

PEDRO RODRÍGUEZ Y EL INICIO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA MODA ESPAÑOLA

SÍLVIA ROSÉS CASTELLSAGUER

BAU, CENTRO UNIVERSITARIO DE DISEÑO DE BARCELONA

SILVIOSCA@YAHOO.ES



Pedro Rodríguez y el inicio de la internacionalización de la moda española by Sílvia Rosés Castellsaguer is licensed under a Creative Commons Reconocimiento- NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional License.

ABSTRACT

En 1953 el Régimen Franquista firma un convenio con Estados Unidos, con la intención de promocionar el turismo como fuente de entrada de divisas que ayude a la recuperación de la economía española, convirtiéndose en una tímida apertura frente al mundo exterior. Este cambio de rumbo en la política afectará de manera drástica al sector de la moda, que hasta el momento había vivido de espaldas a sus coetáneos extranjeros. Asimismo, el gobierno descubrirá también la moda como cebo para atraer una afluencia de público adinerado. Es por este motivo que la Dirección General de Turismo, a pesar de no ofrecer un apoyo directo al sector, sí se mostrará receptiva a las acciones propuestas desde la Cooperativa de Alta Costura, que impliquen un intercambio en el público extranjero. Ante esta oportunidad, Pedro Rodríguez iniciará durante los años 1950 una fructífera etapa de internacionalización, en la que además de abrirse camino de manera particular contribuirá a crear unos canales que facilitarán, posteriormente, la expansión de la moda española.

Pero si durante la década de 1950 Pedro Rodríguez iniciará su internacionalización, será ya en la de 1960 cuando esta presencia en el extranjero se consolidará. Una presencia que se dará de manera individual pero también junto con los principales protagonistas de la alta costura española. Así pues, la moda española tendrá una destacada presencia en certámenes internacionales de trascendencia, especialmente en las Exposiciones Universales de 1958 y 1965.

La alta costura española sabrá aprovechar los esfuerzos que destinará el Ministerio de Información y Turismo para promoverla fuera de las fronteras, como clara estrategia para mejorar la deteriorada imagen que el régimen franquista proyectaba en el exterior. Como consecuencia de ello, la moda española vivirá uno de los momentos más esplendorosos de su historia durante el siglo XX.

TEXTO PRINCIPAL

Pedro Rodríguez fue una figura imprescindible para comprender la historia de la moda española durante el siglo XX, a pesar del olvido en el que se le ha sometido hasta hace bien poco. En primer lugar, por sus diseños de moda, los cuales llegaron a un grado de perfección técnica y de innovación estilística comparables al de los principales creadores del panorama internacional. Y, en segundo lugar, como figura principal que contribuyó al nacimiento y consolidación de una alta costura española que llegó a su etapa de esplendor a mediados del siglo XX y se proyectó internacionalmente durante las décadas de 1950 y 1960.

Rodríguez inició sus incursiones en el extranjero, desde un sentido profesional, hacia el año 1920. Realizó toda una serie de viajes que, dada su juventud, respondían, en este primer momento, a aprender de la moda internacional y de las corrientes imperantes más que a mostrar sus creaciones. Una situación que finaliza con el estallido de la Guerra Civil Española, cuando se vio forzado al exilio que le llevó a vivir entre Roma, París y Londres.

Una vez finalizada la Guerra Civil Española, el país quedó postrado en una profundísima crisis económica, de difícil y lenta recuperación. Habría que esperar como mínimo una década para empezar a vislumbrar un incipiente desarrollo industrial, que avistara un horizonte de prosperidad. Sin embargo, una vez terminada la II Guerra Mundial en 1945, será cuando Pedro Rodríguez empezará a recibir sus primeras invitaciones para desfilarse en diferentes países, sobre todo de Europa (Inglaterra, Holanda, Bélgica, Alemania, Italia,...), pero también haciendo visitando África, especialmente Egipto. Estas acciones, llevadas a cabo durante la segunda mitad de los años 1940, resultaron ser la antesala de su expansión fuera de España (Magda Solé 1965).

