). Els records d'infància d'aquest espai estan lligats a l'olor d'oli i el «soroll» dels telers que encara m'acompanyen en el meu dia a dia. L'espai en qüestió va estar funcionant com a fàbrica tèxtil durant gairebé cent anys, fins als meus deu anys aproximadament. Posteriorment, va estar sense activitat fins que hi vaig instal·lar el meu estudi-taller, on hi he trobat des de màquines de fer cordó, telers antics desmuntats i tot tipus de restes de cintes, vetes i cordons, així com tota mena de mobiliari antic tèxtil.

El llegat tèxtil familiar m'ha portat a establir un diàleg creatiu amb la matèria: sobretot la cinta i el cordó. Les treballo en totes les seves formes i variants possibles: entreteixides, muntades al teler manual, teixides amb la tècnica de la *jarapa*, el macramé, el nus espanyol, etc. La matèria és el meu llenguatge, i a través d'ella és com millor m'expresso.

L'experimentació amb altres materials com el làtex, la llana, el polipropilè i el lli són l'excusa perfecta

per poder-los treballar amb el teler manual, desfilar-los, enfeltrar-los, barrejar-los amb altres matèries i potser sorgeix una cita poliamorosa de matèries. El procés artesanal per a mi és totalment lliure, no està establert en cap norma ni condició. El resultat sempre és inesperat perquè, mentre es crea, s'obren altres finestres creatives que fan canviar el procés.

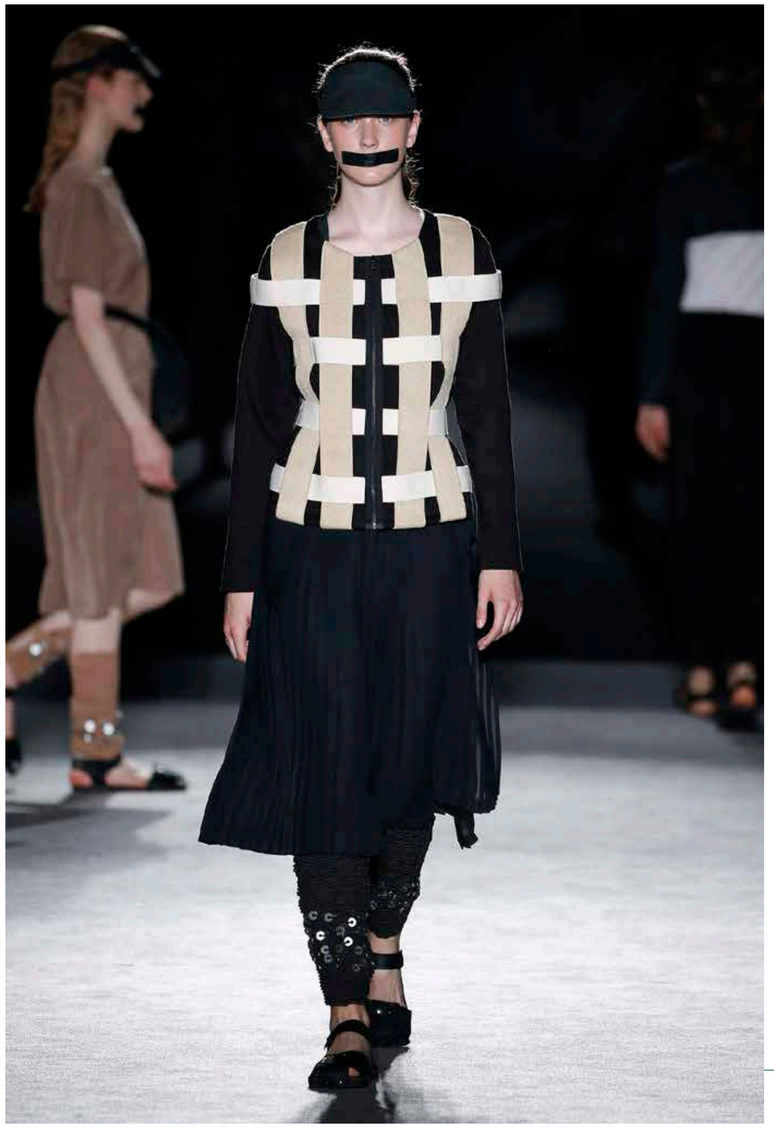
Poder continuar fent artesania és una celebració de l'ofici i del valor de persistir. M'agrada mirar el passat per projectar el futur, continuar teixint des de la convicció, ja que la creació pot ser —i ha de ser— també un acte d'activisme.

Identitat i durabilitat emocional de la moda

Quan pensem en moda i cultura, podríem creure que no van unides, però la indumentària és un reflex de la societat: de forma molt ràpida ens situa en una època i una geografia concretes. Forma part de la identitat i ens engloba en un entorn. La moda, en el seu significat més ampli, és una elecció, o més ben dit, un mecanisme regulador d'eleccions. És com un mirall congelat en el temps o un retrat.

La indumentària també serveix per controlar col·lectius i identificar-los amb un simple cop d'ull. Els corrents socials van íntimament lligats a la indumentària i ajuden a crear una identitat.

Miriam Ponsa, col·lecció *I Have a Dream*, primavera-estiu 2019



En aquest sentit, Dalí va entendre molt aviat el poder de la imatge. El seu bigoti, les seves capes, bastons o vestits extravagants formaven part d'una identitat visual inconfusible. El vestuari li permetia convertir-se en una obra d'art viva i reconeixible arreu del món.

Com a figura clau del surrealisme, Dalí traslladava els principis d'aquest moviment —l'absurd, el somni, la provocació— també a la manera de vestir. La indumentària esdevenia un mitjà més per trencar amb la realitat convencional i generar impacte.

Dalí no només pintava o escrivia: es «posava en escena» constantment. En aparicions públiques, fotografies o films com *Autoportrait mou de Salvador Dalí* de Jean-Christophe Averty, el vestuari formava part d'una acció performativa. El seu cos vestit era part de l'obra: una combinació de pintura, acció, imatge i símbol que anava molt més enllà del llenç.

El seu vestuari era una eina per captar l'atenció dels mitjans i del públic. En una època sense xarxes socials, Dalí ja dominava el *personal branding*: sabia que la seva imatge vestida podia generar discurs, polèmica i fascinació.

Amb Gala Dalí, el vestuari adquireix encara més força. Junts creen una iconografia compartida, gairebé teatral, on les peces —sovint reutilitzades— reforcen la seva aura mítica i atemporal.

Gala i Dalí practicaven una forma de sostenibilitat basada en la continuïtat, la reinterpretació i la càrrega simbòlica del vestuari, una idea plenament alineada amb l'esperit que ens mou com a creadores.

La sostenibilitat no només és una qüestió de materials o processos, sinó una relació conscient amb la peça: allargar-ne la vida útil, dotar-la de significat i fugir de la lògica efímera de la moda ràpida. Aquesta mirada connecta directament amb l'ús reiterat que Gala fa de moltes peces de dissenyadors de l'època, com per exemple el vestit de Jean Dessès. Lluny de ser una peça puntual, el vestit esdevé un símbol identitari que reapareix en diferents contextos, acumulant capes de significat.

La reutilització de vestuari no és només pràctica sinó també narrativa: cada vegada que Gala vesteix aquesta peça —com en el film *Autoportrait mou de Salvador Dalí*—, el vestit es ressignifica i es carrega de noves lectures simbòliques. Això encaixa amb una visió contemporània de la sostenibilitat que defensa la durabilitat emocional de la indumentària.

Els vestits-joia de Daniel Roseberry per a Schiaparelli són la fusió entre tèxtil i objecte, entre moda i art. Es reforça el valor de la peça com a objecte únic i digne de ser conservat i reutilitzat. Es comparteixen, per tant, els valors de l'artesania: exclusivitat, qualitat i permanència.

Dalí també beu constantment de la tradició i el mite. La peça transcendeix la moda del moment i es converteix en un element gairebé «immortal», tal com suggereix l'escena del naixement dins l'ou. Aquesta noció d'immortalitat connecta amb el plantejament de sostenibilitat real: crear peces que perdurin, tant fisicament com simbòlicament.

Dalí i Gala utilitzen el vestuari com una extensió del seu imaginari surrealista: cada peça forma part d'una escenografia, d'un relat simbòlic o d'una acció artística. De manera similar, nosaltres concebem cada col·lecció

Gala i Dalí practicaven una forma de sostenibilitat basada en la continuïtat, la reinterpretació i la càrrega simbòlica del vestuari, una idea plenament alineada amb l'esperit que mou Miriam Ponsa com a creadora.

com un projecte amb discurs (memòria històrica, ofici, territori), en què les peces comuniquen idees.

Voldria destacar la col·laboració de Salvador Dalí i Elsa Schiaparelli, de la qual sorgeix el famós *Vestit llagosta* i el *Barret sabata*. Aquestes peces van consolidar la idea que la moda podia ser un espai d'experimentació artística radical. La rebel·lia en indumentària tot descontextualitzant l'objecte és també un llenguatge irònic i carregat d'humor, molt necessari actualment. Una forma molt intel·ligent de descodificar els cànons establerts.

Comparteixo amb Dalí i Gala la noció de moda com a vehicle de pensament, memòria i identitat: la peça no caduca sinó que evoluciona, es transforma i acumula significat amb el temps.

L'ètica a través de l'estètica

Les propostes de moda que ajuden al canvi són propostes valentes, respectuoses, inclusives i que obren portes al diàleg i a la reflexió.

Coco Chanel va tenir en compte les necessitats de les dones de la seva època i va acostar la moda al carrer. Va alliberar la dona de les cotilles i li va oferir tot un ventall de peces còmodes i elegants. El seu llegat encara és vigent i persisteix en el temps.

Actualment, vivim un moment polític i social molt important i els corrents artístics l'estan dibuixant. L'opressió, la injustícia, la por, el desengany i la falta de valors són el terreny perfecte perquè aflorin noves idees trencadores, idees de canvi, necessàries per transformar la societat. La música, la pintura, la fotografia, la moda i totes les disciplines artístiques són lliures, estan subjectes a aquesta realitat i, com una olla de pressió, exploten en forma d'art.

La nostra proposta creativa treballa amb l'ètica a través de l'estètica. Els valors de la marca i el manifest s'han anat creant de forma orgànica i indissoluble, sense saber si ha estat primer l'ou o la gallina. El nostre manifest és obert, és autobiogràfic i es forma a través de les experiències viscudes. Només el podem explicar una vegada viscut. Les nostres col·leccions són un diari visual de les meves vivències, pensaments, reflexions i somnis. Cada col·lecció és una suma d'exercicis creatius que treballen la moda com a cartografia humana, en què el cos travessa territoris, les rutes expliquen desigualtats i les peces esdevenen testimoni de moviment, resistència i supervivència.

Moltes col·leccions s'han dissenyat durant un viatge —*Dones Mula, La ruta dels Balcans, La ruta de la seda, Mar d'Aral*—, en què he creat els personatges que he tingut l'oportunitat de veure i conviure-hi. He utilitzat tècniques, formes i colors que els representen. En aquestes col·leccions el trajecte no és turístic, sinó necessitat, supervivència o intercanvi vital. Hi ha una idea que es repeteix en diverses col·leccions: el cos que carrega, travessa i resisteix. Aquestes col·leccions són gairebé mapes socials, parlen sobre migracions forçades, globalització i intercanvi i desastre ecològic. Les peces recorden equipatge, protecció o càrrega, els volums suggereixen desplaçament. Els materials són resistents i utilitaris.

En altres col·leccions he pogut expressar els meus sentiments més íntims en etapes de transformació personal, com el naixement del meu fill i la meva filla. Les seves col·leccions, *coR* i *Bruna*, són exercicis experimentals amb làtex, per representar els fluids físics i el cordó umbilical. Aquests exercicis m'han ajudat a treballar la transformació del cos a través de la matèria, en aquest cas un material com el làtex, més usat en escultura i molt interessant per treballar textures.

Les col·leccions *Collita daurada* (apicultura), *Transhumància*, *Sherpa*, *Raiers*, *Les dones del mar* i *La collita de l'arròs*, entre d'altres, són exercicis creatius que posen el focus en la tradició i la cultura, intenten visibilitzar oficis sovint oblidats o desvalorats. Centren l'atenció en el cos de la treballadora i volen recuperar la dignitat del treball manual. Els materials i les formes evoquen resistència i esforç. Aquestes col·leccions també són una crítica al sistema productiu i a l'explotació. Són el resultat de reflexionar sobre el capitalisme i la globalització.

Algunes col·leccions com *Exili*, *La marxa de la sal* i *I Have a Dream*, treballen la idea de refugi, protecció i vulnerabilitat. Posen el cos com a centre i evoquen una sensació d'intimitat i recolliment. Les propostes sorgeixen de l'empatia amb situacions de fragilitat i parlen de resistència, comunitat i acció col·lectiva. S'intenta mostrar a través de les peces com els moviments socials poden transformar la realitat. Vam crear proteccions i cuirasses a través de l'artesania i vam intentar llançar el missatge de lluita no violenta i canvi social. El procés artesanal en aquestes col·leccions també va ser un refugi per a mi i em va ajudar a protegir-me del soroll i la foscor.

Amb la col·lecció *Muses*, vam voler trencar amb la idea clàssica preconcebuda de «musa» —una dona que inspira, però que no crea, sinó que és mirada— per transformar-la en una dona activa, amb veu i capacitat de creació. L'empoderament femení ens va fer sortir de la plataforma oficial per canviar la passarel·la estandarditzada per la passarel·la més íntima i personal. La varietat de persones no professionals que van desfilar va ser tota una revelació i un empoderament real. Vam poder treballar la diversitat i la inclusivitat cultural i de gènere des del respecte i la llibertat que la col·lecció es mereixia.

Impacte al planeta

L'última col·lecció titulada *REDUIR*, presentada en format passarel·la a la planta de triatge tèxtil de Roba Amiga-Solidança de Sant Just Desvern, té com a objectiu visibilitzar una petita part del rebuig tèxtil que generem al nostre territori. La col·lecció es mostra al costat real dels seus residus, el públic veu la «cara oculta» del consum i això genera un impacte directe i incòmode (volgut). La potència visual de la passarel·la, folrada de bales tèxtils comprimides, va donar peu a una experiència educativa i crítica i van sorgir més preguntes que respostes.

