



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

Departamento de Historia del Arte

TRABAJO FIN DE GRADO

LA IMAGEN DE LA MUJER EN LA PUBLICIDAD MODERNISTA

Presentado por:

Irene Conde Valverde

Tutora:

María José Redondo Cantera

Valladolid, curso 2016-2017

“Las mujeres han vivido todos estos siglos como esposas, con el poder mágico y delicioso de reflejar la figura del hombre, el doble de su tamaño natural”

Virginia Woolf

Autora:

Irene Conde Valverde

Universidad de Valladolid

Tutora:

María José Redondo Cantera

Universidad de Valladolid

Resumen:

A finales del siglo XIX y principios del XX se suceden una serie de acontecimientos que darán lugar a la aparición de nuevos planteamientos sobre el papel de la mujer en la sociedad occidental, lo que generó la creación de distintas tipologías femeninas que tendrán su correspondencia en las imágenes artísticas. Mientras unas mujeres lucharán por lograr obtener unos derechos como ciudadanas, otras se dedicarán a otras actividades en las que podrán hacer ostentación del lujo del que disfrutaban, sin darse cuenta de la emancipación femenina que se estaba acercando.

En paralelo, las Artes reflejarán esta situación, de manera que el anterior imaginario de las mujeres delicadas y de dulzura casi mitológica se transformará en el que represente a la mujer trabajadora o la deportista, entre otras. El desarrollo del Modernismo catalán, que se sitúa a un nivel europeo, tendrá en el cartelismo uno de sus medios de expresión, con imágenes que llegan hasta nuestros días.

Se trata de una época en la que se producen una serie de cambios en la sociedad, en la economía e incluso en los hábitos de vida y en la moda, se irán instalando en el día a día de la sociedad española.

Palabras clave.

Mujer, Modernismo, Cartelismo, Barcelona, Siglos XIX y XX.

Author:

Irene Conde Valverde

Universidad de Valladolid

Tutor:

María José Redondo Cantera

Universidad de Valladolid.

Abstract

At the end of the 19th century and the beginning of 20th century a series of events took place that will give rise to the emergence of new approaches on the role of women in Western society, which leads to the creation of various female typologies that will have their correspondence in the artistic images. While women will struggle to gain the rights as citizens, others engage in other activities in which they worship in luxury of what they enjoy, without the account of the feminine emancipation that was approaching.

In parallel, the arts reflect this situation, in the way that the former imaginary of delicate women and the almost mythological sweetness are transformed into that representing the working woman or sportsman, among others. The development of Catalan modernism, which is situated at a European level, has in the cartelism one of its means of expression, with images that reach to our days.

This is a time in which a series of changes in society, in the economy and also in the habits of life and fashion, takes place in the day of Spanish society.

Keywords.

Woman, Modernism, Posters, Barcelona, 19th and 20th centuries.

ÍNDICE

1. MOTIVACIÓN
2. METODOLOGÍA
3. ESTADO DE LA CUESTIÓN
4. CONTEXTO
5. MODERNISMO EN CATALUÑA
 - 5.1. Cataluña en el siglo XIX
 - 5.2. *Modernisme Català*
 - 5.3. Influencia de París
6. LA MUJER
 - 6.1. La mujer en el arte
 - 6.2. La mujer en España
7. LA PRENSA
 - 7.1. La publicidad y sus inicios
8. EL CARTELISMO
 - 8.1. Características del cartelismo
 - 8.2. Tipos de cartelismo
9. EJEMPLOS DEL CARTELISMO Y SUS AUTORES
 - 9.1. El cartelismo en Cataluña
 - 9.2. El cartelismo fuera de Cataluña
10. CONCLUSIONES
11. BIBLIOGRAFÍA

1. MOTIVACIÓN

Los siglos XIX y XX han sido siempre objeto de mi curiosidad, principalmente por ser unos años de importantes cambios, sobre todo en el Arte.

Estos cambios afectan a la formación de la sociedad en la que vivimos actualmente. El despegue de la industria, los miles de estudios científicos y teóricos que se realizan, los cambios en la indumentaria, el transporte o incluso en la manera de ver la vida son vitales para entender todo el contexto en el que se desarrolla el tema de mi trabajo y ello ha aumentado más aún mi interés por este tema.

