

Dalí, diseñador de perfumes

Marta Muntada Artiles

Conservadora del Museo del Perfume. Fundación Planas Giralt. marta.muntada@gmail.com

Resum

El Año Dalí se conmemoró de forma sublime con multitud de eventos culturales y museológicos de ámbito nacional e internacional durante el 2004. El estilo personal del artista catalán Salvador Dalí Doménech –una combinación perturbadora de realismo preciso y de imaginación fantasmagórica que lo identifica– es evidente en toda su imponderable trayectoria artística, entre la que cuentan los diseños de perfumes. Entre estos frascos, *Le Roi Soleil* de Schiaparelli (1945) es uno de los ejemplares más emblemáticos y representativos, depositario de una sensibilidad extrema que concilia el surrealismo y el cristal en formas fantásticas.

El maestro Dalí, como máximo exponente del surrealismo, ha dejado su impronta en la forma de los recipientes de perfume con sus creaciones aparecidas a partir de los años treinta del siglo XX y comercializadas por destacadas empresas de perfumería Marquay, Schiaparelli, Lenthéric y Shulton. Esta influencia fue ampliamente mostrada en la excepcional exposición monográfica dedicada a sus diseños de perfume: *Die Göttlichen Düfte* o Las Fragancias Divinas de Dalí celebrada en el *Museum Europäische Kunst* (Castillo de Nörverich, Alemania) el mayo de 2004.

Abstract

Dalí, perfume designer

The Year of Dalí, 2004, was sublimely commemorated with a host of both national and international cultural and museum events. The personal style of Catalan artist Salvador Dalí Doménech – a disturbing combination of precise realism and a phantasmagorical imagination that identifies him – is clear in his entire imponderable artistic career, which even included perfume design. One perfume bottle, Schiaparelli's *Le Roi Soleil* (1945), is one of the most iconic and representative examples, the repository of an extreme sensibility that merges Surrealism and glass into fantastical shapes.

Dalí the master, the utmost proponent of Surrealism, left his mark on the shape of perfume recipients with his creations that emerged starting in the 1930s and were commercialised by prominent perfume companies including Marquay, Schiaparelli, Lenthéric and Shulton. This influence was amply displayed in the exceptional monographic exhibition on his perfume designs entitled *Die Göttlichen Düfte*, or Dalí's Divine Fragrances, held at the Museum Europäische Kunst (Nörverich castle, Germany) in May 2004.

El año pasado se conmemoró el centenario del nacimiento del gran artista catalán Salvador Dalí Doménech (1904-1989), marqués de Dalí y Púbol. El objetivo principal del acontecimiento fue contribuir al conocimiento y la difusión de la importancia del trabajo y la vida de una de las celebridades artísticas más importantes y más controvertidas del siglo XX. Un conjunto de celebraciones de ámbito cultural y museológico se organizaron en España y otros países contribuirían a realzar, en todos sus aspectos, la obra prolífica, innovadora y rigurosa de un genio ecléctico, polifacético y multidisciplinar, poseedor de unas capacidades creativas que le han merecido el ser considerado como un icono del arte contemporáneo. El estilo de Dalí –una combinación perturbadora de realismo preciso y de imaginación fantasmagórica que lo identifica– es evidente en sus diseños de perfumes. Entre estos, *Le Roi Soleil* es uno de los más emblemáticos y representativos, depositario de una sensibilidad extrema que concilia el surrealismo y el cristal en formas fantásticas.

La casa Schiaparelli encargó el diseño a Dalí en 1945 y encomendó la elaboración del frasco a los maestros vidrieros de Cristalleries de Baccarat (La Lorena, Francia) que se encargaron del diseño final y la producción. La fábrica de perfumes y cosméticos que Elsa Schiaparelli instaló en Bois-



Frasco y caja *Le Roi Soleil* diseñados por Salvador Dalí para la casa Schiaparelli en 1945. Este modelo está expuesto en el Museo del Perfume. Fundación Planas Giralt de Barcelona.