El mes de septiembre de 1953, España firmó el primer convenio con Estados Unidos, con la intención de promocionar el turismo como una fuente de entrada de divisas que ayudara a la economía española,

convirtiéndose en una tímida apertura frente al mundo exterior.¹ Este cambio de rumbo en la política afectará de manera drástica el sector de la moda, que hasta el momento había vivido de espaldas a sus coetáneos extranjeros. Como consecuencia, el gobierno también descubrirá el mundo de la moda, además de como un elemento adecuado para mejorar la deteriorada imagen que el régimen franquista proyectaba en el exterior, también como un inmejorable cebo con el que atraer una afluencia de público adinerado.² Un público, el de la Alta Costura, que constituía el mejor de los visitantes posible, por su elevada capacidad adquisitiva, dejando una importante suma de divisas a su paso. De este modo, la Dirección General de Turismo, a pesar de no ofrecer un apoyo muy significativo en un primer momento, sí se mostrará receptiva a cualquier acción propuesta desde la Cooperativa de Alta Costura,³ que implique un intercambio respecto al público extranjero.

Ante esta puerta, que a pesar de no abrirse totalmente sí dejaba un resquicio suficientemente grande, Pedro Rodríguez iniciará durante los años 1950 una fructífera etapa de internacionalización de su moda, dándose a conocer a las principales capitales del mundo y tomando como primer objetivo el continente americano. Y para posicionarse entre la clientela americana, se valdrá de tres elementos que fueron cruciales en su expansión por Estados Unidos: Aline Griffith, condesa de Quintanilla, como musa y perfecta embajadora de su moda, la periodista Elsa Maxwell (Elsa Maxwell (s / d)), con sus influyentes crónicas de sociedad, y las colaboraciones en superproducciones de Hollywood.⁴ Además de abrirse camino de manera particular, Rodríguez contribuirá a crear unos canales que facilitarán posteriormente la expansión de la moda española por doquier y a posicionarla en primera línea. A lo largo pues de la década de los años 50, Pedro Rodríguez aparecerá a menudo junto a creadores como Maggy Rouff, Emilio Pucci, Jacques Heim o Yves Saint Laurent, entre otros, contribuyendo a posicionar España dentro del mundo de la moda internacional, y erigiéndose como una perfecta alternativa, por su excelente relación calidad precio, en comparación con las propuestas de los grandes *couturiers* de París.

¹ Esta acción debe entenderse en el contexto de la Guerra Fría (1945-1991), que enfrentaba dos bloques representados por los Estados Unidos y la Unión Soviética, respectivamente. Una de las medidas que llevarán a cabo los Estados Unidos será el Plan Marshall, orientado a la reconstrucción de los países europeos después de la II Guerra Mundial y destinado, al mismo tiempo, a frenar el avance del comunismo. Aunque España no estará dentro del Plan Marshall, durante la década de los años 50 recibirá ayudas de manos de Estados Unidos.

² El apoyo del gobierno respecto al mundo de la moda nunca se manifestó de una manera clara, ya que este estuvo más dirigido a cuestiones de imagen y no a desarrollar una estrategia real de ayuda y promoción del sector.

³ La Cooperativa de la Alta Costura fue una organización creada en 1941, inspirada en la *Chambre Syndicale de la Haute Couture Parisienne*, con el fin de proteger, potenciar y difundir la moda española, tanto a nivel nacional como internacional. Sus principales impulsores fueron Segismundo de Anta, Ricardo Maese y Pedro Rodríguez, quien ostentará el cargo de presidente desde su nacimiento hasta el 1985. Esta organización fue crucial para comprender la etapa dorada de la alta costura española en los años 1950 y 1960 y su internacionalización.

⁴ Especialmente durante la década de 1960, algunos productores de Hollywood, como es el caso de Samuel Bronston, descubrieron España como un país adecuado para los rodajes, gracias a la luz, a la riqueza de los exteriores, la seguridad que ofrecía el país y los bajos costes y sueldos reducidos de los trabajadores. Como consecuencia, Pedro Rodríguez colaborará en varias películas diseñando el vestuario y se dará a conocer entre el *Star System* americano, incorporando a actrices como Ava Gardner, Bette Davis o Rita Hayworth entre su lista de clientes. Un hecho que, sin duda, contribuyó a obtener un mejor posicionamiento entre el mercado americano.

El punto de partida será cuando Pedro Rodríguez presentará su colección de primavera-verano de 1952 en el Desfile Internacional de la Costura Mundial, que tuvo lugar a finales del mes de febrero en la ciudad de Filadelfia. Por primera vez, España estuvo representada en este evento, en el que tenían cita las principales capitales de la moda. Acompañado de la creadora de sombreros Pilar Gabasa, Rodríguez consigue erigirse como abanderado de la moda española entre el mercado internacional. Su actuación no finalizará en Filadelfia, ya que, seguidamente, exhibirá sus propuestas en el festival benéfico World Fashion Trends Parade, en Atlantic City, Nueva Jersey.