Suposo que hi ha molts camins diferents i d'altres que s'aniran creant de nou per revertir/frenar l'impacte del tèxtil en el medi ambient. Tinc esperança en les noves generacions, que segurament sabran aprofitar la tecnologia per intentar fer un món millor. Però ara mateix estem davant d'una emergència climàtica provocada per la falta de valors, que ens aboca a una realitat molt complicada. Fa més de dues dècades —amb la globalització— es va començar a externalitzar la fabricació tèxtil cap a països més avantatjosos pel preu de la mà d'obra i l'opacitat de les condicions de treball, que van afavorir que moltes empreses tèxtils desplacessin la seva producció en aquests «paradisos»

laborals sense cap responsabilitat pels perjudicis ocasionats a escala mediambiental i social.

La indústria de la moda té un impacte devastador en el planeta, i els treballadors més vulnerables del sistema de la moda sovint corren un risc desproporcionat experimentant-ne, de primera mà, els seus efectes. Al llarg de tota la cadena de subministrament de la moda s'extreuen recursos naturals, s'exploten els hàbitats, es produeixen emissions tòxiques, es contamina l'aigua i s'aboquen deixalles sense cura.

El model *fast fashion* està creant un excés de producció —que anomenarem sobreproducció—, animada pels baixos costos culpables dels sous injustos que no permeten una vida digna. Aquesta sobreproducció per se no compleix els mínims necessaris en cap sentit. També és el resultat d'aconseguir algun benefici econòmic amb uns salaris minsos que només són viables quan es confeccionen desenes de milers de repeticions del mateix patró. Aquestes produccions han de ser ràpides, com més millor: és una de les claus de la desmesurada oferta de noves peces a les botigues físiques, i ara, sobretot, en la venda en línia.

Reflexionar i fer autocrítica forma part del nostre ADN i sempre intentem millorar en allò que fem. En aquest sentit, ens hem posat els deures de fer alguna cosa per intentar revertir la sobreproducció i la producció d'estocs. Amb aquesta idea al cap, des de fa cinc anys estem treballant amb el model precomanda: oferim quatre col·leccions a l'any que només es poden comprar per encàrrec, per tant, només produïm les peces que s'han encarregat. Necessitem unes quantes setmanes per produir-les i, un cop produïdes, les enviem a les clientes o bé les venen a recollir al nostre taller. Aquest model ajuda a prendre consciència i afavoreix la compra reflexiva. Gràcies a la venda en línia podem arribar a moltes més persones; el gran canvi ha estat sobretot en la producció i els terminis, però també en l'atenció a la clienta, en què posem un gran esforç. En tota decisió hi ha renúncia, i en el nostre cas hem renunciat a les botigues físiques. No ha estat una decisió fàcil, però ha estat la més encertada perquè el model precomanda sigui coherent i genuí.

El futur de la indústria de la moda apunta clarament cap a un canvi profund de model, perquè el sistema actual (sobretot el de *fast fashion*) és ambientalment i socialment difícil de sostenir. No hi ha un únic futur, però segurament hi haurà tendències molt definides. Entre elles, la moda més sostenible serà inevitable: la indústria es mou cap al disseny pensat per durar més, l'ús de materials reciclats i de baix impacte i la reducció de la producció massiva.

A totes les xerrades, plans de moda ètica, etc. sobre moda sostenible, es parla d'economia circular: convertir el residu tèxtil en recurs. Reutilitzar les peces, reparar, reciclar i donar nova vida a materials existents serà cada vegada més important. El/la consumidor/a cada vegada és més conscient de la importància de la transparència de les marques de moda i vol saber qui fa la seva roba i com la fa. Probablement, aquesta demanda provocarà el canvi cap a la transparència de moltes marques.

Es preveu un canvi de consum: menys impuls i més consciència. Segurament farà créixer encara més el mercat tèxtil de segona mà i portarà a escollir peces de més qualitat.

Possiblement, el canvi més important serà a través de la tecnologia. El disseny digital i els patrons 3D, la intel·ligència artificial per reduir residus, la moda virtual (per xarxes i videojocs) i els programes i aplicacions que ens ajudaran a ser més eficients. Es preveuen més lleis ambientals i més estrictes, el control del residu tèxtil i exigències de transparència a les marques. Finalment, desitjo que la sostenibilitat deixi de ser opcional.

La reutilització de vestuari no és només pràctica, sinó també narrativa: cada vegada que Gala vesteix el vestit de Jean Dessès, la peça es ressignifica i es carrega de noves lectures simbòliques. Això encaixa amb una visió contemporània de la sostenibilitat que defensa la durabilitat emocional de la indumentària.



Miriam Ponsa, col·lecció *La cotilla de l'arròs*, primavera-estiu 2017

DALÍ, CRONISTA DE LA MODA

SCHIAPARELLI

Tota la vida m'han preocupat les sabates, que he utilitzat en diversos objectes i pintures surrealistes, fins al punt de fer-ne una mena de divinitat. El 1936 vaig arribar fins i tot a posar sabates als caps; i Elsa Schiaparelli va crear un barret segons la meva idea. Daisy Fellowes es presentà a Venècia amb aquest barret-sabata al cap. La sabata, en efecte, em sembla que és l'objecte més carregat de virtuts realistes, en oposició als objectes musicals, que sempre he intentat de representar com abonyegats, esclafats, tous —violoncels de carn podrida, etc.—. Una de les meves últimes pintures representa un parell de sabates. Vaig passar dos mesos inacabables copiant-los del model i hi vaig treballar amb el mateix amor i la mateixa objectivitat que Rafael pintant una Mare de Déu. És, doncs, summament instructiu d'observar com en una pintura improvisada, produïda en circumstàncies ultraanecdòtiques, vaig anticipar la formulació d'una duradora i integrada plataforma filosòfica que només amb el temps s'havia de consolidar.

—*La vida secreta de Salvador Dalí*, 1942

Res no és, en efecte, més tràgic i inútil que la moda, i de la mateixa manera que per a una intel·ligència de primer ordre, com la meva, la guerra del 1914 fou representada per Mlle. Chanel, la guerra que aviat esclataria i liquidaria les revolucions de postguerra era simbolitzada, no pas per les polèmiques surrealistes del cafè de la plaça Blanche, ni pel suïcidi del meu gran amic René Crevel, sinó per l'establiment de modes que Elsa Schiaparelli es disposava a inaugurar a la plaça Vendôme. Aquí es van esdevenir nous fenòmens morfològics; aquí l'essència de les coses anava a transsubstanciar-se; aquí les llengües de foc de l'Esperit Sant de Dalí anaven a baixar. I (com, per desgràcia, ho encerto sempre) les tropes alemanyes anaven a baixar sobre Biarritz, pocs anys després, camuflats segons l'estil Schiaparelli i Dalí, lluint vestits cínics, i mimètics, amb branques fulloses, acabades d'arrencar del sòl de França, brotant del seu pèl animal groc, com brots nòrdics d'una Dafne crucificada. Però l'ànima i la biologia de l'establiment Schiaparelli era Bettina Bergery, una de les dones de París més ben dotades de fantasia. S'assemblava exactament a un escorpí i ho sabia. Bettina i Roussie Sert (la princesa Mdivani), esquelets de fada de la més esvelta poesia, amb Chanel *France de France*, encapçalen la processó dels qui continuen, a despit de la separació i la mort, essent els meus millors amics.

—*La vida secreta de Salvador Dalí*, 1942

La constant tràgica de la vida humana és la moda, i per això sempre m'ha agradat col·laborar amb Mademoiselle Chanel i Mademoiselle Schiaparelli, precisament per mostrar que la idea de vestir-se, la idea de disfressar-se, no era res més que la conseqüència del trauma del naixement.

—*Autoportrait mou de Salvador Dalí*, dirigit per Jean-Christophe Averty, 1966



Eric Schaal, Salvador Dalí amb Gala, que vesteix una jaqueta de la col·lecció d'alta costura tardor-hivern 1936 de Schiaparelli, 1937

CHANEL

Però la seva originalitat era ben altra que la meva. Jo sempre he «exhibit» les meves idees o les he amagades amb una refinada hipocresia jesuítica. Ella, no; ella no les exhibeix ni les amaga. Les vesteix. El sentit del vestir té en ella una púdica significació biològica, d'una mortal i fatal violència. Quins figurins Lluís II de Baviera degué dibuixar Chanel per «vestir», per a les ocasions de compromís i per al carrer, l'amargor jove i dura dels seus sentiments inconfessats! El seu sentit de la moda i del vestit era «tràgic» —com en altres és «cínic»—. Sobretot, Chanel era un ésser que posseïa el «cos i ànima» més ben vestit del món.

—*La vida secreta de Salvador Dalí*, 1942

El número 5 va ser per a la Coco Chanel com els meus bigotis per a la meva personalitat. Ens vam tornar a trobar amb dos companys de llegenda i ella em va explicar la darrera xafarderia parisenca.

—*Confessions inconfessables*, 1973

La Coco Chanel es prenia per una artista i parlava d'ella en tercera persona. «Ella ha traduït el masculí anglès al femení. Tota la seva vida s'ha dedicat a transformar per a la dona la vestimenta de l'home: les jaquetes, les corbates, els punys. La Coco Chanel s'ha vestit sempre com l'home independent i fort que hauria somiat ser. Ha alliberat les dones perquè ella havia patit massa temps el no ser lliure. Que no es digui doncs, que la moda és una cosa fútil!».

—*Confessions inconfessables*, 1973

Crec que la Coco Chanel concedia la seva amistat no pas a uns éssers, sinó a uns ens. Jo era *el* geni, com en Diaghilev va ser *la* dansa i la Coco Chanel *la* moda. Ella s'agradava molt i parlava de si mateixa sense fi.

—*Confessions inconfessables*, 1973

Georges i Fernand Detaille, Salvador Dalí i Gala a la vila La Pausa de Gabrielle Chanel a Roquebrune, 1938

DIOR

Dior fou una de les primeres persones de París que va preocupar-se per la venda de les meves invendibles pintures surrealistes. Fins i tot va vendre a un fabricant de sabates enormement ric una pintura que mostrava una dida asseguda distreta en una platja, sostenint en equilibri damunt el cap, amb el mateix posat distret, una sabata de dona de la qual sortia una costella de xai a la brasa. En tornar a trobar-nos després de tants anys, ens vam besar afectuosament, i aleshores, mirant-lo de cap a peus, vaig exclamar: «Bé, doncs, explica'm com t'han anat les coses». I Dior va respondre: «Igual que a tu: amb molt d'èxit!».

—«El Dalí diari de Lyons», *c.* 1947

Suposo que el lector d'aquesta columna es pregunta, i es preguntarà d'aquí a dos o tres dies: «Què pensa Dalí dels estils de Dior? Està a favor de la faldilla curta o de la llarga?». Bé, jo estic a favor de la faldilla llarga, perquè confereix més misteri a les dones.

—«El Dalí diari de Lyons», *c.* 1947

El regne de la moda

Les aterridores morfologies de les figures femenines del Dalí de 1937–1939 s'ha demostrat que eren profètiques després del triomf del concepte de Christian Dior de la bellesa femenina, especialment en la importància donada als malucs i als darreres, i el retorn de la cotilla.

—*Dalí News*, vol. 1, núm. 2, 25 de novembre de 1947

Després de la guerra del 1914, la moda femenina es va revolucionar per fer-la pràctica i còmoda de portar. Avui, el meu amic Christian Dior fa tot el contrari, i acaba de presentar en la seva col·lecció una dotzena de vestits anomenats per ell mateix «vestits importables», que són els més cars de la col·lecció.

—«El món d'ahir», *c.* 1949

El 1930 vaig dibuixar vestits inspirats en l'època del 1900 que el *new look* de Dior ha actualitzat... el 1948!

—«Quines novetats d'aquí a cinc anys?», *c.* 1950

Conec Christian Dior des de 1930, quan vam fer voltes a París seguint una passió floral mútua, realitzada en els objets d'*Art Noveau* del 1900, els quals tothom menyspreà aleshores, i des d'aleshores les dames més a la moda s'han vist obligades a exhibir-los damunt llurs molt exquisits cossos. Ara sento que s'acosta un període de dones fulla, dones bastó, dones de fusta tardorenca. De dones mussol que també seran papallones, i papallones que també seran roques. Dones que desapareixeran en els arbres, que es desintegraran en una clapa de molsa, i la silueta de les quals serà de punxes tendres com roses, roses transparents com una ala d'espiadimonis Lalique. Roses místiques. [...]

—«El mimetisme de Salvador Dalí en la natura», *Flair Annual*, 1953

Jo havia demanat a en Christian Dior que em dissenyés una disfressa de gegant de set metres d'alçada per dominar la situació. La ciutat es va sentir transportada i el meu èxit va ser tan gran que, vint anys després, alguna nit, encara el somio. [...]

—*Confessions inconfessables*, 1973

[...] He de retre homenatge als primers dalinians que van existir. Els primers eren Gala i Paul Éluard, cal dir que em van descobrir i em van presentar a Breton tot dient: «Aquest té talent». El van convèncer. El segon va ser el vescomte de Noailles, que va ser el primer a comprar un quadre surrealista terriblement escabrós i difícil de descriure. El tercer va ser Christian Dior, que en aquella època no era conegut. Duia un barret fort i un paraigua molt fi i, sota el braç, un petit quadre de Dalí, i tractava de convèncer tothom que no estava malament. Val a dir que, al final, el va aconseguir vendre. [...]

—«Gala, Velázquez i el Toisó d'Or», *Vogue*, núm. 597, París, juny-juliol de 1979



Oriol Maspons i Julio Ubiña, Gala i Salvador Dalí a la Via Làctia de Portlligat portant les disfresses del ball Beistegui dissenyades per Dior, 1960

RABANNE

Des del punt de vista profètic, penso el mateix que el meu amic Paco Rabanne. [...] Amb Paco, Manitas i el diví Salvador Dalí, no representem res menys que l'Imperi espiritual d'Espanya. [...]