Colômbes (suburbio norte-oeste de París, Francia) realizó la esencia de jazmín que contiene.¹ Se lanzó al mercado perfumístico y se comercializaron 2.000 ejemplares durante el año 1945.

En la actualidad, esta pieza, tan original y de gran valor artístico, es muy codiciada por los coleccionistas de perfume. Es posible admirar un ejemplar completo conservado en el Museo del Perfume. Fundación Planas Giralt de Barcelona (número de catálogo 2500).

Dalí consideraba el diseño un acto de creatividad que requería un conocimiento profundo del material y de sus posibilidades, y

entendía el proyecto como la visualización y plasmación de la idea o el concepto previo, que serían materializados con posterioridad. Así la creatividad se disociaba de la ejecución fidedigna del proyecto, que sería llevada a cabo por expertos profesionales mediante la habilidad asegurada y un método práctico. Este procedimiento ya lo había utilizado con éxito en el diseño de joyas hacia 1938.

Estos profesionales capacitados completarían la obra bajo la inspección del maestro. Según Dalí, su trabajo podía parangonarse al de los artistas célebres del Renacimiento:

*“Yo diseño, imagino, como los grandes artistas del Renacimiento, y a la hora de la ejecución me pongo en manos, como siempre se ha hecho, de la habilidad de los perfectos artesanos, a los que superviso”.*²

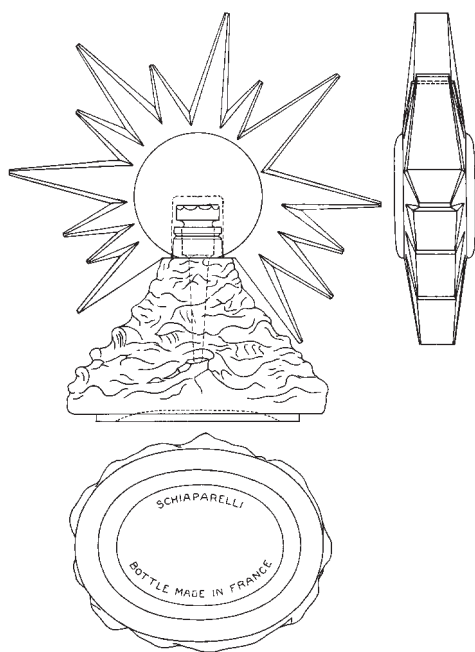
Dalí colaboró profesionalmente con Elsa Schiaparelli en el ámbito del diseño de perfumes a partir de dibujos preparatorios bidimensionales de sus proyectos, que eran posteriormente tratados tridimensionalmente por maestros vidrieros profesionales, a los que se exigía una interpretación fidedigna y de los que se esperaba una ejecución perfecta.



Diseño *Roi Soleil* de Dalí para el frasco de perfume homónimo. Cofinluxe Parfums. Colección de Salvador Dalí en París.

En el proceso creativo de *Le Roi Soleil* Dalí realizó un diseño preparatorio pintado en acuarela sobre papel (280 x 237 mm) en 1945 que actualmente forma parte del fondo patrimonial documental custodiado en Cofinluxe Parfums (colección de Salvador Dalí, París (número de catálogo 262).

Este diseño preparatorio fue utilizado por los hábiles maestros vidrieros de Cristalleries de Baccarat tal y como consta en el registro de encargos con fecha 15 de noviembre de 1945. La descripción icónica de este perfume se muestra en el catálogo de Baccarat con el número 798 y con fecha de realización de 1945.³



Dibujos del diseño del frasco realizados por la Compagnie des Cristalleries de Baccarat.

entre otras.⁵ Sin duda, la larga amistad que conegó con Elsa Schiaparelli (1890-1973) fue la que definió mejor la relación de Dalí con la moda. La diseñadora de alta costura italiana estableció la compañía homónima en el 4 de la rue de la Paix y más tarde la trasladó al número 21 de la place Vendôme de París en 1928. Años más tarde la trasladó a Nueva York y la retornó al segundo domicilio social de París en el año 1945. Fue una diseñadora original y sofisticada que poseía un estilo innovador y un lenguaje personal, elaborado y colorista. Lanzó al mercado una amplia y variada relación de artículos, de entre los que destacan: la ropa, los sombreros, los zapatos, las joyas, los guantes y accesorios y los perfumes.⁶ Sus diseños pueden ser comparados a los de la reina de la moda contemporánea Coco Chanel (1883-1971).