La prensa del momento destacó, de entre todas las casas participantes, la Ferdinandi de Roma, la diseñadora Maggy Rouff de París y Pedro Rodríguez, que presentó una chaqueta bordada, con claras reminiscencias toreras:

"Pedro Rodríguez of Madrid showed one of the most dramatic evening creations in a box coat, completely covered with flowers of horsehair, centred with jewels and surrounded with embroidery. This is typical of the fine handwork of the Spanish and Echoes the vivid elegance of the Fiesta spirit of toreadors costumes"(Autor Desconocido 1952).

Con las muestras de Filadelfia y Atlántic City, Pedro Rodríguez estará abriendo las puertas al mercado americano y dará el primer paso para que la moda española adelante posiciones dentro del panorama internacional. En el primero de los certámenes, el público estadounidense quedó impresionado por las propuestas del diseñador, consiguiendo que cuatro casas adquirieran modelos suyos (Ignacio Artoyo 1952). Los especialistas americanos, sobre todo del sector de los grandes almacenes, descubrieron en Rodríguez las posibilidades de una nueva "cantera" emergente de creadores, la española, que restaba todavía virgen hasta el momento. Ante esta posibilidad de negocio, Robert Dunev, de la casa Goetsch y Cía, promovió la organización de un certamen con la voluntad de que los compradores americanos descubrieran unos creadores de moda, capaces de ofrecer unos modelos de alta costura de elevada calidad y, lo que era más interesante para ellos, a unos precios considerablemente inferiores a los franceses y a los italianos (José Félix del Alcázar 1952).

Como consecuencia, el señor Dunev, actuando en representación de 25 grandes almacenes de Estados Unidos en calidad de comprador, y la Cooperativa de la Alta Costura Española presidida por Pedro Rodríguez organizaron el I Festival de la Moda Española en Madrid. El certamen tuvo lugar del 18 al 20 de agosto de 1952 y tuvo presencia una importante representación del mundo de la moda americana. En cuanto a la prensa, asistieron las revistas *Life*, *Cosmopolitan*, *Detroit News*, *Mademoiselle*, *Women's Wear Daily*, *New*

York Times, entre muchas otras, y destacó la asistencia de las dos grandes figuras de la moda del momento: Carmel Snow, de *Harper's Bazaar* y Bettina Ballard, de *Vogue* (Cleo 1952).⁵

El día 19 de agosto tuvieron lugar los desfiles de las cinco casas más importantes del panorama estatal: Pedro Rodríguez, Manuel Pertegaz, Santa Eulalia, el Dique Flotante y Asunción Bastida.⁶ Cada una de ellas mostró colecciones completas de otoño-invierno, con una media de entre ciento cincuenta y doscientos modelos por desfile; sin duda un grandísimo esfuerzo, tanto de creatividad como económico. Las propuestas presentadas por las cinco casas vinieron determinadas por la recuperación del costumbrismo tradicional, pero adaptado a unos modelos afines a la línea internacional imperante, la del *New Look*. Además de las propuestas de Pedro Rodríguez destacará entre el público asistente el modelo "Montañesa" de Asunción Bastida, claramente inspirado en la indumentaria popular española. Un vestido que gustó tanto que la revista *Life* le dedicará toda la portada del número de septiembre (Autor Desconocido 1952).

El certamen recibió el apoyo y la colaboración de la Dirección General de Turismo. Un hecho en absoluto altruista, ya que, desde el principio, debió ver la importancia que podía tener esta industria como fuente productora de divisas. Sería también una oportunidad para mostrarse al mundo y redefinir la imagen del país, hasta el momento más vinculada con el conflicto bélico y con un régimen dictatorial, que, a partir de ahora, se proyectaría con su costumbrismo más castizo. Prueba de ello será el extenso reportaje de doce páginas de la revista *Life*, en el que, además de destacar el valor de la moda española exhibida en la feria, se pondrá de manifiesto un país "amable", con los toros y las flamencas, lleno de pintoresquismo, con la Semana Santa, con las grandes catedrales repartidas por el territorio y el paisaje rural guarnecido por los campos de olivos; en definitiva, mostrando un destino ideal para que el pueblo americano disfrutara de unas buenas vacaciones (Autor Desconocido 1952).