—*Bouton rouge*, emissió del 16 d'abril de 1967

Considero que Paco Rabanne és el primer dissenyador d'avui dia que reactualitza tots els somnis de l'edat mitjana.

—*Permis la nuit*, emissió del 21 d'abril de 1967

Pel mateix preu, proposo d'engalanar els monuments públics de certes ciutats amb panòplies realitzades per artistes que, com Paco Rabanne, són capaços de celebrar l'arribada del mil·lenni d'Aquari.

—«La meva revolució cultural», 1968

Oriol Maspons i Julio Ubiña, Elsa Peretti, Salvador Dalí i Natasha Gourkevitx amb els *Vestits importables* de Paco Rabanne al pati de la casa del Portlligat, 1966

DANIEL ROSEBERRY

Amb motiu de la publicació d'aquest número dedicat a l'art i la moda, DALÍ NEWS ha volgut preguntar a Daniel Roseberry, que actualment encarna l'esperit de Maison Schiaparelli, sobre la pervivència del vincle entre el geni de Salvador Dalí i la cèlebre casa de moda, que va ser tan estret en els seus inicis.

DALÍ NEWS

Quina relació hi ha entre el surrealisme de la dècada de 1930 i la casa Schiaparelli de l'actualitat?

DANIEL ROSEBERRY

El que resulta més commovedor i punyent de la història d'aquesta casa és que va estar inactiva durant molt de temps. En aquest sentit, vam recollir el llegat i l'ADN del surrealisme precisament allà on l'Elsa l'havia deixat. L'escriptor francès André Breton, teòric i artífex clau del surrealisme, creia que aquest moviment opera en l'espai que hi ha entre les coses: entre allò real i allò irreal, entre estar despert i somiar, entre la fantasia i la realitat. En l'àmbit de la moda, el surrealisme també estava inactiu com a concepte quan vaig començar a treballar aquí fa sis anys. Era un panorama molt diferent. Ningú no recorria al surrealisme en l'alta costura, a la joieria o sobre la catifa vermella. El fet que s'hagi recuperat demostra tant l'elasticitat de la marca com l'aportació atemporal de l'Elsa al discurs de la moda.

Daniel Roseberry és el director creatiu de Masion Schiaparelli.



Schiaparelli per Daniel Roseberry, Vestit, col·lecció d'alta costura tardor-hivern 2022, brodat per Bagué Molinié

Guo Pei

Més enllà de la indumentària: l'alta costura com a visió profètica anàloga a l'esperit surrealista

Guo Pei és considerada la primera dissenyadora d'alta costura de la Xina, reconeguda per fusionar l'herència oriental amb l'artesania de l'alta costura occidental. Les seves creacions s'han exposat en algunes de les principals institucions culturals del món, entre elles el Metropolitan Museum of Art de Nova York, el Victoria and Albert Museum de Londres i el Musée des Arts Décoratifs de París. És membre distingida de la Fédération de la Haute Couture et de la Mode i la revista *Time* la va incloure a la llista de les cent persones més influents del món l'any 2016. Entre les seves nombroses distincions figura el disseny del vestuari cerimonial dels Jocs Olímpics de Pequín, l'«Ordre des Arts et des Lettres» del Ministeri de Cultura francès, i l'entrega, per part de l'Ajuntament de Florència, de «Le Chiavi della Città».

De la mateixa manera que l'*Ofèlia* de Millais dissol la vida en un tapís de flors i eleva la mort a un escenari poètic etern al qual tots els éssers tornen, de la mateixa manera que les pinzellades surrealistes de Dalí l'alliberen de les restriccions de la realitat, qüestionen els límits de l'inconscient i profetitzen els horitzons futurs de la ment humana, les meves creacions d'alta costura mai no s'han definit com a abillaments del món real, sinó que, com tota l'obra de Dalí —pintura, escultura o instal·lacions—, s'entenen com una pràctica artística purament surrealista que desafia tota lògica mundana, aspira a l'eternitat espiritual i prefigura l'estètica del futur. La meva obra, despullada de qualsevol funció pràctica i dels atributs de la vestimenta, esdevé una escultura artística autònoma, una projecció figurativa de l'univers espiritual de la creadora i, sobretot, un diàleg profund amb la civilització surrealista que transcendeix el temps i l'espai.

L'essència de la moda mai no ha consistit mai en continuar el cicle de les tendències dictades pels canvis estacionals, ni en servir de vehicle material per a la satisfacció de necessitats quotidianes. A parer meu, l'alta costura representa una de les formes supremes de l'art, una via creativa per alliberar-se de les cadenes de la realitat i assolir la llibertat espiritual. La roba, en el seu sentit mundà, està condicionada pel cos i el context, i exerceix una funció. Les meves creacions d'alta costura, però, han transgredit aquestes restriccions des dels seus començaments: no cal que s'adaptin a l'ergonomia real del cos, ni que es regeixin pels cànons estètics del dia a dia, ni molt menys que s'atinguin a la funcionalitat; la seva única missió consisteix a plasmar les reflexions definitives de la creadora sobre el món, la vida, l'esperit i el futur. Igual que l'obra artística de Dalí, la meva obra mai no ha reproduït la realitat, sinó que s'hi ha rebel·lat, erigint-se en representació onírica i profecia del futur. Mentre que Dalí va fer servir l'art surrealista per desmantellar les dimensions de la realitat i treure a la llum les veritats de l'inconscient, jo faig servir l'alta costura per desconstruir les fronteres de la vestimenta i construir un espai espiritual surrealista propi del context oriental. Malgrat que hem pres camins diferents, perseguim el mateix objectiu: alliberar-nos de la realitat i assolir un món espiritual etern.

La meva obra artística, vertebrada al voltant d'un univers natural misteriós, representa la màxima expressió de la meva concepció surrealista de la creació i un exemple paradigmàtic de com la moda s'allunya de la seva funció d'abillament per esdevenir art pur. L'obra subverteix per complet la lògica creativa de la vestimenta tradicional; ja no pren el cos com a referència, sinó que existeix com a escultura artística independent. Les formes vegetals que l'embolcallen i es despleguen trenquen amb les fronteres inherents entre el que és pla i el que és tridimensional, entre el cos i l'espai, i creen un espai natural immersiu que difumina els límits entre l'art i la natura, entre la moda i l'escultura. Les textures florals que predominen en l'obra no reprodueixen en absolut flors i plantes reals, sinó que reconstrueixen artísticament la vitalitat de la natura; es tracta d'imatges de vida que es manifesten en un paisatge oníric i no remeten a formes botàniques reals. L'ocell negre que es posa en aquest paisatge tampoc no representa un ésser viu real, sinó que encarna un símbol espiritual, un missatger que condueix a una dimensió espiritual més profunda. L'obra en conjunt mostra una construcció artística surrealista que no pertany al món real ni respon a cap necessitat mundana com vestir-se, sinó que es manté fidel únicament a l'expressió espiritual del mateix art. L'eix central que articula la meva obra és la idea que l'alta costura no és roba, sinó art que transcendeix la realitat; una creació espiritual que comparteix tradició amb l'art de Dalí i que apunta cap al futur.

La influència principal de l'estètica surrealista en la meva creació consisteix a haver-me proporcionat la llibertat creativa per transgredir totes les normes realistes, la qual cosa m'ha permès escapar per complet del marc imperant en el sector del disseny de moda i crear amb la perspectiva de l'artista pur. Dalí va dedicar tota una vida a trencar les cadenes de la raó, la lògica i la realitat. Els rellotges fosos, els objectes suspesos i els mons enigmàtics plasmats en les seves obres representen una rebel·lió contra l'ordre real, una exploració de l'inconscient, els somnis i allò desconegut. El seu esperit creatiu va redefinir totalment la meva percepció de l'art i em va ajudar a entendre que l'art veritable sempre està per damunt de la realitat i transcendeix els temps; el seu valor no rau en reproduir el present, sinó en profetitzar el futur i qüestionar l'eternitat. El surrealisme no és un simple element accessori pres de l'art occidental com a complement del meu sistema creatiu, sinó el llenguatge central amb el qual desconstrueixo la indumentària i reconfiguro l'art. He deixat de sentir-me supeditada a la lògica realista dels teixits, els patrons i l'artesania, i, en canvi, faig servir la imaginació com a pinzell i la moda com a llenç per combinar principis de la filosofia oriental (com el principi d'harmonia entre l'ésser humà i la natura i les reflexions sobre la vida i la mort) amb la narrativa onírica i l'exploració de la consciència pròpies del surrealisme, de manera que cada peça d'alta costura acaba per esdevenir una porta surrealista cap al món espiritual. A les meves creacions, l'univers natural misteriós no és un entorn real, sinó una projecció onírica; les imatges de vida no són calcs de la realitat, sinó símbols espirituals, i la meva obra en conjunt construeix un espai espiritual surrealista deslligat de la dimensió real, en consonància amb l'aspiració daliniana de transcendir allò real i assolir l'eternitat.

Gala, musa eterna de Dalí, va transcendir la identitat d'un personatge real per esdevenir símbol definitiu de l'art surrealista, mitjançant el qual l'ànima transcendeix el cos i l'esperit assoleix l'eternitat. Es va convertir en el nucli espiritual de l'obra de Dalí; el vincle espiritual que uneix realitat i somnis, el nostre món amb el més-enllà, i que confereix a l'art dalinià una profunditat espiritual atemporal. En la meva filosofia creativa, l'alta costura representa la meva «musa i ànima», condensa totes les reflexions sobre l'art, la vida i el futur que he tresorejat al llarg dels meus quaranta anys de carrera i constitueix l'exteriorització i la prolongació del meu món espiritual. Sempre he considerat que la creació artística veritable sorgeix de la simbiosi entre l'ànima de l'artista i la seva obra, un procés en què l'esperit assoleix l'eternitat a través de l'art. Aquesta obra d'alta costura surrealista suposa la materialització de la meva ànima, encarna el meu anhel per transcendir el món real, la meva aspiració eterna a la llibertat de la ment i la meva profecia definitiva sobre l'estètica del futur. De la mateixa manera que Gala va fer possible l'eternitat de l'obra daliniana, la meva obra plasma la meva convicció artística: alliberar la creació de

les restriccions de la realitat per convertir-la en vehicle atemporal que dialoga amb l'eternitat i entra en profunda ressonància amb els pilars del surrealisme.

Dalí va formular una «profecia del futur» visionària; considerava que la missió principal de l'art era alliberar-se de les restriccions de l'època, superar les fronteres del coneixement i assenyalar a la humanitat el rumb del futur espiritual mitjançant l'originalitat i la imaginació. Va afirmar que l'art veritable és superior a cap discurs mediàtic i a cap producció artística existent, i que posseeix una vitalitat eterna i atemporal. Una mirada al sector de la moda actual ens permet constatar que la successió ràpida de tendències, la creació comercial utilitarista i l'homogeneïtzació estètica han reduït la moda en gran part a un simple instrument del consumisme, privant-la del seu nucli espiritual i del seu valor futurista. Les meves creacions d'alta costura, però, sempre han dut a la pràctica la profecia del futur present en l'obra de Dalí: em nego a sotmetre'm a la lògica comercial del món real, em nego a cedir davant de les tendències estètiques mundanes; la puresa artística sempre ha estat el motor de la meva creació; l'alta costura com a art espiritual que transcendeix la realitat i apunta al futur. Aquesta obra, inspirada en un univers natural, es va brodar a mà durant mesos. Totes les textures i totes les imatges es van crear amb l'únic objectiu d'expressar l'espiritualitat, i sense la pretensió de servir de vestimenta a la vida real. El valor de la meva obra no rau en el reconeixement del mercat actual, sinó que, com a art surrealista, ofereix noves possibilitats per al futur de l'art de la moda: demostra que la moda es pot dissociar de l'essència de la indumentària per esdevenir una forma artística que copsa l'esperit i profetitza el futur. Aquesta és precisament la ressonància més important de la profecia de Dalí en l'àmbit de la moda.

El fil conductor que sempre ha articulat l'ideal de l'art, des de la poètica natural de l'*Ofèlia* de Millais, passant per l'univers espiritual misteriós del surrealisme de Dalí i fins a la meva mateixa creació, consisteix a rebutjar les definicions imposades per la realitat i transgredir allò mundà per assolir l'eternitat. Mentre que l'art clàssic occidental aborda la vida i la mort des d'una perspectiva poètica i el surrealisme desconstrueix la realitat a través dels somnis, la meva obra parteix de la filosofia xinesa i fa servir l'alta costura com a vehicle per aconseguir una interpretació oriental del surrealisme i una elevació de la dimensió artística. Les meves creacions d'alta costura mai no s'han reduït a una juxtaposició binària d'art occidental i oriental, sinó que construeixen un llenguatge surrealista propi d'Orient des d'una perspectiva artística que transcendeix la realitat, de manera que l'art de la moda reculli tant la imaginació del surrealisme occidental com la profunditat espiritual de la filosofia oriental.

El principal significat de l'art consisteix a crear una eternitat espiritual infinita en el món real finit. De la mateixa manera que Dalí va profetitzar amb el seu pinzell un futur en què l'art transcendia la realitat, jo faig servir l'alta costura per fer realitat la possibilitat que la moda esdevingui art espiritual. Aquesta obra d'alta costura, inspirada en un univers misteriós, és la meva interpretació figurativa del concepte creatiu de «l'alta costura com a art surrealista», a més d'una conversa espiritual que mantinc amb Dalí, Gala i tot l'univers surrealista més enllà de les fronteres civilitzatòries i temporals. Per mi, l'alta costura mai no ha estat roba: es tracta d'art que s'aparta de la realitat, una profecia orientada cap al futur, un vehicle etern del món espiritual humà. Aquesta és la meva interpretació més profunda i definitiva de la moda.