La relación de Dalí con el surrealismo se hace patente en algunos diseños inspirados en obras surrealistas, y en otras que muestran un eco de la influencia de la obra de Dalí, como la colección de dibujos custodiados en el Musée de la Mode et du Textile de París (Collection de l'Union Française des Arts du Costume). También hallamos vestidos y sombreros de diseño surrealista ideados por

Salvador Dalí mantuvo un círculo de amistades amplio integrado por personajes representativos de los ámbitos intelectuales, artísticos, de la alta costura y del diseño durante su estancia en París y Nueva York.

Asimismo, los profesionales de la moda y del diseño tuvieron un papel fundamental a la hora de introducir al artista en su mundo, hasta el punto que durante las décadas de los años treinta y cuarenta era cotidiana su vinculación con los artículos de moda, la publicidad y el perfume.

De entre las numerosas publicaciones sobresale el interés continuado de la revista *Vogue*, que valoró las ideas creativas de Dalí, le encomendó el diseño de algunas portadas y el grafismo de números completos y contribuyó a modelar su imagen pública publicando entrevistas.⁴

Destacan las relaciones con Coco Chanel, Elsa Schiaparelli, Helena Rubinstein, Christian Dior,

el mismo Dalí, como el sombrero-zapato, los sombreros-costilla o en forma de tintero, las ropas-langosta, los vestidos-esqueleto o el conjunto de chaqueta y falda con cajones.⁷

Dalí apoyó y colaboró en diferentes proyectos de la diseñadora italofrancesa. Así, participó en la exposición que organizó en la Wildenstein Gallery de Nueva York en noviembre de 1944 para ayudar a la Europa de posguerra.

Dalí trabajó por encargo de Parfums Schiaparelli en Nueva York en diferentes ocasiones, diseñando tanto el frascón y cartón de diferentes perfumes como la publicidad. Estos soportes se convierten en medio de expresión surrealista, aunque a menudo son trasposiciones tridimensionales de dibujos previos. Solamente cabe recordar algunos ejemplos excepcionales como la nueva tonalidad de pintalabios *Radiance* y el perfume *Shocking Radiance* ambos pertenecen a la Compañía Schiaparelli y fueron comercializados en 1944.

Existen otros ejemplos destacados que ejemplifican la colaboración de Dalí con otras compañías de perfume. Es imposible olvidar el frasco *Desert Flower* y el anuncio de 1946-1947, de Shulton-Leigh, también *Lenthéric 12*, un frasco comercializado por la Compañía Lenthéric. Marquay comercializó el frasco *Monsieur* de la colonia masculina en 1953 y el frasco y sus respectivas cajas de los perfumes *Coup de Feu* y *Rock n'Roll* en 1959. Otros ejemplos son *Helios-Dali* de Parfums Collette (una edición de 5.000 unidades), *Les Beaux Arts Edition No. 6* de InterArt Resources y el sorprendente frasco *Watt* de Cofinlux.

Parfums. Salvador Dalí realizó un maravilloso frasco y caja para *Dalissime* que se inspira en *Navidad*, una pintura de 1946 que se hizo famosa cuando apareció en la portada de la revista *Vogue* en diciembre del mismo año, así como la botella y caja de *Dalí Classique* (1981), un perfume inspirado en *Aparición de Afrodita de Cnidos* (pintura al óleo del mismo año que puede ser admirada actualmente en la Fundación Gala-Salvador Dalí de Figueres, España). Finalmente, otras piezas destacadas de la misma compañía son el frasco *Daliflor*, que se inspira en dos pinturas, *Mujer con cabeza de rosa* (1935, expuesta en la Kunsthau de Zurich, Suiza) y *Tres jóvenes surrealistas aguantando en sus brazos la piel de una orquesta* (1936, The Salvador Dali Museum, St. Petersburg, Florida), y el ejemplo más reciente *Ruby Lips* realizado en conmemoración del Año Dalí.