Con este evento, España no se proponía el hito de desbancar París como centro de la moda, pero sí que le planteaba un *tour de force*, cuestionando su condición de dictador indiscutible. España y, para ser más exactos, Barcelona, si bien no presentaban unas propuestas totalmente independientes de los dictados franceses, sí planteaban unas condiciones competitivas a nivel comercial que podrían dañar el sistema francés. A pesar de que un joven Hubert de Givenchy afirmaba que la elegancia parisina no se podía ver amenazada por el simple hecho de que el país vecino ofreciera unos precios más bajos, Antonio C. del Castillo, el *couturier* de origen español de la casa Lanvin, una vez terminado el certamen, confesó la

⁵ Carmel Snow, editora de la edición estadounidense de la revista *Harper's Bazaar*, y Bettina Ballard, editora de la edición estadounidense de *Vogue*, fueron dos de las personalidades periodísticas más influyentes del panorama de la moda internacional, sobre todo durante la década de los años 1950.

⁶ Este festival resultó ser el primer evento en el estado que uniría las casas de alta costura española para mostrar juntas sus creaciones, convirtiéndose en el futuro en un formato muy habitual en el sector de la moda y que sigue vigente aún en la actualidad. Este hecho, que resultó ser una de las grandes aportaciones de la organización, la diferenciará del *Chambre Syndicale de la Haute Couture Parisienne*, ya que la Cooperativa será de las pocas sino la única entidad de esta naturaleza en hacerlo.

preocupación de varios diseñadores por las repercusiones que esto podía tener hacia sus ventas. El certamen era un hecho a tener en cuenta, si consideramos que un vestido bordado de noche hecho en España podía llegar a costar la décima parte de uno francés. Asimismo, no podemos olvidar ciertos motivos de descontento de los compradores foráneos hacia la industria parisina, que la prensa ponía de manifiesto: la falta de imaginación creadora en las dos últimas exhibiciones, la ausencia de nuevos diseñadores -a excepción de Givenchy-, los elevados costes del personal y de los tejidos que repercutían en los costes finales del modelo y la reticencia de muchos compradores comerciales a pagar la elevada suma de mil dólares⁷ para ver los desfiles, compraran o no (Autor Desconocido 1952). Por otro lado, el sector de la moda española, para estar a la altura de este nuevo reto, deberá ser capaz de satisfacer la gran demanda de la industria americana, que querrá grandes cantidades a una gran velocidad de fabricación.

Este certamen representó el primer paso hacia una internacionalización de la moda española durante los años 1950, al que seguirán seis ediciones más del Festival de la Moda Española. La segunda tuvo lugar muy pronto, en el mes de enero de 1953, con la voluntad de dar rápida continuidad a la primera y conseguir fidelizar el mercado internacional. A pesar de seguir la esencia y formato de la primera, en esta edición se dará un cambio importante que consistirá en el hecho de adelantar las fechas para que los desfiles tuvieran lugar antes que las de París, Londres, Florencia y Venecia. Un acto, por una parte, de una gran audacia táctica ya que, de este modo, se aseguraban que los compradores llegaran a Barcelona aún con los bolsillos llenos y con todo el presupuesto por gastar. Y, por otra parte, demostraba una gran valentía, al poner de manifiesto ante el resto del mundo, que la moda española tenía plena autonomía respecto a los dictados de París. Una manera de disipar cualquier insinuación de plagio por parte de los creadores españoles. Como afirmaba la prensa del momento:

“Esto representa un verdadero alarde de dichas firmas, que constituyen la avanzada de la creación modisteril española. Anticiparse a las exhibiciones de París y Venecia representa poner los primeros alfileres en los patrones de la moda primaveral y estival, y, por tanto, lanzarse a dar la pauta en plan de franca competencia con los que hasta ahora pasan por “dictadores” de la moda en el mundo. ¿No es esta prueba suficiente de la importancia alcanzada por la moda española en los pocos años que median entre la creación de la Cooperativa de Alta Costura y el momento actual?” (Autor Desconocido 1953).

Posteriormente a las siete ediciones totales del Festival de la Moda Española, se pasó a que cada creador hiciera las exhibiciones en las propias casas de costura, destinando un número de desfiles exclusivamente para el público extranjero, seguidas de las reservadas al sector de la modistería y finalmente los desfiles para las clientas.