Guo Pei, *Alternate Universe*, col·lecció d'alta costura tardor-hivern 2019

Ruven Afanador

El surrealisme del que és màgic

Ruven Afanador és un fotògraf colombià nacionalitzat estatunidenc i resident a Nova York. És conegut per les seves fotografies de moda i retrats de personatges famosos, així com pels seus monogràfics aclamats, com *Torero*, *Sombra*, *Mil Besos*, *Ángel Gitano* i *Hijas del Agua*.

La conversa entre la moda i l'art, el surrealisme europeu i el realisme màgic llatinoamericà és un dels motius fonamentals que inspiren les meves imatges, en què, unes vegades com una dansa i altres com un acte teatral, explico històries que neixen més enllà de la meva ment, en aquell punt que el surrealisme va anomenar «automatisme psíquic pur» i que altres reconeixen en l'actualitat com l'inconscient.

Vaig néixer a Colòmbia i des de ben petit vaig sentir una curiositat enorme pel món que m'envoltava, un univers en què la màgia sempre va ser present, tant pel caràcter del meu país com per la tendresa de la meva mare i les meves germanes, que em van ensenyar, amb els seus actes, el poder de la bellesa i les diverses maneres d'exaltar-la i comunicar-la.

Em recordo molt jove, embadalit observant un fotògraf que il·luminava una imatge amb els seus pinzells i productes químics, i somiant amb construir-ne d'altres, mentre revisava les fotografies de moda i els concursos de bellesa als diaris i a les revistes i tot allò que tenia al meu abast. Entenia que la creació d'imatges estètiques, impactants i eloqüents és un procés en què el disparament és només un punt d'una llarga cadena de decisions, aquestes mateixes determinacions profundes, detall a detall, que, ja de gran, vaig identificar amb una admiració total en les obres de Salvador Domingo Felipe Jacinto Dalí i Domènech.

Tant la moda com l'art són un mecanisme d'expressió, de comunicació d'una manera particular de veure el món.

Igual que un maquillatge reflecteix la personalitat de l'individu que el porta, les eleccions que es fan darrere i davant de la càmera narren i, en els millors casos, generen una pregunta, visionen el futur...

Són certeses que he anat construint amb els anys d'ofici, però que he de reconèixer que es van consolidar com a pilars fonamentals de la meva creació, gràcies a l'estètica espanyola, les singularitats de la qual en la seva moda, la seva dansa, la seva música i els seus rituals, sobretot dins del món dels braus i el flamenc, em van atrapar. Va ser amb una passió que va aprofundir els meus vincles amb l'univers de Dalí, un creador que va fer dialogar les seves arrels amb el món, de les formes més diverses i profundes.

Poso de manifest aquesta manera de veure el món en aquesta peça en homenatge a Dalí, en la qual la moda, la *performance*, l'estilisme i les peces escultòriques de l'artista nord-americà Ray Smith estableixen un diàleg amb la llum i l'enquadrament, al servei d'un ritual estètic que aquí comparteix amb la meva gratitud, la d'un artista visual contemporani que es nodreix dia a dia de la font poderosa que és el món del surrealista per excel·lència.

Dalí, un alquimista de la imatge, que bevia de les fonts de la moda, la filosofia, l'art, la gastronomia, la música, la dansa, la biologia i la història, va consolidar obres que són passadissos a un univers en què la bellesa és clau i la intuïció, guia. En una coreografia que implica commoció... i reflexió. On les fronteres entre la màgia i la quotidianitat desapareixen per expandir els nostres sentits, que és l'objectiu principal que jo mateix m'he traçat amb la meva proposta artística.

Ruven Afanador, *Fue solo un instante cuando soñé que crecía como un gigante*, Nova York, 2026



Albert Serra

La clau de la lectura és sempre una ficció

L'any 2006, Serra va escriure, dirigir i produir el seu primer llargmetratge, *Honor de cavalleria*, que es va estrenar a la Quinzena dels Realitzadors del Festival de Canes d'aquell any. Des d'aleshores, totes les seves pel·lícules s'han estrenat a Canes, excepte *Història de la meva mort*, que va obtenir el Lleopard d'Or al Festival de Locarno l'any 2013. La seva filmografia més destacada inclou *El cant dels ocells* (2009), *El Senyor ha fet en mi meravelles* (2011), *La mort de Lluís XIV* (2016, Premi Jean Vigo), *Liberté* (2019, Premi Especial del Jurat de la secció «Un certain regard» de Canes) i *Pacifiction* (Premi Louis Delluc i dos Premis César). El 2023, el seu documental sobre una figura del toreig a Espanya, *Tardes de soledad*, va guanyar la Concha d'Or al Festival Internacional de Cinema de Sant Sebastià i el Premi Goya al millor documental. Actualment treballa en el seu nou llargmetratge, *Out of This World*.

Curiosament, la influència de Salvador Dalí va ser molt important per entendre com podia construir els personatges a les meves pel·lícules. Per dos motius importants. El primer fou la constatació que el «personatge» Dalí, que tothom deia que era diferent del Dalí real, era molt difícil de delimitar objectivament; és a dir, les fronteres on acabava aquest suposat personatge en permanent representació i on començava la «veritat» de la persona eren extremadament difuses, impossibles d'establir en la majoria dels casos. Això em va donar la idea que aquesta ambigüitat era més fascinant que no pas la claredat d'estar amb alternances només a davant de la persona o del personatge. A més, l'ambigüitat feia aparèixer una altra dimensió, la de l'actor, que és la persona amb la violenta vanitat de sentir-se observat i, per tant, amb la necessitat de controlar la seva pròpia imatge per utilitzar-la egoistament en benefici propi. Aquesta necessitat de control crea una tensió suplementària que aguditza la percepció de la persona i la fa més incisiva, més lúcida per aprofitar els desitjos latents dels altres. Al mateix temps, em vaig adonar que, des del moment en què qualsevol persona és capturada per una càmera, automàticament es converteix en «personatge»; és a dir, la clau de lectura és sempre una ficció, una construcció artificiosa de la persona posant-se a si mateixa en escena. Per tant, no calia omplir aquesta representació de significats prèviament establerts, ja que la nostra mirada sobre aquest contingut de ficció els genera automàticament a temps real; només es necessita un determinat grau de pressió perquè la persona esdevinguda actora per culpa de la mirada de la càmera generi una energia suficient per fer emergir el personatge, que és sempre el que sobresurt de la inanitat i l'anestèsia de la vida quotidiana. El segon motiu que vaig descobrir en Dalí, a través de les retransmissions televisives, va ser la curiosa barreja que emanava de la seva persona, al mateix temps d'extrema espontaneïtat genuïnament innocent (ell sempre escoltava el seu interlocutor i responia a la pregunta concreta... un gran do d'actor!) i d'extrema artificiositat ampul·losa, en els gestos, la manera de parlar, la inversemblant barreja d'anècdota i categoria, etc. També en la seva peculiar manera de vestir, artificialment afirmativa i alhora naturalment irònica, sempre. Aquesta unitat impossible a temps real es va convertir per a mi en un ideal, i de seguida vaig estudiar com recrear-la en qualsevol circumstància amb l'actor que no la tenia de natural com el geni de Figueres. La manera més simple fou trobar una metodologia per destruir la possibilitat que l'actor pogués controlar la seva imatge i així esdevingués molt vulnerable i, per consegüent, un altre cop innocent. La utilització de tres càmeres en angles oposats en preses molt llargues ja va crear aquesta indefensió, perquè ningú pot tenir tant de control sobre el seu cos i el cervell durant un període llarg de temps per saber exactament el que està oferint a les tres càmeres. La fatiga mental, perduda tota esperança de control, es convertia en generador d'innocència. Al damunt d'això, hi vaig afegir la incomunicació amb els actors i l'absoluta falta de respecte moral pel que aquests són i pel cinema com a forma artística en general. Aquesta actitud m'autoritzava a posar-los en situacions artísticament impossibles o inversemblants sense cap tipus de vergonya i a desentendre'm del seu sofriment a causa de la seva impotència creativa. Però, com s'ha vist, tota imatge amb la suficient energia esdevé ficcional i, fins i tot, icònica, per més absurd i artificial que sigui el context en què s'ha generat. Llavors ja teníem la quadratura del cercle, espontaneïtat i artifici extrem junts amb absoluta organicitat, gràcies a l'inimitable exemple de l'únic i irrepetible Salvador Dalí.

Albert Serra, De l'obra *Singularity* per a la Documenta 13 de Kassel



«La nostra guitarra de taló fa servir el mateix impuls de Dalí i el redirigeix gràcies a la interpretació postpunk, pop i feminista: un accessori esdevingut arma que és alhora sabata, escultura, instrument i broma»

Entrevista a Chicks on Speed

Chicks on Speed (CoS) és el col·lectiu artístic feminista cofundat a Múnic el 1997 per Alex Murray-Leslie i Melissa Logan. La seva activitat combina el pop electrònic, el vestuari crític, el disseny d'instruments centrats en el cos, l'ARTivisme i la *performance* telemàtica i de *streamart*. Entre les seves membres principals actuals hi ha Kathi Glas (creadora de vestuari crític i practicant del SEWTEXT), Unnur Andrea Einarsdóttir (artista visual i productora de música pop islandesa), l'artista i filòsofa Sophia Efstathiou, l'activista *drag* Kangela Tromokratisch i les estudiants de belles arts de nova generació Tor-Ada Solberg i Mimmi Feuer. Alex Murray-Leslie, arquitecta artística principal de CoS i professora de *Performance* Digital a l'Acadèmia de Belles Arts de Trondheim de la NTNU (Noruega), és pionera de la utilització de calçat millorat per ordinador com a espai d'anàlisi audiovisual feminista; la seva recerca artística sobre instruments musicals creats a partir de sabates per a *pole dance* i interpretació aèria amplia la metodologia fundacional *Objektinstrument* de CoS cap a nous territoris coreogràfics i sonors.

Són molt més que un grup musical: una «banda d'art» totalment multidisciplinària i connectada amb el batec del present. En àmbits com la intel·ligència artificial i les noves tecnologies, o els laboratoris de moda, la filosofia, les publicacions feministes, el *drag* i el *queer*, i les formes comunitàries de creació, fa trenta anys que Chicks on Speed arboren la bandera de l'avantguarda, amb punts en comú amb els moviments dadaista i surrealista. Els seus instruments musicals *ready-made*, com la guitarra de taló, en són la mostra més evident.

Alex Murray-Leslie i Anat Ben-David interpreten «Girl Monster» amb la *E-Shoe*, vestides amb malles senceres de Peggy Noland, 2006



DALÍ NEWS

Molts surrealistes, des d'André Breton fins a figures discrepants del moviment, van defensar amb insistència l'ambició d'eliminar la distinció entre art i vida. La vostra pràctica també dilueix els límits entre producció artística, activisme i estil de vida. La vostra feina es podria entendre com una continuació de l'ideal d'«art total»?

CHICKS ON SPEED

Des del començament, la meva recerca artística, juntament amb la pràctica artística individual de totes les membres, s'ha desenvolupat a través d'un sintetitzador gegantí i els canals de Chicks on Speed, on el projecte paraigua comú són les nostres pràctiques experimentals en intel·ligència performativa i tecnologies DIY. L'art físic, l'*streamart* híbrid i la *performance* telemàtica s'entrellacen amb el vestuari crític, la música, allò analògic/digital, les consignes pop, la filosofia aplicada i la recerca com a processos interdependents que s'afecten mútuament de manera improvisada i en temps real. Al llarg de gairebé trenta anys, tots els elements polimòrfics de la *performance*, totes les peces tèxtils serigrafiades, tots els moviments i tots els instruments musicals centrats en el cos han anat afegint capes a aquest llenguatge compartit i intercultural, a tall de collage pluridimensional format per mostres que responen a l'exterior constantment i reelaboren l'interior mitjançant una manera de pensar de tres-cents seixanta graus (Intel·ligència Artística).

Davant del desordre actual de la política internacional i els desafiaments als quals el nostre món ha de plantar cara, cada nova iteració de CoS construeix noves parts en resposta a aquestes pressions i ambients socials canviants, de manera que tot el projecte funcioni com un exemple de recerca en directe i en curs. Aquesta recerca en directe també començarà a transcendir la formació original a mesura que els coneixements vagin passant a les Chicks on Speed de la NOVA GENERACIÓ, i mitjançant un procés de càstings en directe, un grup de clons es farà càrrec de la manera de ser i d'actuar al món de la *Gesamtkunstwerk* de CoS, la qual cosa permetrà noves trobades de grup i noves col·laboracions, sense fronteres, transgeneracionals i amb les seves errades tècniques, amplificant les estratègies compartides de Chicks on Speed al segle vinent, per continuar imaginant i traduint la feina fins que comencin a sorgir universos nous i bells per a tothom.

El que la cofundadora Melissa Logan, les col·laboradores de tota la vida Kathi Glas, Anat Ben-David i Tina Frank, i jo vam crear dins i fora de l'escenari a començaments de la dècada del 2000 continua present com a base de les nostres actuacions, com a manera estètica transformada, però es torna a expressar contínuament com si fóssim també baules d'una llarga cadena *queer*-feminista amb noves col·laboradores com ORLAN, Leslie Johnson, Sophia Efstathiou, Unnur Andrea, les alumnes de l'Acadèmia de Belles Arts de Trondheim Tor-Ada Solberg, Sofia Reznichenko i Mimmi Feuer, i l'activista *drag* grega Kangela Tromokratisch. Plegades continuem construint damunt d'aquests fonaments, tocant els instruments sabata amb diversos gestos i bancs de filtres, reciclant teles i vestuari, de manera que la nostra feina creixi com una composició duracional, no lineal i sostenible, més que com una sèrie de fils aïllats. A Chicks on Speed, això sempre ha volgut dir que ser una «banda artística» és més que un experiment musical pop; és també ser un col·lectiu artístic, un laboratori de moda, una plataforma editorial que fomenta les actituds i les obres d'artistes *queer*, *drag* i feministes, i un experiment comunitari sobre com viure i col·laborar a llarg termini.