Simbolismo daliniano

El frasco y la caja de *Le Roi Soleil* fueron diseñados por el artista para la empresa Schiaparelli en el año 1945 mientras residía en Nueva York por tercera vez. Forman un conjunto homogéneo compuesto por el frasco de lujo –realizado en cristal de Baccarat– que está guardado con celo dentro del corazón del receptáculo metálico y en forma de concha, como si la perla fuese protegida dentro de la concha del molusco.

El frasco representa el sol resplandeciente naciendo sobre el mar ondeante. El tapón de cristal immortaliza el sol nítido de la mañana, el cual es en realidad una interpretación onírica de un rostro, pintado con golondrinas en vuelo. Algunos autores consideran que podría representar a la hija de la comitente o mecenas Marisa, apodada *Gogo*.⁸ Por otra parte, Dalí tenía un amor platónico con Nanita Kalaschnikoff (o María Fernanda Carretero) y la llamaba *Luis XIV* o *Rey Sol* por su perfil borbónico y por la elegancia aristocrática que señoreaba, y por ese motivo también podría estar



Fotografía de H. Rubinstein delante del cuadro de Dalí, regalada a la Perfumería Regia de Barcelona en 1960. Museo del Perfume. Fundación Planas Giralt.

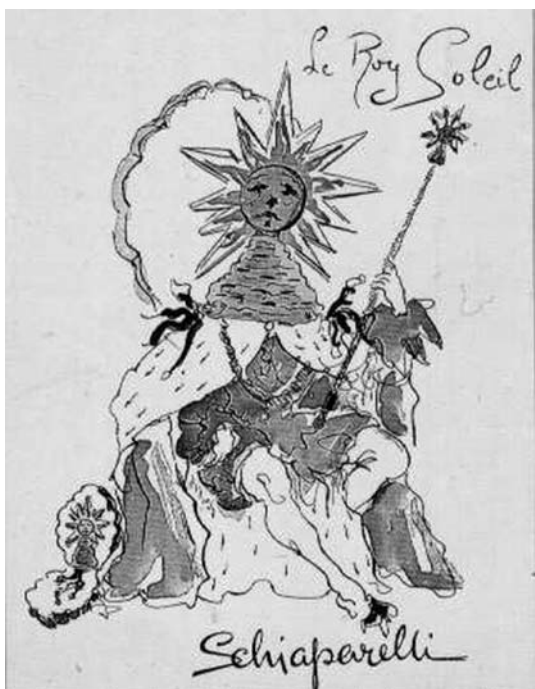
representándola.⁹ Asimismo, cabe destacar que este motivo se inspira en dos pinturas, una de ellas *Madonna of the Birds*, pintada en 1943.¹⁰

En cuanto al segundo modelo, el rostro sereno de María como sol naciente, un montículo y el mar aparecen en un cuadro propiedad de Helena Rubinstein (1872-1965) en su domicilio de Nueva York. H. Rubinstein regaló una fotografía dedicada, en la que posa junto a esta pintura, a la Perfumería Regia de Barcelona en 1960: “Pour Perfumería Regia. Helena Rubinstein 1960”. Esta imagen forma parte de la colección de fotografías del Museo del Perfume. Fundación Planas Giralt (número de catálogo 30).

Existe una etiqueta excepcional del frasco *Le Roi Soleil* diseñada por Dalí en 1946 para la casa Schiaparelli. Muestra un rey sentado en su trono, luciendo todos

los símbolos reales y de poder. El monarca aparece con la particularidad que su cabeza es en realidad el frasco *Le Roi Soleil* y está situado junto a una representación de la caja que contiene el frasco *Le Roi Soleil*. Este ejemplar, de gran interés, se exhibe en el Museo Internacional de la Perfumería de Grasse (Francia)."