El pensamiento aristotélico sobre la mujer, a la que sitúa en un segundo plano respecto al hombre, y la Biblia han influido a lo largo de la historia en el pensamiento de los seres humanos hasta el punto de oscurecer su papel en la sociedad occidental. Por estos motivos, la etapa finisecular del siglo XIX es fundamental, ya que es el momento en el que la mujer empieza a ser libre y tomar las riendas de su independencia y sus derechos. Por ello es primordial conocer la situación de la mujer en el momento del que me voy a ocupar.

De todos los tópicos de mujer me he centrado en la elegante y la deportista por ser el tipo de fémina que empieza a tener esa emancipación sin saber que el ocio que proporcionaba el dinero de su marido era la clave para la liberación.

2. METODOLOGÍA

El primer paso para la elaboración de este trabajo ha sido la consulta de la bibliografía relacionada al final, que ha permitido la obtención de conocimientos y la comprensión de los fenómenos, necesarios para la síntesis que se presenta en este trabajo. Tales lecturas han sido básicas para comprender el contexto histórico de los cambios que se produjeron en torno al papel de la mujer, en Europa y en España. También ha sido esencial para acceder al conocimiento de las obras, su comparación y su posterior análisis.

El conocimiento de varias lenguas me ha proporcionado el acceso a una bibliografía más extensa, sobre todo a lo relacionado con la parte que atañe a Cataluña.

Por otro lado, las lecciones recibidas en la asignatura “Barcelona 1900”, impartida por la Doctora Teresa Montserrat Sala, que formaba parte del plan de estudios en mi movilidad SICUE, me han facilitado el conocimiento no solo de la pintura y la arquitectura, así como del resto de artes, sino también de la historia de estos años marcados por las Exposiciones Universales, por la evolución y la expansión de la ciudad. Además del contexto, me ha orientado en lecturas y visitas a los museos y exposiciones de la ciudad donde se encontraban esas obras. De este modo, he podido acceder a la observación directa de muchas de ellas. Esta movilidad también me ha proporcionado la mejora de la lengua catalana, la cual conocía aunque no en profundidad, y la capacidad de entendimiento de distintas ideas de una ciudad cosmopolita como fue Barcelona en la época del Modernismo.

En cuanto a la recopilación de imágenes no ha sido nada sencillo, pues ha habido que localizar muchas de ellas en revistas originales, afortunadamente digitalizadas. Algunas de estas revistas digitalizadas, como es el caso de *Pei & Ploma*, he podido encontrarlas en “arca”, un archivo digital de revistas antiguas. Esta página incluye publicaciones periódicas que son de especial relevancia para la cultura catalana. Además coopera con la Biblioteca de Cataluña y cuenta con el soporte del consorcio de Bibliotecas Universitarias de Cataluña (CBUC).

Otras webs consultadas son las páginas oficiales de los museos de Barcelona, entre ellos la del MNAC (Museu Nacional d'Art de Catalunya). En este museo también se puede consultar la gran colección de cartelismo, lo cual permite la observación directa de los carteles y afiches.

La parte que atañe al desarrollo del contexto histórico ha sido realizada gracias al libro de María López Fernández, *La imagen de la mujer en la pintura española: 1890-1914* (Madrid, 2006), utilizado como base del trabajo y a partir del cual he ido ampliando bibliografía. Dicho libro me ha ayudado a aprender sobre materias que desconocía, como la Historia de la Medicina y la Psicología e incluso ciertas curiosidades sobre la mujer, eje central del tema de este trabajo, en esta etapa finisecular.

Finalmente hay que mencionar el uso de tesis doctorales, publicaciones y documentos consultados en bibliotecas *on-line* para este Trabajo Fin de Grado.

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Creo que no hay suficientes estudios para explicar lo que el Modernismo y el cartelismo suponen en la Historia de la cultura visual del cambio de siglo y menos aún para exponer y comparar todas las obras de arte y artistas que durante este periodo de los inicios del feminismo.