Existeix, sense cap dubte, la motivació de continuar desdibuixant la distinció clara entre l'art i la vida, però ho entenc menys com una consigna romàntica i més com un mètode quotidià de resposta al present. Per mi, l'art té la capacitat de permetre el canvi perquè el món sigui millor: si qualsevol pot ser artista, qualsevol pot aprendre dels mètodes d'intel·ligència artística, imaginar narratives diferents allunyades del cercle nostàlgic actual i de l'apogeu del feixisme, i començar a modificar la nostra manera de conviure. A mesura que totes aprenem a aprofitar la intel·ligència artística i fer servir els seus mètodes, podem suscitar un canvi col·lectiu artístic de caràcter dràstic.

DN

El dadaisme va adoptar l'absurd, mentre que el surrealisme va explorar amb freqüència les identitats fragmentades, les màscares i els dobles. A les vostres actuacions, les identitats també es presenten com a modulars i mutables, i la vostra feina s'ha relacionat amb aquests moviments. Consideres que es tracta d'un diàleg conscient amb aquestes avantguardes o més aviat d'una resposta determinada pel context cultural postinternet?



E-Shoe, de Chicks on Speed (Alex Murray-Leslie) i Max Klbardin (electrònica d'Alex Posada, accessoris de Mark Monzo i Alex Murray-Leslie), amb el suport especial de Craft Australia i hangarcru, 2012, fotografia de Gilmar Ribeiro

COS

Considero que hi ha un diàleg tant conscient com inconscient amb el dadaisme/surrealisme, i Elsa von Freytag-Loringhoven és un vincle determinant entre aquestes històries i el que fem nosaltres.

Per mi, el dadaisme, el surrealisme, els situacionistes i Fluxus van ser els primers moviments que de debò van tenir importància; sempre han estat l'embolcall estructural i la trama de la nostra feina, i desentranyar una avantguarda de l'ara forma part del nostre pla mestre. El surrealisme adquireix una nova urgència en una època de creixement del feixisme, quan moltes expressions artístiques es reprimeixen i la llibertat d'expressió/política es castiga o se silencia. Aquesta mena de vigilància provoca que una part de l'activisme s'hagi d'incorporar a materials, personalitats emmascarades o ritmes d'una cançó reproduïda a diverses velocitats, per evitar els algoritmes de rastreig; per confondre, rebutjar i emprar metàfores confeccionades amb deteniment, i no cridades de manera evident, la qual cosa en determinats països pot suposar la vida o la mort.

Elsa von Freytag-Loringhoven té una importància especial per a nosaltres, perquè mostra com es pot fer això simultàniament al nivell del llenguatge i de l'objecte. Molt abans dels *ready-mades* canònics, ella ja tractava objectes trobats, la confecció DIY i la poesia com una pràctica artística holística, fent servir frases concises i incisives, collages i «brossa poètica» per embolicar significats complexos i amb diversos nivells. D'una certa manera, nosaltres hem dut les seves estratègies a la música pop: a les nostres cançons recorrem a consignes, frases retallades i combinacions breus de paraules com una mena de *ready-made* lingüístic, una cosa que sembla senzilla i divertida a la superfície, però que conté diverses capes de referències, sobreidentificació i crítica. La cançó pop esdevé una estructura *ready-made* per subvertir i fer servir per a la recerca artística, una cosa que la Sophia Efstathiou i jo hem batejat enguany com a «cançó de recerca», de la mateixa manera que l'Elsa va fer servir el poema com a laboratori del pensament, la sexualitat i la resistència.

Des del punt de vista visual, també hi ha afinitats clares. Els *alter ego* teatralitzats de l'Elsa, el fet que emprés materials trobats, els auriculars com a contramonuments o les siluetes no conformes amb el gènere anticipen el nostre interès en el vestuari surrealista pop: combinacions de colors que semblen ficades de pota, la juxtaposició de teixits estampats serigrafiats, objectes *ready-made* convertits en instruments per a l'actuació *queer-drag*-feminista (com la nostra guitarra sabata de taló) i vestits que s'emmotllen al cos, es neguen a ser pràctics i provoquen que et moguis amb matusseria. Quan sortim a l'escenari amb aquest vestuari crític, amanit amb sabates musicals i fons de croma de *streamart* que gairebé semblen de somni, edificis especulatius d'altres mons, ens encanta estar en aquell espai de llibertat, oferir una col·laboració i una alegria reflexives i desafiants a totes les que són damunt de l'escenari i a les nostres espectadores, que no van només a observar amb passivitat, sinó que són cocreadores, que acaben les obres. Amb tot això no tan sols ens fem ressò dels imaginaris surrealistes, també habitem aquest espai del «*ready-made* vivent» del qual l'Elsa va ser pionera: el cos com a collage, la roba com a manifest, la *performance* com a escultura en moviment.

Alhora, el context postinternet determina la nostra identitat de maneres que ni l'Elsa ni els surrealistes històrics no haurien pogut anticipar per complet. Les nostres identitats modulars, canviants i emmascarades, que es mouen pels espais liminars existents entre banda artística, grup de recerca i branca ARTivista, es mostren constantment en pantalles, emissions en directe i mitjans creuats. Les màscares i els dobles no són només recursos teatrals, sinó també respostes a una cultura en què de manera constant se'ns categoritza, se'ns arxiva i se'ns organitza algorítmicament. Per tant, quan juguem amb la fragmentació, els avatars i els *alter ego*, dialoguem amb el dadaisme i el surrealisme, però també donem la rèplica al tecnocapitalisme: demostrem que les identitats es poden remesclar d'acord amb els nostres termes propis i no tan sols mitjançant les interfícies corporatives de les grans tecnològiques.

Tot això té com a rerefons una violència molt concreta: genocidis, règims fronterers, la «violència lenta» de l'enfonsament climàtic. Com els surrealistes que treballaven sota règims autoritaris, fem servir lògiques utòpiques, juxtaposicions desorganitzades, ludificació i objectes simbòlics per fer que la crítica avanci en entorns hostils. Penso en aquest cas en els artistes del Líban, Egipte, Palestina, l'Iran i tota l'Àsia occidental que recorren, des de fa molt de temps, a l'«esteganografia» carregada d'ironia, a l'al·legoria i a les imatges quotidianes surrealistes per obrir-se pas entre la censura i l'opressió, i parlar de guerres imperialistes, règims malvats i ocupacions de maneres que el públic (g)local pugui entendre i que transmetin la informació, però que siguin més difícils de controlar. Penso en aquest cas en artistes comparables com Abosahar i els seus paisatges sonors, durs i «trobby», construïts a partir de material barat i malmès, i de referències folk distorsionades, que també fan de soroll polític i amplifiquen el caos i la precarietat provocats per aquests mateixos règims, i alhora introdueixen de contraban energies subversives a les pistes de ball del Caire. D'altra banda, la tasca d'artistes com el polifacètic AATMA, Mohammad Bayesteh o Mohamed A. Gawad, i el nostre propi gir cap a estratègies surrealistes, ja sigui amb les sabates musicals, els *Objektinstruments* o els vídeos musicals, formen part de la nostra gamma d'eines més àmplia i expliciten la solidaritat amb els pobles oprimits de Gaza, Palestina, el Líban, l'Iran, l'Afganistan i qualsevol altre lloc, en contra del complex militar industrial.

Així doncs, diria: sí, la nostra feina manté un diàleg deliberat amb aquestes avantguardes històriques (per reinventar-les) i sobretot amb algú com Elsa von Freytag-Loringhoven, però el diàleg es forja sota l'òptica de la vida postinternet, l'ARTivisme i les lluites contemporànies. La cançó pop, el vestuari i la imatge surrealista esdevenen llocs en els quals aquestes històries i les nostres multicrisis actuals se superposen, «realitats» variades que s'encavallen, xoquen, aprenen i generen nous imaginaris, experiments de pensament, transformacions per viure i actuar en solidaritat, en comunitat, en aquest moment.

DN

A més d'hibridar art, música i tecnologia, les vostres actuacions incorporen altres disciplines com, per exemple, la moda. Quin paper té la moda en la vostra identitat artística? El que al començament semblava arrelat a l'estètica *punk* us ha dut, passat el temps, a col·laborar amb dissenyadors de gran visibilitat i *mainstream* com Karl Lagerfeld, tot i que sovint de manera fortuïta o irònica. Podries reflexionar sobre aquesta trajectòria i sobre com entens ara la relació entre la moda i la vostra feina? Quin lloc ocupa en aquest moment?

«El dadaisme, el surrealisme, els situacionistes i Fluxus van ser els primers moviments que de debò van tenir importància; sempre han estat l'embolcall estructural i la trama de la nostra feina, i desentranyar una avantguarda de l'ara forma part del nostre pla mestre. El surrealisme adquireix una nova urgència en una època de creixement del feixisme, quan moltes expressions artístiques es reprimeixen i la llibertat d'expressió/política es castiga o se silencia. Aquesta mena de vigilància provoca que una part de l'activisme s'hagi d'incorporar a materials, personalitats emmascarades o ritmes d'una cançó reproduïda a diverses velocitats, per evitar els algoritmes de rastreig; per confondre, rebutjar i emprar metàfores confeccionades amb deteniment, i no cridades de manera evident, la qual cosa en determinats països pot suposar la vida o la mort».

CoS

La moda sempre ha format part de la nostra identitat artística i, amb el temps, hem passat d'aquest «aspecte *punk*» a utilitzar la roba com a instrument de recerca i superfície per al llenguatge. Dins del grup és fonamental la tasca de Kathi Glas com a constructora de vestuari crític i artista de *performance*: amb la seva tàctica SEWTEXT, literalment «cus text», imatges d'alt contrast i lemes en peces de roba i obres tèxtils amb aplics, sigui una consigna o la cara de Francesca Albanese, de manera que la moda esdevé una interfície portable per a l'ARTivisme.

Vaig aprendre molt treballant amb Karl Lagerfeld, ja que va qüestionar per complet la meva manera d'entendre l'autoria, el bràndin i la col·laboració. Externament, era el rostre de la casa Chanel, però dins de l'estudi vam veure treballar un col·lectiu d'una destresa i un talent increïbles: perruquers, artesans, creadors d'imatge, estilistes musicals, tots cocreant aquesta anomenada «visió singular». Quan vam passar temps al seu estudi secret darrere de la llibreria L7 de París, treballant en la portada del nostre disc *Fashion Rules* i en el reportatge «The Music Looks Better With You» de *V Magazine*, ens vam adonar que la mitologia del geni solitari no era la realitat d'aquell ecosistema animat, apassionant, creatiu i interdependent. Aquella experiència es va traslladar directament a Chicks on Speed: la idea del col·lectiu artístic com a estudi ampliat on la música pop, la moda, la gràfica i la *performance* es creen de manera conjunta en temps real, on les diverses habilitats es valoren per igual i on juguem conscientment amb la superfície de la nostra «banda com a marca» mentre mostrem que sempre hi ha al darrere un grup de gent increïble que fa que les coses passin juntes, gràcies a la generositat, la reciprocitat i la cura dedicades a l'acte creatiu.

DN

A la «predicció futura» publicada a la revista *Nugget*, Salvador Dalí va imaginar sabates de taló musicals fetes amb banyes de rinoceront. La similitud entre aquesta idea i la vostra «guitarra de taló», creada arran de la cançó «We Don't Play Guitars» (2003), és sorprenent. Com entens la relació entre l'instrument imaginat per Dalí i el vostre?

CoS

Veure el calçat conceptual de Dalí va ser meravellós! No entenc la nostra guitarra de taló com una citació directa a les sabates de taló de rinoceront de Dalí, sinó que més aviat hi veig una mena de *rememòria*: dos moments en què l'especulació surrealista se solidifica en forma d'instrument que pot existir al món. La sabata imaginada per Dalí condensa el desig, el perill i la «geometria divina» en un únic objecte impossible, i, per la seva banda, la nostra guitarra de taló per a «We Don't Play Guitars» fa servir el mateix impuls i el redirigeix gràcies a la interpretació postpunk, pop i feminista: un accessori esdevingut arma que és alhora sabata, escultura, instrument i broma. En aquest sentit, la relació no és d'influència lineal, sinó de mètode compartit, en utilitzar un objecte híbrid i absurd per pertorbar la manera en què se suposa que la música, els cossos i el gènere han d'encaixar, i la guitarra-taló esdevé una manera d'escoltar històries del passat com la de Dalí, mentre la manera en què viuen i sonen en el present es remodela activament.

DN

A més de la guitarra de taló, heu creat altres instruments o escultures sonores (*Objektinstruments*) que han arribat a ser distintius de la vostra manera de treballar. Ens podries dir quins consideres que en són més representatius i quin va ser el seu origen?

CoS

La mateixa lògica persisteix a la meva recerca sobre el calçat millorat per ordinador (CEF, per les seves sigles en anglès), en què el disseny d'instruments relacionats amb els peus no es pot desembullar de les escenes, els cossos i els mons híbrids de Chicks on Speed i les col·laboradores que els activen. El primer instrument-sabata va ser la guitarra sabata de taló (2003), que es va crear per necessitat, per fer front al solo de guitarra de rock molt masculí i per servir com a eina d'empoderament centrada en el cos quan tocàvem el nostre tema «We Don't Play Guitars».

A la meva tesi doctoral va sorgir tota una taxonomia d'*Objektinstruments* i prototips de CEF, des del preprototip BipedShoes fins a les diverses generacions de calçat millorat per ordinador per al ball aeri (no funcionen a terra), sempre tractant la sabata com a suport i també com a interfície, una manera de «decrear» el taló i reinscriure'l com a instrument audiovisual feminista centrat en els peus i pensat per als peus. Per exemple, al CEF prototip 1 es van col·locar sensors sense fils a un taló imprès amb 3D i unit a un cos superior de sabata dissenyat per Bruno Magli/Max Kibardin, de manera que els gestos aeris del peu poguessin controlar en temps real el so sintetitzat amb FM, mentre que les versions posteriors van arribar a incloure les sabates de *pole dance* per a la ballarina trans Marla Bendini, els experiments subaquàtics i els mitjons de dits amb sensors d'elasticitat, pensant sempre en com el so coreografiat, el vestuari i els gestos podien convergir en una *Gesamtkunstwerk* teatral.