El depósito, en forma de montículo, perpetúa el ondeo de las aguas amortiguadas de Portlligat, donde Dalí pasó muchos veranos. La claridad nítida del cristal es matizada con pinceladas doradas y azules que permanecen en armonía con la tonalidad castaña del perfume. El frasco está realizado con cristal soplado dentro de molde y tiene el cuerpo pintado al oro y con esmalte azul (95 x 105 x 90 mm). En la base consta impreso “BOTTLE MADE IN FRANCE”, la marca de Baccarat grabada al ácido, y el número “3” grabado con punta de diamante en relación al número de catálogo de tapones. El tapón se realizó dentro de molde, se talló, se esmeriló y se pintó al oro y con esmalte negro (140 x 155 x 30 mm).



Etiqueta *Le Roi Soleil* diseñada por Dalí para la Compañía Schiaparelli en 1946. Museo Internacional de la Perfumería de Grasse.

Este tesoro está guardado dentro del receptáculo, que está realizado en metal dorado, forrado de satén crudo en su interior (140 x 200 x 90 mm). La envoltura luciente dibuja la silueta de una concha bivalva con la inscripción autógrafa “Le Roi Soleil. Schiaparelli. PARIS” en el anverso de la valva. La caja se abre separando ambas valvas, que están unidas mediante una charnela a la base ovalada, mostrando el interior forrado.

Si bien es cierto que el arte posee una gran trascendencia en nuestro sentido de comunidad, también es capaz de inmortalizar los acontecimientos de la historia y contribuir a la memoria histórica colectiva. El diseño inicial de Dalí estaba centrado por una V roja en el anverso del depósito. De esta forma el conjunto se convierte en un símbolo victorioso en dos sentidos, de una parte política y por otra empresarial. En cuanto a la primera, conme-



Frasco *Le Roi Soleil* expuesto en el Museo del Perfume. Fundación Planas Giralt de Barcelona.



Frasco y caja *Le Roi Soleil* expuestos en el Museo del Perfume. Fundación Planas Giralt de Barcelona.

mora la liberación de la Francia ocupada y gestionada por el gobierno de Vichy a raíz de los sucesos acaecidos después del desembarco de Normandía el 6 de junio de 1944. Operación militar *Overlord* que fue comandada por el general norteamericano Dwight David Eisenhower (1890-1969). Al mismo tiempo simboliza la victoria de los aliados al rendirse incondicionalmente el gobierno de Japón el 13 de agosto de 1945, después del lanzamiento de dos bombas atómicas sobre las ciudades japonesas de Hiroshima y Nagasaki, bajo la presidencia norteamericana de Harry S. Truman (1884-1972). Ambos sucesos militares también fueron celebrados con la edición de otros perfumes coetáneos como *L'Heure Attendue* de Jean Patou y *Orgeil* de Lucien Lelong, comercializados en 1946.¹² En cuanto al segundo significado simbólico, puede relacionarse con la reapertura y la continuidad de la empresa Schiaparelli, que suspendió la actividad comercial durante el período de guerra.¹³ Sorprendentemente, esta simbología controvertida fue retirada del diseño final.

Sin duda, este conjunto excepcional constituye una muestra extraordinaria de homenaje y respeto al fascinante mundo del perfume y un tributo a su amistad con Elsa Schiaparelli. Al mismo tiempo revela el amor de Dalí al olor salobre de su apreciada y tranquila bahía de Portlligat. Este paisaje-santuario se convirtió en escenario y fuente de inspiración recurrente, que cautivó al genio, quien lo inmortalizaría recurrentemente en su obra pictórica.¹⁴

Referentes previos

Como muchos otros artistas y pese a su genialidad, Dalí se dejaba influir, buscaba referentes, y solía utilizar modelos previos y referencias visuales que le eran agradables y placenteras como camino iniciativo hacia su creación artística. Estos modelos preexistentes eran sometidos a la estética innovadora, el método paranoico-crítico, y eran personalizados con el toque daliniano, que los sumergía en el mundo surrealista que caracteriza su estilo. Estos modelos aparecen persistentemente, tanto como motivo principal como elemento secundario. A modo de ejemplo, está documentado que el maestro, para la pintura *Atavismo del crepúsculo*, de 1933-1934 que está expuesta en el Kunstmuseum Bern (Berna, Suiza) utilizó reproducciones de medida postal de la pintura *El ángelus* de Jean-François Millet de 1857-1859 que está expuesta en el Louvre (París, Francia).¹⁵ El maestro, para la pintura *Santiago el Grande* de 1957 que está expuesta en la Beaverbrook Art Gallery (Fredericton, Canadá), utilizó la postal turística que reproducía el entramado arquitectónico del pilar-palmera del techo del convento de los Jacobinos de Toulouse.¹⁶