El libro de María López Fernández *“La imagen de la mujer en la pintura española: 1890-1914”* (Madrid, 2006), ha sido esencial en este estudio en lo que a la mujer se refiere y la situación de la misma en las últimas décadas del siglo XIX y principios del XX. En este estudio se desarrolla toda la evolución de la imagen de la mujer. Con ello me refiero no solo al contexto socio-cultural en el que vivía o como era valorada por el sexo masculino, sino también como se estudia la psicología de la misma, su evolución como ciudadana y la manera de representarla en la pintura. A lo largo de todo el libro se sigue de la manera analítica toda la evolución de la historia del arte y la mujer, a través de los estudios de la época y los cuadros. Algunas de las publicaciones sociológicas y de estudios de la época a los que hace referencia la autora no han sido incluidas en la bibliografía pero si ha sido necesario consultarlas para poder entender el contexto, como por ejemplo las publicaciones de Thorstein Bunde Veblen, un sociólogo y economista de la época que explica qué es el ocio sostenible, o los estudios de la histeria que aquejaba a tantas mujeres. Sin ellos no hubiese comprendido muchos de los aspectos que la autora ha tratado.

Otra estudiosa de importante mención será Mireia Freixa. Esta profesora del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Barcelona, especialista en Novecentismo y Modernismo, tema sobre el que versó su Tesina, publicó en 1986 un libro fundamental sobre este tema, *El Modernismo en España* (Madrid, 1986). A él pude llegar gracias a la mención que hace Eliseo Trenc Ballester, en quien me centré para la búsqueda de información sobre las artes gráficas en España. Esta publicación de Ballester, *El modernismo en las artes gráficas en España, particularmente en Aragón* (Aragón, 2004), es de las pocas existentes sobre el estudio del cartelismo, entre otras Artes Decorativas, en nuestro país.

Se centra sobre todo en la zona de Aragón y Madrid, que compara con Cataluña. El estudio del cartelismo fuera de la comunidad catalana no es muy extenso, debido a la escasez de éste, tanto a nivel de influencia como del mismo desarrollo del cartelismo. Gracias a la obra de Trenc, tuve conocimiento de los estudios de Manuel Santiago García Guatas, profesor de la Universidad de Zaragoza, del que destacan sus estudios sobre José Galiay (publicista en Madrid y Zaragoza) en la publicación de La introducción del Modernismo en Zaragoza y José Galiay en el volumen de 2009 de la revista *Artigrama*, publicada por el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza (2009).

Todas estas publicaciones, llevándome de un lugar a otro, han permitido que, a través de su lectura, fuese entendiendo más el contexto y empezara a relacionar los conceptos. Por ello acudí a publicaciones acerca de la publicidad y su historia. En este campo destacó el libro de Antonio Checa Godoy, necesario para poder entender la publicidad, sus finalidades y su evolución.

En cuanto a feminismo son muchas las publicaciones y los estudios que se pueden encontrar hoy. La filósofa Marta Postigo Asenjo tiene varias publicaciones sobre género y feminismo, de las cuales una ha sido clave para poder centrar las ideas del feminismo en el trabajo, al menos a modo de pequeñas pinceladas. En relación con el trabajo de este Trabajo destaca *Mujer, feminismo y modernidad: atrapadas entre lo público y lo privado* (Sevilla, 2007).

En lo referente al cartelismo, la bibliografía es más extensa, en especial cuando se profundiza en ciertos autores. Del cartel modernista destacan los estudios de Victoria Salóm Vidal, *El cartel modernista catalán* (Barcelona, 1979), y de María Antonia Galán Quintanilla, *Un medio de documentación para la historia de la publicidad: El cartel modernista* (Madrid, 1983). Ambas realizan extensos estudios sobre esta materia, no solo en general, también haciendo pequeños análisis de algunos *ex libris* y comparando alguna que otra portada de revista y carteles. Estas dos publicaciones han sido esenciales para mi trabajo, pues en la de Salóm Vidal encontramos la división de los tipos de cartelismo e incluso el

contexto de la época, destacando el nacimiento de la *Sala Parés* o *Els Quatre Gats*, de vital importancia en la Ciudad Condal.