DN

La vostra feina ha conjuminat de manera constant ironia, crítica i rebel·lió, segons es comprova en àlbums com *Utopia* (2014) i el més recent *Heartopia* (2025). Al vídeo de la cançó «Synthesize», d'aquest darrer disc, apareixen imatges de la guerra de Gaza procedents d'informatius televisius, al ritme d'una música electrònica molt ballable. Com descriuries aquesta modalitat particular de crítica que desplegueu?

CoS

La nostra modalitat de crítica a «Synthesize» parteix de situar la música pop i el llenguatge institucional dins d'un mateix marc, renunciant a resoldre la tensió entre ambdós. Vam escriure «Synthesize» la Melissa i jo, juntament amb Christopher Just i Armageddon Turk. El lema central de la cançó, «beautiful, sustainable, together» ('bell, sostenible, junts'), s'ha extret directament del llenguatge de la Nova Bauhaus Europea, una expressió que recollia els valors visionaris i comunitaris de la Unió Europea. La cançó es pregunta què signifiquen aquests valors i en què podria convertir-se Europa: en l'esperit del pensament postnacional de la filòsofa Rosi Braidotti, contempla la possibilitat d'una Europa postnacional.[1]

«Bell, sostenible, junts» ha deixat d'escoltar-se com un pop decoratiu i innocent i ha començat a sonar com l'eslògan d'una societat de dues cares que necessita confrontar-se amb ella mateixa, com una invitació perquè Europa imagini i doni forma a un nou futur, interdependent, inclusiu i obert a totes les persones i cultures. El ganxo de la cançó, extret de la Nova Bauhaus Europea, es converteix en una mena d'uròbor lingüístic: un bucle en què un eslògan progressiu es replega sobre si mateix, qüestiona les seves pròpies condicions i es transforma en una crida a l'acció.

Vaig conèixer Saif Abukeshek i vaig formar part del nombrós grup d'artistes, metges, advocats i agents socials que es van unir a la Marxa Global cap a Gaza (avui, Moviment Global cap a Gaza) que va culminar al Caire i que pretenia arribar fins a la frontera de Rafah per portar ajuda humanitària i pressionar Egipte i altres governs perquè posessin fi al bloqueig i al genocidi en curs contra la població de Gaza, a Palestina. Després d'aquesta missió, vaig continuar col·laborant amb el grup Global Sumud Flotilla i vaig donar suport a la primera missió de la flotilla juntament amb els meus col·legues Susan Abdallah i Bassam Hussein. Bona part de les imatges del vídeo «Synthesize» provenen d'aquest context: material enregistrat pels companys a bord de les embarcacions, la meva pròpia documentació del Caire quan la policia egípcia ens va aturar al control d'El-Arix i va frustrar a la pràctica la marxa, juntament amb imatges obtingudes de plataformes de xarxes socials, com les de l'artista Seun Kuti, que vaig poder utilitzar després de demanar permís.

Contraposar aquestes imatges amb l'ús crític de les consignes pop del tema electrònic no pretén convertir l'atrocitat en quelcom «cool», sinó rebutjar la comoditat de la separació. El ritme convida a escoltar i, al mateix temps, les imatges t'empenyen a mirar i a prendre partit davant la violència i la complicitat que s'hi perpetren. Es podria descriure com una postura ètica estètica, una negativa a reduir vides complexes a postures fàcilment consumibles i un compromís amb l'acte de mirar, fins i tot quan les institucions —ja sigui la UE, el món de l'art o d'altres— preferirien que miréssim cap a una altra banda. El ganxo de la cançó, extret de la Nova Bauhaus Europea, es converteix en una mena d'uròbor lingüístic, un bucle en què un eslògan progressiu acaba menjant-se a si mateix i deixa al descobert la bretxa entre el bràndin i l'acció.

També entenc aquesta manera de fer crítica a través de les tradicions surrealistes que vinculen les metàfores artístiques amb la resistència. Hi ha una llarga tradició d'artistes que han fet servir l'humor, la sàtira i el pop per plantar cara al feixisme i a l'autoritarisme, que s'han rigut a la cara del poder, han desemmascarat l'absurd de la propaganda —com el grup Laibach o els performers amb vestits inflables que es van enfrontar a l'ICE a Minneapolis— i han recorregut a frases encomanadisses per introduir contingut crític a la vida quotidiana. Les nostres estructures pop, els ganxos que fem servir i el mostreig documental filmic s'inscriuen en aquesta tradició. Intentem pensar amb imatges (Busch, 2026), no com a elements decoratius, sinó com a petits actes d'ARTivisme: propostes visuals que vehiculen anàlisi, memòria i dissidència fins a l'espai públic, on poden desestabilitzar amb discreció. No hi són per anestesiar, sinó per fer que la gent s'obri, per fer lloc a imatges i converses incòmodes en entorns (continguts multiplataforma, llistes de reproducció i festivals) on el contingut polític sovint queda invisibilitzat pels algoritmes o és censurat.

1. Rosi Braidotti, *Post-Nationalism*, Berggruen Press, 2026.

«Treballar amb Karl Lagerfeld va qüestionar per complet la meva manera d'entendre l'autoria, el bràndin i la col·laboració. Externament, era el rostre de la casa Chanel, però dins de l'estudi vam veure treballar un col·lectiu d'una destresa i un talent increïbles. Aquella experiència es va traslladar directament a Chicks on Speed: la idea del col·lectiu artístic com a estudi ampliat on la música pop, la moda, la gràfica i la *performance* es creen de manera conjunta en temps real, on les diverses habilitats es valoren per igual i on juguem conscientment amb la superfície de la nostra "banda com a marca" mentre mostrem que sempre hi ha al darrere un grup de gent increïble que fa que les coses passin juntes, gràcies a la generositat, la reciprocitat i la cura dedicades a l'acte creatiu».



E-Shoe, de Chicks on Speed (Alex Murray-Leslie) i Max Kibardin (electrònica d'Alex Posada, accessoris de Mark Monzo i Alex Murray-Leslie), amb el suport especial de Craft Australia i hangar.org, 2012, fotografia de Gilmar Ribeiro

Per tant, descriuria la nostra modalitat de crítica com una insistència a preservar intacta la complexitat: utilitzar les eines del pop, la diversió, el ritme, la bellesa i la moda per fer arribar significats incòmodes i complexos, i recórrer a un mitjà aparentment lleuger com és la música pop per connectar aquestes veritats amb les lluites reals sobre el terreny. És una manera d'afirmar que la música pop i la resistència no són contraris, i que ballar amb algú altre també pot inscriure's en una cultura del rebuig seriosa i espontània.

DN

Alguns artistes surrealistes, com Salvador Dalí, van acabar esdevenint figures mediàtiques. De la mateixa manera, vosaltres practiqueu l'automitologització i la cultura pop. Com funciona aquesta estratègia a tall de crítica institucional i de quina manera es pot interpretar també com una modalitat d'adaptació o supervivència dins del capitalisme cultural?

CoS

Sempre hem recorregut a l'automitologització per mostrar com es fabriquen les identitats pop i, alhora, piratejar aquests mecanismes per a la nostra supervivència subversiva personal. Veure Dalí en un concurs televisiu o pintant un vestit amb esprai per mostrar com funcionen els budells, amb tanta teatralitat i intel·ligència descarada, va ser part de la meva formació, em va ensenyar que un artista pot convertir els mitjans de comunicació en una *performance*, amb la mateixa força que les tàctiques de grups com The KLF, el «manual» del qual tractem bàsicament com un model. En aquest sentit, Chicks on Speed es va construir des del començament com una mena de mite guionitzat: una «banda falsa» muntada a partir de logotips, vestits, entrevistes escenificades i, més endavant, discos, recorrent a la «banda com a marca» a tall de crítica institucional i també de conjunt d'eines pragmàtiques per obrir-se camí pel capitalisme cultural i sobreviure dins seu alhora que ens «veníem» o potser no.

L'esquelet a l'armari

Rosalind McKever

La doctora Rosalind McKever és conservadora de Pintura i Dibuix al Victoria and Albert Museum (V&A) de Londres i especialista en art europeu modern. Al V&A ha comissariat exposicions com «Schiaparelli: Fashion Becomes Art» (2026) i «Fashioning Masculinities: The Art of Menswear» (2022), a més de ser autora del llibre *Vanessa Bell: Modern Living* (Thames and Hudson, 2025). Ha estat investigadora resident a la National Gallery de Londres i al Metropolitan Museum of Art de Nova York.

Segons Salvador Dalí, al taller d'Elsa Schiaparelli es produïen «nous fenòmens morfològics»: la transsubstanciació de l'essència de les coses gràcies als dissenys de moda. Però què succeeix quan aquestes obres d'art, com l'icònic *Vestit esquelet* que van crear junts l'any 1938, passen a formar part d'un fons de museu en comptes d'un fons d'armari? Rosalind McKever, comissària de «Schiaparelli: Fashion Becomes Art» (V&A), explica en aquest article com el poder transformador de les peces de vestir no només es conserva, sinó que es multiplica i es projecta cap al futur, gràcies al fet de convertir el museu en un gran aparador amb unes característiques molt particulars.

Entre les reflexions sobre els fets del 1935, la seva manca d'interès per la política i la seva «mania de vestir elegantment», els pensaments de Dalí es van dirigir cap a les noves instal·lacions parisenques de la dissenyadora de moda Elsa Schiaparelli. El 21 de la Place Vendôme, que aplegava el seu saló d'alta costura i la seva *boutique* Schiap Shop, es va fer famós pels seus aparadors cridaners. Els seus protagonistes eren les mascotes articulades de fusta de la creadora, Pascal i Pascaline, convertides en maniquins i col·locades de manera jogassera per Bettina Bergery, qui havia presentat Dalí i Schiaparelli. Dalí, que per la seva banda el 1936 va dissenyar un aparador dels grans magatzems novaiorquesos Bonwit Teller en un estil completament surrealista, era molt conscient del potencial transformador de la moda i la manera de presentar-la. En la seva autobiografia, continuava dient: «Aquí [a Schiaparelli] es van esdevenir nous fenòmens morfològics; aquí l'essència de les coses anava a transsubstanciar-se; aquí les llengües de foc de l'Esperit Sant de Dalí anaven a baixar».[1]

La moda va constituir un factor de fascinació per a Dalí i molts artistes i escriptors de la seva generació precisament per la seva capacitat de canviar qui la duia, de fora cap endins. La naturalesa metamòrfica de la roba de Schiaparelli també va cridar l'atenció d'un amic i col·laborador de tots dos, el poeta, dramaturg i artista Jean Cocteau. En un article publicat el 1937 a *Harper's Bazaar*, Cocteau caricaturitzava el taller de Schiaparelli com «un laboratori del diable». I afegia: «Les dones que van a aquest indret cauen en un parany i en surten emmascarades, disfressades, deformades o reformades, en funció del caprici de Schiaparelli».[2] Tant Cocteau com Dalí hi volien participar. Amb Schiaparelli van produir peces de roba amb brodats anamòrfics i estampats amb *trompe-l'œil*; van transformar ulls en afiblalls i discos de telèfon en polvoreres.

Dalí va treballar amb Schiaparelli a la seva fantàstica col·lecció d'estiu del 1938, inspirada en el circ i presentada com un espectacle enlluernador. Junts van crear el *Vestit esquelet*, amb ossos embuatats i encoixinats que es marcaven en un crepè negre, les cremalleres visibles del qual, al costat i a l'espatlla, permetien ajustar la tela a la pell. En retrospectiva, es pot apreciar que Dalí ja veia com l'ombra de la guerra planava en aquells anys, tot i que l'esbós que va fer del vestit no és macabre en absolut. A sota del dibuix a tinta d'esquelets que posen com a models de moda es llegeix una dedicatòria distesa a la «chère Elsa: Aquesta idea dels ossos per fora m'agrada enormement».

La dona que es va embotir en aquell vestit tan ajustat va ser l'actriu estatunidenca Ruth Ford, que treballava tant a pel·lícules de Hollywood com a Broadway, i les peces de Schiaparelli de la qual eren costejades —com en el cas de Gala Dalí— pel mecenes britànic Edward James. Ford formava part del grup de dones dels escenarisi l'espectacle que tenia feblesa per Schiaparelli, entre les quals hi havia també Mae

> Res no és, en efecte, més tràgic i inútil que la moda, i [...] la guerra que aviat esclataria i liquidaria les revolucions de postguerra era simbolitzada, no pas per les polèmiques surrealistes del cafè de la plaça Blanche, [...] sinó per l'establiment de modes que Elsa Schiaparelli es disposava a inaugurar a la place Vendôme.
>
> —Salvador Dalí, *La vida secreta de Salvador Dalí*, 1942

Vista de l'exposició «Fashion: An Anthology by Cecil Beaton», celebrada en el V&A Museum, Londres, 1971



1. Salvador Dalí, *La vida secreta de Salvador Dalí* (1942). A *Obra completa*, vol. I, *Textos autobiogràfics 1*, Destino, Fundació Gala-Salvador Dalí, Barcelona, Figueres, 2003, p. 801.

2. Jean Cocteau, «From Worth to Alix», *Harper's Bazaar*, vol. 70, núm. 2693, març de 1937, p. 128–129, 143, 172; esp. p. 172.

West, Marlene Dietrich, Katharine Hepburn i Joséphine Baker. Quan s'havien de vestir per a l'escenari, el plató de rodatge o el carrer, aquestes dones tenien claríssim el poder que la indumentària els atorgava a l'hora de presentar-se i transformar-se.