⁷ Para aproximarnos al valor de esta cifra, podemos tener en cuenta que, en 1950, un dólar equivalía a 52,52 pesetas

Paralelamente al desarrollo de estos certámenes, Pedro Rodríguez y bajo el amparo de la Cooperativa de la Alta Costura Española, seguirá mostrando sus creaciones por las principales ciudades europeas y americanas, posicionándose, poco a poco, entre los diseñadores internacionales más sobresalientes. Una internacionalización que llegará a su punto culminante con la participación de la moda española en la Exposición Universal de 1958 de Bruselas. En ella desfilarán cinco casas de Madrid (EISA, Marbel, Rango, Vargas Ochagavía y Caruncho) y cinco de Barcelona (Pedro Rodríguez, Santa Eulalia, Asunción Bastida, Pertegaz y El Dique Flotante). Todas ellas exhibirán modelos bajo un mismo *Leitmotiv*, la línea "Goya", basado en las pinturas de Francisco de Goya, concretamente en el cuadro Marquesa de la Solana. Una línea que tenía la voluntad de proponer una alternativa a la línea "Imperio" con la que se presentaron los creadores de París y remarcar la autonomía de la moda española respecto a la parisina (José María Calle 1958, Raquel Heredia 1958 y P. de A. 1958). Pero, a pesar de la voluntad de mostrar unas creaciones independientes de las casas de París, puede afirmarse que ambas tenían una morfología bastante común, a pesar de la inspiración de las casas españolas en la tradición de su indumentaria. Una silueta caracterizada por una tendencia triangular con un desplazamiento de la línea de la cintura que quedará emplazada debajo del pecho. Una nueva silueta que ya estará anticipando la futura Línea "Trapezio" que regirá la moda durante la década de 1960.

Si bien durante la década de los años 1950 fue el período en que Pedro Rodríguez plantó la semilla en el extranjero, los años 1960 supondrán la germinación del trabajo hecho, convirtiéndose en el momento de su internacionalización más potente para la que destinará mucha energía. Una tarea que se verá altamente potenciada por las figuras de Joaquín Rodríguez y Marta Holgado, hijo y nuera de Pedro Rodríguez que, además de regentar la casa de Madrid, dirigirán las campañas orientadas a los mercados exteriores.

La internacionalización de la casa Pedro Rodríguez durante los años 1960 tendrá dos tendencias claramente marcadas, que alternará también con destinos europeos. La primera será la del continente asiático, tomando como destinos principales China, Filipinas y Japón (Autor Desconocido 1962). El inicio de esta conquista no será fruto de una elección aleatoria del destino, sino que tomará como punto de partida la ciudad de Manila, por ser la capital de un país con una larga tradición de relaciones con España como ex-colonia.

La segunda, de gran importancia para él pero también para la moda española en general, volverá a ser América, donde, si bien durante la primera mitad de la década viajará de manera individual, tal y como lo había estado haciendo durante los años anteriores, a mediados de 1960 comenzará a hacerlo de manera colectiva, junto con el resto de creadores españoles. Ello se deberá a los esfuerzos que destinará el Ministerio de Información y Turismo, con Fraga Iribarne al frente, para promover la Moda Española fuera de las fronteras, como estrategia para mejorar la imagen del país y del Régimen en el exterior. Uno de los episodios más destacados será la participación de las principales casas españolas en la Feria Mundial de Nueva York de 1965, la cual reportó grandes éxitos para la moda de nuestro país (María Dolores Muñoz 1965).

La figura de Pedro Rodríguez será crucial para que la moda española inicie su presencia internacional. Si bien en un principio lo realizó de manera individual, ya estaba abriendo los canales a través de los cuales sus coetáneos comenzarán su proyección en el exterior. Una proyección que en un principio, durante los años 1950, será más tímida pero que con el tiempo y gracias a la labor realizada por la Cooperativa de la Alta Costura Española, se realizará de manera más frecuente, conjunta y coordinada. Pero a pesar de los esfuerzos realizados y la elevada calidad de sus propuestas, la alta costura española nunca acabará dando el paso definitivo que la sitúe al mismo nivel de las grandes capitales de la moda. Uno de los motivos es que no contará con un apoyo real por parte de las instituciones gubernamentales. Estas estarán especialmente interesadas en la vertiente más social y festiva de la moda, que les sirviera en cuestiones de imagen, más que por una dimensión más empresarial, ayudando a articular y consolidar un sistema sólido para la moda española para asegurar su continuidad. Pero esta responsabilidad no recaerá sólo en el gobierno, ya que es muy probable que los mismos creadores tampoco estuvieran preparados, a nivel de gestión de empresa, para expandirse comercialmente en el extranjero. En el caso de Pedro Rodríguez y viendo sus diferentes actuaciones, nos lleva a advertir que gran parte de los numerosos viajes que realizó respondían a invitaciones que recibía de las diferentes instituciones, en vez de ser la consecuencia de una estrategia empresarial ideada desde la casa. Ello dará lugar a una actividad muy intensa internacional pero que, aparte de los éxitos momentáneos por la alta calidad de sus creaciones, no vendrá acompañada de una estrategia de empresa sólida para dar respuesta y continuidad a todos los esfuerzos.