Finalmente, en cuanto a los artistas, la Universidad de Barcelona y su fondo de libros ha sido de gran utilidad. Ahí pude encontrar infinidad de libros sobre Alexandre de Riquer (1856-1920) y Ramón Casas (1866-1932), que se tratarán a lo largo del trabajo. El profesor de dicha Universidad y director de una de las áreas del MNAC (Museo Nacional de Arte de Cataluña), Rafael Cornudella Carré, a pesar de haberse doctorado en grabados del siglo XVIII, dedicó varias publicaciones a Riquer, a sus fuentes y carteles en su publicación "*Sobre els cartells d'Alexandre de Riquer i les seves fonts*". Para Ramón Casas quiero destacar los estudios de Cristina Mendoza, directora del Museo de Arte Moderno de Barcelona, *Todo Ramón Casas (2001)*. Esta publicación junto al libro de Erika Bornay, *Aproximación a Ramón Casas a través de la figura femenina*, han sido de gran utilidad. En ambos se hace un análisis de las mujeres que Casas retratará y los motivos que las hacen singulares con respecto al resto de retratos de mujeres de la época.

4. CONTEXTO

El siglo XIX es un momento clave en la historia. A lo largo de todo el siglo se producen grandes cambios, como la abolición del Antiguo Régimen, o momentos históricos como la redacción de las Cortes de Cádiz en 1812. Cabe destacar la pérdida de las colonias españolas en 1898, lo cual fue un gran golpe para el país en cuanto a psicología social, pues se empieza a ver a España como un país desfasado conforme a lo que ocurría en el resto de país.

Con la reina Isabel II exiliada y el fracaso de la República se propone la vuelta de los Borbones con Alfonso XII como candidato al trono. Esto es la conocida como restauración Borbónica (1874-1931), un momento de estabilidad institucional, de Revolución Industrial y movimientos sociales y políticos.

La Revolución Industrial en España sí tuvo lugar, pero con algunas diferencias con respecto a Europa, ya que la industrialización en nuestro país se empezó a desarrollar de manera más lenta pues la agricultura seguía primando entre las actividades económicas. Las zonas más industrializadas eran el País Vasco y Cataluña, mientras que Andalucía tenía una situación industrial prácticamente inexistente. Los transportes privados, como los coches que no aparecieron hasta finales de siglo, eran escasísimos y los públicos como el tranvía se desarrollaban con mucha lentitud.

El gran motor de la industrialización en España será la industria textil. Este campo se daba sobre todo en Cataluña pues había tenido una mecanización de fábricas rápida por el uso de carbón y de la fuerza hidráulica. Es la primera región española donde se da la Revolución industrial.

La economía era más libre, de tipo capitalista, lo que hace que se empiece a crear un fuerte consumo sobre todo por parte de la burguesía. Este mercado interior tenía un problema, la mayoría de la población era de clase baja y por lo tanto este comercio será, de momento, algo débil.

Otra clase social que aparecerá como efecto de la Revolución Industrial es el proletariado, los obreros. Esto que se estaba instalando en Europa, en España se desarrollaba con ciertas dificultades.

La sociedad estaba todavía dividida en clases: la aristocracia, sobre todo la económica, se fortalece con la Revolución industrial, el clero desaparece como clase pero su influencia en el estado sigue siendo muy fuerte y el proletariado carece de derechos.

En cuanto a la mujer, se aprecia el duro momento de la historia en el que se encontraba. Con la Revolución Industrial las mujeres de clase obrera empiezan a incorporarse al trabajo donde realizaban jornadas eternas, actividad que

tenían que combinar con el hogar y la familia. Por otro lado la mujer de clase alta se ve encerrada en una auténtica jaula de oro. De este modo la mujer es por primera vez un problema social como consecuencia de los grandes cambios en la producción y la economía.

Las ciudades empezaron a expandirse durante el siglo XIX mediante numerosas reformas urbanísticas derribando casas viejas y creando nuevos conceptos de vivienda. Además es el momento en el que empiezan a surgir los barrios periféricos o el alumbrado a gas que iluminaba las calles. Aparecen en el nuevo siglo nuevos modos de vida y de relación entre las clases más acomodadas, como las salas de lectura y de tertulia donde se comentaban los nuevos periódicos y el teatro se convierte en el lugar al que hay que asistir incluso para hacer negocios.