Es pot dir el mateix de les surrealistes que es vestien de Schiaparelli, entre elles l'artista italoargentina Leonor Fini i l'artista argentinobritànica Eileen Agar. Aquesta darrera recordaria: «Les dones surrealistes, fossin pintores o no, [...] eren elegants i vestien amb estil, preocupant-se per la roba i el seu entorn, per molt estranys que fossin els interiors. [...] La nostra juxtaposició d'un vestit de Schiaparelli i una conducta o una conversa escandaloses era senzillament una manera de dur les creences del surrealisme a l'existència pública».[3]

Si les dones surrealistes es van posar al costat de la moda, sobretot de la de Schiaparelli, molts homes surrealistes sentien i temien el seu atractiu. André Breton va identificar el maniquí modern com un exemple d'allò meravellós, i per tant d'allò bell, al seu *Manifest del surrealisme* del 1924, tot i que va arremetre contra els surrealistes amb impulsos de creadors d'indumentària. El poeta i novel·lista Louis Aragon, que tenia una tendència al dandisme evidenciada pel fet que posseïa dues mil corbates, i que va ajudar la seva companya, l'escriptora Elsa Triolet, amb la promoció dels seus dissenys de joies per a Schiaparelli, estava molt en sintonia amb l'atractiu de la moda. A *Le Libertinage* [El llibertinatge], publicat també el 1924, afirmava: «Ens fixem en els vestits nous i en els vells. La nostra mirada s'acostuma als encaixos. A poc a poc, la nostra ment deixa de pensar en res que no tingui a veure amb els teixits de moda. Esdevenim adeptes a copsar les idees de moda. És això. Ah, som màquines orgulloses!».[4]

La sensibilitat cap a la temporalitat de la moda, distingint el que és nou del que és vell, faria que la moda fos essencial per al projecte modern de creació d'art per a una nova era en conjunt. La moda té una sensibilitat exquisida per al rellotge i el calendari, el cicle diari que va de la roba de dia a la de nit, els cicles estacionals de primavera-estiu i tardor-hivern. Anar a la moda és ser en el moment, però sortint-ne ja, perquè està a punt d'esdevenir de la temporada passada, l'any passat, la dècada passada. Giorgio Agamben va caracteritzar la moda com una existència perpètua al llindar incopsable entre l'encara no i el ja no.[5] De la mateixa manera, les avantguardes artístiques van comerciar amb la novetat i la contemporaneïtat, i el tema de l'abillament va preocupar els futuristes de Milà i Roma, els dadaistes de Berlín, Colònia i Nova York, els orfistes de París i els *bloomsberries* de Londres.

El fet que la moda combinés de manera singular l'experiència temporal i la de gènere va cridar l'atenció de l'escriptora britànica Virginia Woolf. El 1927, el mateix any que Schiaparelli va fundar la seva casa de moda, Woolf va publicar «El vestit nou», un relat escrit a l'ombra de la seva novel·la *La senyora Dalloway* i centrat en la inseguretat d'una dona que assisteix a una festa amb un vestit nou però passat de moda. Un any abans, havia aparegut a *Vogue* una fotografia de Woolf amb un vestit de la seva mare; sabia perfectament de què parlava. Al seu diari, l'escriptora havia batejat com a «consciència dels vestits» la manera en què la roba que es porta afecta els sentiments i a l'inrevés.[6] Aquesta idea es va propagar per la seva obra d'aquesta època, en especial *Orlando*. La novel·la, redactada com una biografia, narra la vida d'un poeta britànic aristocràtic des del segle XVI fins al 1928, l'any en què l'autora la va publicar. Al llarg de la història, Orlando se salta un segle sense adonar-se'n mentre dorm i va actualitzant la seva vestimenta d'acord amb la moda de l'època. «Encara que semblin foteses, els vestits tenen, segons diuen, funcions més importants que no només la de mantenir-nos abrigats. Canvien la nostra percepció del món i la percepció que el món té de nosaltres». L'experiència de l'abillament determinat pel gènere és un element fonamental del llibre. Cap a la meitat, l'Orlando es desperta i descobreix que és «una dona». El canvi de vestuari resultant té repercussió en la seva conducta i en el lloc que ocupa a la societat. Segons diu Woolf, i segons sabia Schiaparelli molt bé, «són els vestits els que ens porten a nosaltres, i no a l'inrevés».[7]

Tanmateix, com poden sobreviure els «fenòmens morfològics» de Dalí i la «consciència dels vestits» de Woolf quan la moda entra en un museu d'art? El *Vestit esquelet* pot continuar vivint sense que el cos carnal del seu interior senti les costelles encoixinades contra les seves i tingui la consciència d'experimentar l'emoció de sortir al carrer amb el darrer Schiaparelli? Han passat cinquanta anys des que Ruth Ford va cedir nombroses peces al V&A, en la que va ser la donació més important de roba i accessoris de Schiaparelli d'una única clienta. La seva presència, així com la d'altres portadores de la seva roba i clientes, es manifesta a «Schiaparelli: Fashion Becomes Art» gràcies a les cartel·les, però no deixa, obligatòriament, de ser fantasmal.[8]

Al museu, la transsubstanciació es produeix al taller de conservació tèxtil i muntatge de vestits. És allà que les peces passen d'estar planes dins d'una caixa d'abillament folrada de paper de seda a verticals en un maniquí fet a mida. Totes les figures es modelen per adaptar-se a la forma interior de la peça d'alta costura. Això deia la mateixa Schiaparelli als seus «Twelve Commandments for Women» [Dotze manaments per a les dones]: «Mai no adaptis el vestit al cos, ensenya més aviat el cos a adaptar-se al vestit».[9] Uns suports lleugerament encoixinats sostenen la peça. En el cas del Vestit esquelet, emergeix del seu taüt de cartró llest perquè el seu exoesquelet embuatat rebi el suport d'un altre situat a sota. L'obra és d'una invisibilitat incondicional i dirigeix l'atenció deliberadament cap als detalls. Tot i que en l'actualitat el *Vestit esquelet* s'exposa en un maniquí negre senzill amb un cap sense trets, quan va entrar al V&A es mostrava amb un muntatge menys minimalista. El 1971, a l'exposició de Cecil Beaton «Fashion: An Anthology», les peces de Schiaparelli apareixien en un paisatge dalinià oníric i pedregós pintat per Patrick D. Stackhouse. En el cas del *Vestit esquelet*, el cap del maniquí era el d'un animal amb banyes recargolades i amb un barret de Schiaparelli de les mides d'una nina —donat també per Ford— com a coronament. Aquesta escenografia irònica feia referència tant a l'esquelet d'alta costura de la peça com als aparadors extraordinaris creats a la Place Vendôme i també per Dalí.

3. Eileen Agar, *A Look at My Life*, Methuen, Londres, 1988, p. 120.
4. Louis Aragon, *The Libertine*, John Calder, Riverrun Press, Londres, Nova York, 1987, p. 164, 173–175 i 181. Vegeu també Krzysztof Fijalkowski, «Fashion in the Formative Years of Parisian Surrealism: the Dress of Time, the Dress of Space». A *Journal of Surrealism and the Americas*, vol. 12, núm. 1, 2021, p. 6–32.
5. Giorgio Agamben, «What is the Contemporary?». A *What Is an Apparatus? and Other Essays*, De Gruyter, Berlín, 2020, p. 48.
6. Virginia Woolf, *The Diary of Virginia Woolf*, 5 vol., Harcourt Brace Jovanovich, Nova York, 1977–1984, vol. 3, p. 12.
7. *Ibid.*
8. Sobre el treball de Schiaparelli amb Dalí, sobre les seves clientes i sobre la seva feina amb actors a l'escenari i entre bastidors, vegeu *Schiaparelli: Fashion Becomes Art*, V&A, Londres, 2026.
9. Elsa Schiaparelli, *Shocking Life: The Autobiography of Elsa Schiaparelli*, V&A, Londres, 2018, p. 226.

Salvador Dalí i Elsa Schiaparelli, *Vestit esquelet*, estiu 1938, col·lecció *Le Cirque*



Tot i que en l'actualitat el *Vestit esquelet* s'exposa en un maniquí negre senzill amb un cap sense trets, quan va entrar al V&A es mostrava amb un muntatge menys minimalista. El 1971, a l'exposició de Cecil Beaton «Fashion: An Anthology», les peces de Schiaparelli apareixien en un paisatge dalinià oníric i pedregós pintat per Patrick D. Stackhouse. En el cas del *Vestit esquelet*, el cap del maniquí era el d'un animal amb banyes recargolades i amb un barret de Schiaparelli de les mides d'una nina com a coronament. Aquesta escenografia irònica feia referència tant a l'esquelet d'alta costura de la peça com als aparadors extraordinaris creats a la Place Vendôme i també per Dalí.

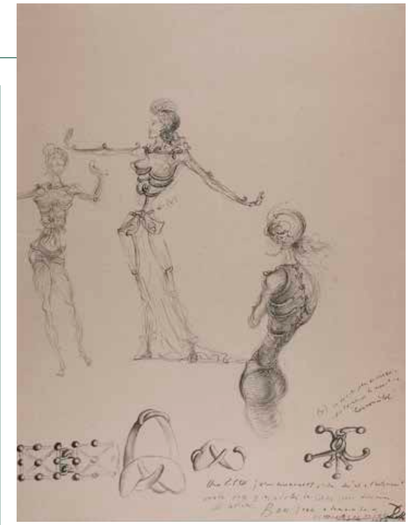
Entrar a l'exposició del museu, amb el maniquí elevat damunt d'un pedestal i situat darrere d'un vidre lluent, és en una certa manera tornar a la peça de roba el potencial metamòrfic que tenia a l'aparador comercial com a model de mostra que més tard es confeccionaria de nou segons les mides de la clienta. En aquest cas, la consciència en la qual aquestes peces incideixen és en la dels visitants. Quan es fa un recorregut per una mostra de moda, se senten les mateixes converses que davant d'una boutique: «Quin t'agradaria dur? No n'estic segura, de poder-me posar aquest. Aquest et quedaria de meravella!». Aquí hi ha, però, una relació més fantàstica amb les peces que la d'observar-les des de l'altra banda del vidre quan es miren aparadors. La mostra, transportada lluny del carrer, no exposada ja als elements i al soroll, dona lloc a unes condicions pròpies d'un altre món. La il·luminació tènue que cal per conservar els teixits fa que la vista se centri, mentre que el paisatge sonor atrau altres sentits. Al museu, cap targeta de crèdit pot superar la barrera entre l'aspirant a portadora i la peça desitjada; i, no obstant això, el visitant, alliberat de les preocupacions pràctiques de la talla i el preu, pot projectar no només com li quedaria el vestit, sinó com s'hi sentiria.

Aquesta sensació, aquesta fantasia, no té a veure, i això és crucial i paradoxal, amb anar o no a la moda. Tampoc no és la woolfiana consciència de dur un vestit d'una altra època. El museu, ja sigui mitjançant una exposició temporal o mitjançant una col·lecció permanent, altera en essència la temporalitat de la moda, que arrenca de la seva contemporaneïtat implacable per revelar, o fins i tot facilitar, uns cicles més llargs de renaixement, citació i nostàlgia. Fins i tot una transició ràpida de la passarel·la a la col·lecció del museu suposa que aquest *look* ja s'hagi substituït per diversos més. El moment de la seva càrrega màxima —la impressió de la novetat, l'electricitat de la passarel·la, el desig immediat que despertava— ha passat. La peça arriba al museu ja pòstuma, ja històrica; el seu vel de transitorietat es canvia per un mantell de permanència.

Podria semblar que la conservació relega al passat una peça que en el seu moment va estar de moda, per anquilosar en un magatzem o una vitrina una peça dissenyada per moure's sobre el cos i un sector industrial basat en la transformació constant. El museu aporta a la moda un tercer espai: ni l'àmbit íntim de l'armari ni els circuits comercials de la passarel·la i la boutique. En aquest cas, l'encarnació, la temporalitat i la consciència de la moda es transformen pensant en el futur. En una col·lecció permanent, la moda no es considera una relíquia, sinó una possibilitat: tots els detalls es conserven amb cura per a les generacions venidores, per als futurs dissenyadors, els futurs portadors, els futurs actes de transformació. Per tant, la conservació no congela la moda en el temps, sinó que més aviat la prepara per a la seva reaparició.

El *Vestit esquelet* reneix cada cop que algú el veu. Això és en part intrínsec a una peça pensada per anticipar el futur que funciona com a *memento mori*, preveient tant la mort de qui la duu com, segons va percebre Dalí, la violència d'una guerra propera. La seva segona vida prova l'estranya elasticitat temporal de la moda. Els exoesquelets d'Elsa Schiaparelli van ressorgir a la col·lecció d'alta costura primavera-estiu del 2024 de la casa Schiaparelli, dissenyada pel seu director creatiu, Daniel Roseberry. A «Schiaparelli: Fashion Becomes Art», s'apunta a aquesta reaparició amb la mateixa estructura de l'exposició: el visitant es troba el *Vestit esquelet* com a primera peça i s'hi torna a topar, en un *déjà vu*, a mig recorregut, abans que el seu germà petit, el *Vestit esquelet* de Daniel Roseberry portat per Dua Lipa, tanqui la mostra amb brillantor.

Els esquelets van ser nombrosos a la catifa vermella de la Met Gala del 2026, que duia per títol *Fashion is Art* i celebrava la inauguració de la mostra «Costume Art» del Costume Institute del Metropolitan Museum of Art. L'exposició aparella peces de roba i obres d'art, sobretot escultures, per revelar la relació inherent entre l'abillament i el cos. El cos vestit és un tema que trobem al llarg dels mil·lennis que recorren els fons artístics del museu i, de la mateixa manera que tots els visitants aporten el seu exemple vivent propi a la mostra, aquesta, igual que «Schiaparelli: Fashion Becomes Art», és indicativa d'una avinença encarnada i afectiva del poder de la moda. Això es fa cada cop més evident a les exposicions museístiques des d'«Alexander McQueen: Savage Beauty», presentada al Met i el V&A, que va fer servir el caràcter sobrenatural dels dissenys de McQueen per oferir una experiència de visita immersiva i transformadora. De fet, a moltes mostres recents, d'aquests centres i d'altres, des de «Camp: Notes on Fashion» (2019) i «Superfine: Tailoring Black Style» (2025) al Met fins a «Frida Kahlo: Making Her Self Up» (2018) i «Fashioning Masculinities: The Art of Menswear» (2022) al V&A, un canvi de perspectiva cap als portadors i la manera en què la roba modela la identitat ha estat fonamental. L'èxit d'aquestes exposicions rau en el seu atractiu per a la «consciència dels vestits» del públic. L'esquelet no tornarà a l'armari.