Ante estas premisas no resulta desacertado pensar en la influencia que dos posibles modelos anteriores pudiesen haber sido el germen de la fuente de inspiración: la caja del conjunto *Trésor de la Mer*, diseñado por René Lalique y comercializado por los grandes almacenes Saks Fifth Avenue de Nueva York en 1939 y un frasco de perfume de estilo art déco comercializado en los años treinta.

La caja bombonera *Trésor de la Mer* (también conocida como *Mollusque*), puede considerarse como modelo previo similar, en cuanto tiene forma de concha.¹⁷ El receptáculo es una concha bivalva de cristal deslustrado, prensado dentro de molde, y de color nácar iridiscente, que reposa sobre el lecho espumoso del mar. El interior contiene un frasco de perfume en forma de perla, de cristal soplado dentro de molde, que tiene impresa la inscripción: “SAKS NEW YORK Fifth avenue”.



Caja del conjunto *Trésor de la Mer* diseñada por René Lalique y comercializada en Francia el 1939.

de la Mer a René Lalique (1860-1945) para celebrar el cincuenta aniversario de la empresa. El encargo fue realizado en una serie limitada de cincuenta ejemplares en la Maison Lalique (Combs, Francia) y se efectuó el año 1939, siguiendo el modelo diseñado el 6 de julio de 1936. La exposición Lalique and Cristal Lalique celebrada en el Saks Fifth Avenue a finales de 1987 mostró el único ejemplar documentado que se conserva íntegro y completo.¹⁸

El diseño excepcional de un frasco de cristal claro de estilo art déco que fue realizado durante el período de entreguerras entorno 1930 puede considerarse como modelo previo similar, en cuanto el tapón constituye una referencia cósmica: es una estrella de cinco puntas radiante que corona el depósito en forma de montículo. De hecho, el diseño de este frasco constituye un modelo inusual en la época.¹⁹

La idea de usar rostros solares resplandecientes no era original en el sector publicitario de los productos cosméticos en aquellos tiempos. De hecho, cincuenta años antes, los anuncios de *Ondine*, *Poudre de Riz*, comercializados entre 1890 y 1895 en Francia, utilizaron esta imagen. Fueron diseñados por el litógrafo e ilustrador parisino Ferdinand Misti (1865-1923), también conocido como Ferdinand Misti-Mifliez. Mientras uno de ellos muestra una joven con la cabeza radiante que está sonriendo mientras se maquilla ante un espejo elegante, el otro expone un caballero con la cabeza radiante que está feliz mientras se maquilla delante de una chimenea.²⁰

Dalí, como máximo exponente del surrealismo, ha influenciado la forma de los recipientes de perfume con sus diseños aparecidos a partir de los años treinta del siglo XX y comercializados por las empresas de perfumería Marquay, Schiaparelli, Lenthéric y Shulton. Esta influencia fue ampliamente mostrada en una excepcional exposición monográfica dedicada a sus diseños de perfume: *Die Göttlichen Düfte* o *Las fragancias divinas de Dalí* celebrada en el Museum Europäische Kunst (Castillo de Nörverich, Alemania) en mayo de 2004.²¹

Resulta creíble que Dalí hubiese podido contemplar este modelo durante el período de trabajo como aparadorista de los grandes almacenes Bonwit Teller, donde preparaba la instalación del *Mito de Narciso*, que era mostrada en dos aparadores. Dado que Saks también estaba situada en la misma Fifth Avenue, podía haber contemplado Mollusque mientras iba a trabajar.