En todo este contexto vemos el cambio físico de las ciudades. La población empieza a crecer por el éxodo a las ciudades, las murallas estrangulan a la población e impiden una adecuada ventilación de las calles y el uso del ferrocarril implica la construcción de estaciones. De este modo las murallas se derriban, lo que permitió la ampliación de la ciudad. Esto lleva a la creación de los ensanches de las ciudades como barrios e incluso las barriadas obreras. Este crecimiento hace que los barrios cercanos acaben anexionándose a las grandes ciudades, gran ejemplo de ello es Barcelona.

Otro aspecto importante de los siglos XIX y XX es el nacimiento de los movimientos obreros, consecuencia también de la Revolución Industrial. Son tres los movimientos clave: el ludismo (movimiento inglés del siglo XIX que surge por los artesanos aquejados de la falta de trabajo que estos tenían debido a la creación de las industrias), el asociacionismo (trabajadores protegidos por una mutua) y la huelga. De este modo los trabajadores empiezan a representar un papel en lo político, lo que llevará al socialismo y, en su radicalización, al anarquismo.

Este último será entonces la ideología por la que cada vez más obreros optarían. Una parte de ellos formarán la corriente violenta que preferirá la propaganda por el hecho, llegando a cometer atentados como el del asesinato de Cánovas del Castillo (1897). El socialismo fue menos violento y fue liderado por Pablo Iglesias, creador del Partido Socialista Obrero Español en 1879.

Desde mediados del siglo XIX surgieron ciertos nacionalismos pero no fue hasta finales del mismo siglo cuando se convirtieron en ideologías políticas que se basaban en la exaltación del territorio propio, la cultura y la lengua. Así en Cataluña se verá con las Bases de Manresa (1892) el reclamo de una autonomía para la comunidad. Esto hizo que en el siglo XX en dicho territorio naciese la Liga Regionalista como conjunto de partidos nacionalistas. A caballo de lo que ocurría en Cataluña, en el País Vasco nace el Partido Nacionalista

Vasco que estableció las ideas básicas de su territorio, como el nombre de Euskadi, la bandera vasca y la búsqueda de una homogeneización de la lengua vasca.

En Cataluña el Institut d'Estudis Catalans impulsa fuertemente el nacionalismo intentando una producción artística que los reafirme bajo cualquier esfuerzo: “*Fent art se fa patria*”¹ (revista *Futurisme*). Recuperaron la lengua catalana, su literatura se emancipaba de la castellana y se empezaba a construir un arte nacional. Empezaban, además, a retratar sus paisajes a la manera de los clásicos lo que hizo que se vieran de manera universal. Esculturas como las de Manolo Hugué solo permitían saber de quién se trataba por el nombre de la obra y podría aplicarse a cualquier retrato.

¹ Revista catalana *Futurisme*. Junio 1907, Barcelona.

5. EL MODERNISMO EN CATALUÑA

5.1 Cataluña en el siglo XIX

Es Cataluña el foco donde mejor se formulan las bases de la industrialización, del Modernismo y del cartelismo. Esto se debe a que el *Noucentisme* es un momento de renovación para Cataluña, sobre todo de su cultura que gracias a la Lliga Regionalista se intenta hacer una nación armónica. Eugenio d'Ors fue uno de los grandes escritores que en su novela plasmará la figura simbólica de la mujer catalana y las bases de la catalanización del arte catalán. También creía que las féminas retratadas anteriormente estaban desfasadas. Así en la década de 1890 se intenta recuperar el mundo clásico-mediterráneo como una especie de Renacimiento cultural.

A mediados del siglo XIX se empieza a exigir cotidianeidad en el arte. En España será un fenómeno tardío, influido por la llegada del Realismo a nuestro país desde Francia. Pero también por la tradición naturalista española y la importancia del costumbrismo y la ilustración gráfica.