Bibliografía

Autor Desconocido (1952) "Exhibición de la moda española en Madrid", *¡HOLA!*, núm. 421 (Fondo documental del Museo del Traje de Madrid: MTFD042502).

Autor Desconocido (1962) "First Lady Heads Guest List, at Gala Night affair Feb. 15", *The Philippine Tribune* (Fondo documental del Museo del Traje de Madrid: MTFD042547).

Autor Desconocido (1953) "La moda española se anticipa a la francesa y a la italiana", *La Prensa* (Fondo documental del Museo del Traje de Madrid: MTFD042504).

Autor Desconocido (1952) "Los modelos de los mejores modistos españoles pasearán por el mundo", *Informaciones* (Fondo documental del Museo del Traje de Madrid: MTFD042501).

Autor Desconocido (1952) "Se impone en los EE.UU.", *Levante* (Fondo documental del Museo del Traje de Madrid: MTFD042501).

Autor Desconocido(1952) "World Fashion Trends Parade in Colorful Atlantic City Revue", *The Philadelphia Inquirer* (Fondo documental del Museo del Traje de Madrid: MTFD042503).

Arroyo, Ignacio (1952) "Éxito definitivo del Festival de la Moda Española, en Madrid", *Solidaridad Nacional* (Fondo documental del Museo del Traje de Madrid: MTFD042501).

Calle, José María (1958) "La Línea Goya (España) frente a la Línea Imperio (Francia)", *Informaciones* (Fondo documental del Museo del Traje de Madrid: MTFD042535).

Cleo (1952) "Hemos triunfado, con la línea España", *La Almudaina* (Fons documental del Museo del Traje de Madrid: MTFD042502).

DD.AA. (2012) *Pedro Rodríguez. Catàleg dels vestits de Maria Brillas*, Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Institut de Cultura, Museu Tèxtil i d'Indumentària de Barcelona (DHUB).

DD.AA. (1986) *VESTImoda* (número especial dedicado a Pedro Rodríguez), núm. 139-140.

DD.AA. (1976) *Exposición – Homenaje a Pedro Rodríguez*, Barcelona: Círculo de Escritores de la Moda, Diputació de Barcelona, Cámara de la Moda Española y Agrupación Nacional de Empresas Confeccionistas.

Del Alcázar, José Félix (1952) "Rueda de prensa entorno (sic) al Gran Festival de la Moda", *Informaciones* (Fodos documental del Museo del Traje de Madrid: MTFD042501).

Heredia, Raquel (1958) "La línea Goya, un hallazgo español para la moda del mundo", *El Español*, pág. 59-63.

Maxwell, Elsa. "Top This... Our E. M. Dons a Wig" (Fons documental del Museo del Traje de Madrid: MTFD042531).

Muñoz, María Dolores (1965) "En Nueva York el recuerdo de suarte", *Diario de Barcelona*, (Fons documental del Museo del Traje de Madrid FDMT042544).

- P. de A (1958) "Alta costura española en la Exposición de Bruselas", *Teresa*, pàg. 12-17.
- Rodríguez, Pedro (2012) *Para comprender la moda, con alcuni consigli di eleganza*, Torino: add editore.
- Rodríguez, Pedro (1945) *Para comprender la moda*, Barcelona: Editorial Dolmen.
- Seeling, Charlotte (2011) *Moda. 150 años. Modistos Diseñadores Marcas*, Barcelona: H. F. Ullmann-Equipo de Ediciones S.L.
- Seeling, Charlotte (2000) *Moda. El siglo de los diseñadores. 1900-1999*, Madrid: Editorial Köneman, Madrid, 2000.
- Solé, Magda (1965) "La Placa del Mérito Turístico, a dos modistas españoles", *Hoja del Lunes*, pàg. 15
- Solé, Magda (1991) *Pedro Rodríguez*. Col. Gent Nostra, Barcelona: Editorial Labor.
- Vaquero, Isabel (2007) "El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX", *Indumenta*, núm. 00 / 2007: pàgs. 123-134.
- Villarta, Ángeles (1969) "Pedro Rodríguez: medio siglo de moda española", *Ya*, pàgs. 2 i 3.
- Wilcox, Claire (2007) *The Golden age of couture*, London: V&A Publishing.