Los grandes almacenes Saks Fifth Avenue de Nueva York encargaron una edición especial del perfume *Trésor*



Par de anuncios *Ondine*, Poudre de Riz, diseñados por Ferdinand Misti y comercializados en Francia entre 1890 y 1895.

NOTES

1. Melinda CHURCHFIELD y Arielle HART, Elsa Luisa Maria Schiaparelli. "Perfume and Scent Bottle Quarterly", International Perfume Bottle Association, Illinois, EE.UU, vol. VI, núm. II, invierno 1994, pág. 5-7.
2. Ricard Mas Peinado, *Univers Dalí. 30 recorreguts per la vida i l'obra de Salvador Dalí*, Lunwerg Editores, Barcelona, 2003, pág. 229-233.
3. Baccarat. *The perfume bottles. A collector's guide*, Compagnie des Cristalleries de Baccarat, Henri Addor & Associés, París, 1986, pág. 211, núm. 798.
4. Lluís LLONGUERAS, *Todo Dalí. Vida y obra del personaje más genial y espectacular del siglo XX*, Ediciones Prensa y Video S.L., Barcelona, 2003, pág. XVI.
5. Ricard MAS PEINADO, *op. cit.* pág. 249-253 y 273-277. "La huella de Dalí", *Vogue*, España, febrero 2004, pág.166-175.
6. Elsa Crohn, *Schiaparelli*. "Perfume Bottle Quarterly", International Perfume Bottle Association, Illinois, EE.UU., vol. XVI, núm. 2, invierno 2004, pág. 6.
7. Monte Aguer, y Fèlix Fanés, et ál, *Dalí. Cultura de masses*. Fundació "la Caixa"– Fundació Gala–Salvador Dalí., Barcelona, 2004., pág. 141 y 147.
8. Marta MUNTADA ARTILES, "Museu del Perfum. Fundació Planas Giralt", *Monumenta*, Barcelona., núm. 8, diciembre 2004, pág. 12 y 13; Ramon Planas Buera, "Salvador Dalí i la Règia", *Regia*, núm. 216, Barcelona, verano 2004.
9. Montse AGUER y Fèlix FANÉS, *Salvador Dalí. Àlbum de família*, Fundació Gala-Salvador Dalí.– Fundació "la Caixa", Barcelona, 1998, pág. 50 y 51.
10. Wilhelmina VAN WEELE, *Salvador Dalí: The master, his ideas, his work*, "Perfume and Scent Bottle Quarterly", International Perfume Bottle Association, Illinois, EE.UU., vol.VI, núm. II, invierno 1994, pág. 8 y 9.
11. Marie-Christine Grasse; Ariane Lasson et ál., *Musée International de la Parfumerie*, Gras, Collection MUSÉES 2000, France, 1991, pág. 64.

12. Christie MAYER LEFKOWITH, *The Art of Perfume*, Thames and Hudson, Gran Bretaña, 1994, pág. 170.
13. Christie MAYER LEFKOWITH, *op. cit.*, pág. 165-172.
14. Lluís LLONGUERAS, *op. cit.*, pág. 192-200.
15. Montse AGUER; Fèlix FANÈS, et ál., *op. cit.*, 2004.
16. Lluís LLONGUERAS, *op. cit.*, pág. LXXXIV.
17. Félix MARCILHAC, *R. Lalique. Catalogue Raisonné de l'oeuvre de verre*, Les éditions de l'amateur, París, 1989, pág. 944.
18. Mary LOU y Glenn UTT, *Lalique. Perfume bottles*, Crown Publishers, Inc. Nueva York, 1990, pág. 104-106.
19. Jacqueline JONES-NORTH, *Perfume, Cologne and Scent Bottles*, Schiffer Publishing. Pensilvania, 1986, pág. 49-58.
20. Marie-Christine GRASSE, *Femmes de Parfum. Visages d'hier & d'aujourd'hui*, Éditions Milan, Toulouse, 1996, pág. 29.
21. Detlef LEHMANN, *Die Göttlichen Düfte. Salvador Dalí und seine Parfums (The Divine Fragrances of Dali)*, Europäische Kultur Stiftung, Ed. Marco, Alemania, 2004.