5.2 El *Modernisme català*

El *Modernisme català* se extiende todas las artes y se hace especialmente presente en el diseño y las artes decorativas. Este movimiento, conocido en toda Europa con distintos nombres, en Cataluña se diferencia de modo más marcado del resto de movimientos. La ciudad de Barcelona, la cual estaba prácticamente formándose en esos momentos, destacaba por motivos económicos, sociales e ideológicas debido al impulso de la cultura catalana que se orientaba hacia la búsqueda de un arte catalán y su *Renaixença*, lo que no habría sido posible sin la recuperación económica y la industrialización que permitieron que la ciudad volviera a convertirse en un importante centro productor, situándose a la cabeza con el comercio textil.

En Cataluña se creaba una aproximación al clasicismo a comienzos del nuevo siglo de manera que se depuraba el modernismo. Por ello los autores debían alejarse de los modelos clásicos y encontrar un argumento que permitiera la

recuperación de su espíritu. Explicar mejor Ese espíritu se encontraba en el lenguaje de la tradición catalana.

Barcelona, como hemos mencionado, estaba inmersa en numerosas reformas urbanas. De este modo se construyó el famoso *Eixample* cuyo plan fue diseñado por Ildefonso Cerdá. Para ello se derribaron de las murallas y se unieron a la antigua Barcelona los seis municipios que colindaban con el ensanche (Sants, Les Corts, Sant Gervasi, Gràcia, Sant Andreu y Sant Martí) El metro o el ferrocarril facilitaron el transporte incluso a pueblos colindantes, la iluminación de gas permitió calles más seguras y este mismo gas llegó incluso a las casas no sólo para para el alumbrado, sino también para cocinar. Toda esta serie de acontecimientos favorecieron el impulso de la ciudad.

No debe olvidarse tampoco la importancia que tuvieron en este momento y en esta ciudad la Exposición Universal de Barcelona (1888) y la Internacional (1929). Todos los artistas del momento, desde Ramón Casas hasta Joaquim Sunyer estaban en continuo contacto con las últimas modas de lo que pasaba en la ciudad francesa de París.

Bares al estilo de *Le Chat noir* como *Els Quatre Gats*, eran centro de reuniones para artistas, lugares donde realizar exposiciones, como una de las primeras de Picasso, o lugar de tertulia. Estos bares eran comunes en ciudades como París, Barcelona o Madrid en cuyo ambiente encontraron acomodo los bohemios del momento.

5.3 Influencia de París

Una serie de artistas catalanes se desplazaron a la Exposición Universal de París de 1889 y allí que descubrieron a Rodin o a los impresionistas. Desde entonces y hasta el 92, Rusiñol y Casas residirán de manera intermitente en París. Esto acerca el mundo de París al público barcelonés, que ya conocía las descripciones de Rusiñol y las ilustraciones de Casas sobre vistas urbanas, veladas nocturnas (con las miradas absortas de tedio y decadencia). Sobre los protagonistas de la vida bohemia de París se publicarán recopilaciones en *L'Avenç*, con el título 'desde el molino' (aludiendo al *Moulin de la Galette*). Un

ejemplo de esto es la descripción de Rusiñol, de manera escrita y en su pintura, sobre el cementerio de Montmartre desde la ventana de la habitación de su amigo Ignacio Zuloaga. Esta influencia no solo afectaba al arte. En las grandes urbes empezaban a nacer numerosas salas que contribuyeron a variar a gusto, desde exposiciones hasta restaurantes. Ejemplo de ello encontramos las salas barcelonesas de *Els Quatre Gats* o la *Sala Parés*.

6. LA MUJER

6.1 La mujer en el Arte

A finales del siglo XIX la imagen de la mujer se instala poderosamente en el imaginario de los artistas. Hasta entonces el ideal femenino, potenciado en el Romanticismo, era el de una mujer frágil a la que había que proteger, dedicada en exclusiva a los niños y a la casa, y de condición moral pura y virtuosa. Esta imagen cambiará en el siglo siguiente.

La pintura finisecular recogerá y difundirá los nuevos estereotipos femeninos. De este modo, aparecerán nuevos tipos femeninos en las Artes Plásticas: la prostituta, la mujer trabajadora o la mujer liberada e independiente.