Salvador Dalí, *La dona esquelet*, *c.* 1938

La meva lluita. La meva participació i la meva posició en la revolució surrealista. «Objecte surrealista» contra «somni narrat». Activitat paranoicocrítica contra automatisme

Salvador Dalí

Salvador Dalí, *La vida secreta de Salvador Dalí* (1942). A *Obra completa*, vol. I, *Textos autobiogràfics 1*, Destino, Fundació Gala-Salvador Dalí, Barcelona, Figueres, 2003, p. 753-755.

[...] Estava decidit a portar a cap i a transformar en realitat la meva divisa de l'«objecte surrealista» —l'objecte irracional, l'objecte de funció simbòlica—, que oposava als somnis narrats, l'escriptura automàtica, etc. I per aconseguir-ho vaig decidir crear la moda dels objectes surrealistes. L'objecte surrealista és un objecte absolutament inútil des del punt de vista pràctic i racional, creat únicament amb el fi de materialitzar d'una manera fetitxista, amb el màxim de realitat tangible, idees i fantasies de caràcter delirant. L'existència i la circulació d'aquesta mena d'objecte foll va començar a competir tan violentament amb l'objecte útil i pràctic, que hauríeu cregut que presenciàveu una lluita regular de galls enferotgits i plens de sang, de la qual la realitat de l'objecte normal sortia sovint amb moltes de les plomes arrencades brutalment. Els departaments de París vulnerables al surrealisme es trobaren aviat abarrotats d'aquesta mena d'objectes, desconcertants de moment, però gràcies als quals la gent ja no s'havia de limitar a parlar de les seves fòbies, manies, sentiments i desigs, sinó que els podia tocar, manipular i fer funcionar amb les pròpies mans. I, recordant que el paisatge és «un estat d'ànima», aquesta gent podia aleshores acariciar el cos nu d'una altra veritat d'essència catòlica, que havia brollat de la meva font: que l'objecte és un «estat de gràcia».

La voga dels objectes surrealistes[1] desacredità i enterrà la que l'havia precedida: el període denominat «dels somnis». Ja no hi havia res que resultés més ensopit, més desplaçat i anacrònic que relatar els propis somnis o escriure contes fantàstics i incongruents al dictat automàtic de l'inconscient. L'objecte surrealista havia creat una nova necessitat de realitat. La gent ja no volia sentir parlar del «meravellós potencial». Desitjava tocar el «meravellós» amb les pròpies mans, veure-ho amb els propis ulls i tenir-ne una prova en la realitat. Figures vivents i decapitades, éssers formats de les juxtaposicions zoològiques i botàniques més diverses, marcians i abismals paisatges del subconscient, vísceres voladores empaitant decàedres en flames, ja en aquest temps semblaven intolerablement monòtons, exorbitants i anacrònicament romàntics. Els surrealistes de l'Europa central, els japonesos i els ressagats de totes les nacions s'empararen d'aquestes fórmules fàcils del que no s'havia vist mai per espaterrar els seus conciutadans. Aquesta mena de fantasia, combinada amb un cert sentit de la moda, també podia arribar a ésser camp adobat per a una decoració eficaç de botigues posades al dia que sabessin el seu ofici.

Amb l'objecte surrealista vaig matar, doncs, la pintura surrealista elemental i la pintura moderna en general.

1. Entre els objectes surrealistes més típics, hi figuren la tassa, el platet i la cullera de pell, imaginats per Méret Oppenheim, que es troben actualment al Museu d'Art Modern de Nova York.

Philippe Halsman
Salvador Dalí amb rinoceront
1956

Salvador Dalí, el personatge fotografiat amb més freqüència per Halsman, va tenir una obsessió amb les matemàtiques i el misticisme, i la interconnexió entre totes dues disciplines. El fotògraf, que sempre dissseccionava la realitat amb el seu mètode «paranoic-crític», va descobrir que la mateixa espiral geomètrica sagrada es feia evident en una banya de rinoceront i en el quadre de Vermeer *La puntaire*. El 1956, Dalí va ser convidat al programa *The Morning Show* de la CBS per presentar-hi els seus descobriments, i Halsman, que va col·laborar amb el pintor al llarg de trenta-set anys, hi va ser entre bastidors per documentar com es desenvolupava tot. Hi havia molts objectes d'attrezzo a la seva disposició per il·lustrar les teories de Dalí, entre els quals el rinoceront de la imatge, vint coliflors clavades en taulons en espirals de Fibonacci i ampliacions de fotografies microscòpiques de natura que il·lustraven la mateixa espiral. En el cas d'aquesta fotografia en concret, els dos artistes hi van trobar obsessions a les quals dirigir la seva energia creativa: Dalí, la recerca sobre espirals que duia a terme; i Halsman, la seva musa de bigotis en espiral preferida.



Philippe Halsman va néixer a Riga, Letònia, el 1906. El 1930 es va traslladar a París, on va iniciar la seva carrera com a fotògraf. El 1940, fugint del règim nazi, va emigrar amb la seva família a Nova York. Després d'anys de dedicació, la seva carrera es va disparar a principis de la dècada de 1940, marcada per prestigiosos premis en publicitat, les seves primeres 101 portades per a la revista *Life* i una trobada fonamental amb Salvador Dalí. Els seus trenta-set anys de col·laboració i amistat donarien peu a algunes de les sèries de fotografies surrealistes més icòniques del segle XX, com *Dalí Atomicus* i *In Voluptate Mors*. Conegut com el «creador d'estrelles», Halsman es va donar a conèixer amb els retrats icònics de celebritats i personatges polítics, que van aparèixer a les portades de les revistes més destacades entre les dècades de 1940 i 1960. Avui, l'obra de Halsman es conserva als principals museus i se segueix exposant per tot el món.

Edició
Fundació Gala-Salvador Dalí

Direcció
Montse Aguer

Assessoria editorial
Elisabet Riera – Wunderkammer serveis editorials

Coordinació
Clàudia Galli

Disseny gràfic
Alex Gifreu

Correcció de textos
TRADUaction

Traduccions
Bartomeu Bardagí
Eduard Castaño
Ferran Esteve
Pau Joan Hernández
Clara Luthi
Carlos Mayor

Impressió
Gràfiques Trema

Tirada
300 exemplars

Dipòsit legal
GI-1812-2025

ISSN
3081-8621

El disseny d'aquesta publicació pren com a punt de partida els dos números de DALÍ NEWS de la primera època, editats a Nova York el 20 de novembre de 1945 i el 25 de novembre de 1947 respectivament.



L'any 1957, la revista nord-americana *Nugget* va encarregar a Salvador Dalí una sèrie de «prediccions il·lustrades» sobre invents que, al seu parer, s'havien de realitzar en el futur. Un d'aquests van ser les «sabates musicals de rinoceront», de la qual hem pres el motiu per a aquest segon monogràfic de la segona època de DALÍ NEWS. Sota aquestes línies, reproducció de la publicació original del 30 d'abril de 1957.



Les obres de Salvador Dalí s'identifiquen sempre amb un número del Catàleg Raonat d'Escultura, que fa referència al *Catàleg Raonat d'Escultura i Obra Tridimensional de Salvador Dalí* i amb un número del Catàleg Raonat de Pintures, que fa referència al *Catàleg Raonat de Pintures de Salvador Dalí (1910–1983)*, disponibles al lloc web de la Fundació Gala-Salvador Dalí (https://catalogues.salvador-dali.org/catalogues/ca/cataleg-raonat-escultures/ i https://catalogues.salvador-dali.org/catalogues/ca/cataleg-raonat-pintures/).

Fundació Gala-Salvador Dalí
Pujada del castell 28
17600 Figueres
www.salvador-dali.org

Imatge de portada
Philippe Halsman, *Salvador Dalí amb rinoceront*, 1956
© Philippe Halsman Estate 2026

De les obres de Salvador Dalí
Ella era una dona surrealista - Ella era com una figura d'un somni, 1936 (p. 12)
Worsinger Photo. Museum of the City of New York

Objecte de funcionament simbòlic, 1931 (p. 19)
Arxiu Fundació Gala-Salvador Dalí

Vestit esquelet, c. 1938 (p. 67)
Cortesia de Maison Schiaparelli

© Salvador Dalí, Fundació Gala-Salvador Dalí, Figueres, 2026

De les obres d'altres autors
Gala
Objecte de funcionament simbòlic, 1931 (p. 20)
Arxiu Fundació Gala-Salvador Dalí

Miriam Ponsa
Col·lecció *La ruta de la seda*, tardor-hivern 2019–2020 (p. 33)
Col·lecció *I Have a Dream*, primavera-estiu 2019 (p. 34)
Col·lecció *La collita de l'arròs*, primavera-estiu 2017 (p. 37)
Cortesia de Miriam Ponsa

Schiaparelli per Daniel Roseberry
Vestit, col·lecció d'alta costura tardor-hivern 2022, brodat per Baqué Molinié (p. 49)
Cortesia de Maison Schiaparelli

Guo Pei
Alternate Universe, col·lecció d'alta costura tardor-hivern 2019 (p. 53)
Cortesia de Guo Pei

Ruven Afanador
Fue solo un instante cuando soñé que crecía como un gigante, Nova York, 2026 (p. 55)
Cortesia de Ruven Afanador

Albert Serra
De l'obra *Singularity* per a la Documenta 13 de Kassel (p. 57)
© Albert Serra

Chicks on Speed
Alex Murray-Leslie i Anat Ben-David interpreten «Girl Monster» amb la *E-Shoe*, vestides amb malles senceres de Peggy Noland, 2006 (p. 59)
© Chicks on Speed, 2006

Chicks on Speed
E-Shoe, de Chicks on Speed (Alex Murray-Leslie) i Max Kibardin (electrònica d'Alex Posada, accessoris de Mark Monzo i Alex Murray-Leslie), amb el suport especial de Craft Australia i hangar.org, 2012 (p. 60; p. 63)
Gilmar Ribeiro © Chicks on Speed, 2012

Salvador Dalí i Elsa Schiaparelli
Vestit esquelet, estiu 1938, col·lecció *Le Cirque* (p. 66)
Cortesia del Victoria & Albert Museum

Documents
Portada de la revista *Minotaure* dissenyada per Salvador Dalí, 1936 (p. 4)
Arxiu Fundació Gala-Salvador Dalí

Autor desconegut
Salvador Dalí, vestit amb una bata Schiaparelli, treballant en el decorat de *Bacanal* a Nova York, 1939 (p. 5)
Arxiu Fundació Gala-Salvador Dalí

Philippe Halsman
Salvador Dalí a l'entrevista amb CBS Television, 1956 (p. 6)
© Philippe Halsman Estate 2026

Autor desconegut
Salvador Dalí al jardí de la família Pichot a Figueres, c. 1909 (p. 11)
Arxiu Fundació Gala-Salvador Dalí

André Caillet
Gala amb el *Barret sabata* d'Elsa Schiaparelli inspirat en un disseny de Salvador Dalí, 1938 (p. 14)
Arxiu Fundació Gala-Salvador Dalí

Oriol Maspons i Julio Ubiña
Elsa Peretti i Natasha Gounkevitx amb els *Vestits importables* de Paco Rabanne a Portlligat, 1966 (p. 15)
© Arxiu fotogràfic Oriol Maspons, VEGAP, Girona, 2026

Man Ray
Salvador Dalí de cap per avall a Portlligat, 1933 (p. 17)
Model amb vestit de nit de Vionnet i Oscar Dominguez Brouette, 1937 (p. 21)
© Man Ray 2015 Trust, VEGAP, Girona, 2026

Autor desconegut
Gala, 1935–1937 (p. 29)
Arxiu Fundació Gala-Salvador Dalí

Autor desconegut, Cecil Beaton (fotografies)
Wallis Simpson amb el *Vestit llagosta* dissenyat per Salvador Dalí i Elsa Schiaparelli a la revista *Vogue*, 1937 (p. 30)
Cecil Beaton, Vogue © Condé Nast

Oriol Maspons
Salvador Dalí i Gala a la sala oval de Portlligat, 1961 (p. 31)
Arxiu Fundació Gala-Salvador Dalí
© Arxiu fotogràfic Oriol Maspons, VEGAP, Girona, 2026

Eric Schaal
Salvador Dalí amb Gala, que vesteix una jaqueta de la col·lecció d'alta costura tardor-hivern 1936 de Schiaparelli, 1937 (p. 41)
Eric Schaal © Fundació Gala-Salvador Dalí, Figueres, 2025

Georges i Fernand Detaille
Salvador Dalí i Gala a la vil·la La Pausa de Gabrielle Chanel a Roquebrune, 1938 (p. 43)
Arxiu Fundació Gala-Salvador Dalí

Oriol Maspons i Julio Ubiña
Gala i Salvador Dalí a la Via Làctia de Portlligat portant les disfresses del ball Beistegui dissenyades per Dior, 1960 (p. 45)
Elsa Peretti, Salvador Dalí i Natasha Gounkevitx amb els *Vestits importables* de Paco Rabanne al pati de la casa del Portlligat, 1966 (p. 47)
© Arxiu fotogràfic Oriol Maspons, VEGAP, Girona, 2026

Vista de l'exposició «Fashion: An Anthology by Cecil Beaton», celebrada en el V&A Museum, Londres, 1971 (p. 65)
Cortesia del Victoria & Albert Museum

De la imatge de Salvador Dalí i Gala
Drets d'imatge de Salvador Dalí i Gala reservats.
Fundació Gala-Salvador Dalí, 2026

No es permet la reproducció total o parcial de qualsevol part d'aquesta publicació sense l'autorització escrita de l'editor.

La revista DALÍ NEWS no es fa responsable de les declaracions expressades en els articles signats.

Tota la nit he tingut somnis creatius. En un d'aquests, inventava tota una col·lecció d'alta costura.

—Salvador Dalí, *Diari d'un geni*, 1964



FUNDACIÓ GALA
SALVADOR DALÍ