Por otro lado, los distintos soportes artísticos también cambian. La prensa ilustrada fue un vehículo de difusión de las últimas tendencias artísticas. Pero también de los tópicos sobre la mujer que se verán proyectados al siglo siguiente.

6.2 La mujer en España

La mujer durante el siglo XIX y principios del XX tendrá una evolución diferente conforme sea de una clase social u otra. Así pues las mujeres más oprimidas fueron las de clases sociales inferiores: las campesinas eran analfabetas y las obreras después de largas jornadas de trabajo recibían un salario inferior al de un hombre. Esto estaba sucediendo a la par que las mujeres de clases media-altas tenían una situación desahogada, con una mentalidad puritana, basada en los ideales de lo que debía ser una mujer.

La mujer en los años de los que nos estamos ocupando, no tenía ningún tipo de derecho político y las leyes avalaban su inferioridad, tanto física como mental, lo que hacía que tuvieran que depender de un hombre para cualquier actividad fuera del hogar o de las tareas domésticas.

Toda esta situación, unida al avance vertiginoso que estaba sufriendo la sociedad, hace que la mujer empiece a buscar su derecho de voto, en especial las burguesas.

En la aristocracia del siglo XIX la mujer ocupa un papel de representación del estatus de su marido, llegando a ser incapaz de realizar actividad productiva alguna. Por ello las mujeres de la aristocracia buscan ser algo más con sus nuevos ocios, lo que proporcionaba un aire de libertad a sus círculos, abriendo así nuevas puertas a la emancipación femenina. Este es un fenómeno de gran importancia, demostrable por lo rápido que pasa a otras clases sociales.

En España el paternalismo tenía mucho arraigo, al igual que la misoginia. Esto estaba fundamentado en tres aspectos clave: El primero era la escasa cultura de política liberal que había en el país. En segundo lugar la escasa, por no decir ausente, educación en las mujeres. Y finalmente, el fuerte peso secular de la Iglesia. Los tres factores hacen que la familia patriarcal se fortalezca sobre la base de la familia cristiana.

A las mujeres en el siglo XIX se las educaba para que fuesen buenas mujeres, esposas y madres, que no faltasen a su principio de pureza y que cumpliesen su fin social: la procreación.

Poco a poco se va creando así una ruptura del ideal. Las mujeres de 1900 empiezan a adquirir la costumbre de salir más que anteriormente debido a la existencia de los nuevos lugares de ocio y de encuentro que estaban surgiendo en las ciudades, como las óperas, los teatros o las salas de lectura y tertulia. Estos lugares se convirtieron en el sitio perfecto para hacer negocios, darse a conocer dentro de la sociedad y, cómo no, mostrar a la clase social que se pertenecía. Con el tiempo, las mujeres amplían sus horas de salida al hipódromo, a jugar al tenis y a clubs de ciclismo, el nuevo deporte del siglo XX que se convirtió en signo de progreso y de la “nueva mujer”. En ciudades como Barcelona se aprecia en el Salón Pedal, club de ciclismo al que la clase alta asistía para pedalear y entretener su vida ociosa.

El ocio en la aristocracia es fundamental para liberar a las mujeres. Estas actividades unían los dos sexos e incluso mezclaba las clases sociales con presencia de las *cocotte*. Además las modas cambiarán para diseñar vestimentas más acordes a los nuevos hábitos deportivos.

Los nuevos tipos femeninos en el arte nacerán gracias a los cambios socioeconómicos que se estaban produciendo en toda Europa, por la emancipación de la mujer y por su incorporación al mundo laboral. De este modo nos podemos encontrar con obras del momento que plasmará desde la mujer prostituta hasta la trabajadora e incluso el trabajo infantil, como la obra *La niña obrera* de Joan Planella.

La mala situación que estaba sufriendo las mujeres provocará que estas se organicen en grupos para luchar por sus derechos como ciudadanas y lograr el sufragio femenino (conseguido en Inglaterra en 1917 y en España en 1931). De este modo el feminismo se convertirá en uno de los movimientos más importantes del siglo XIX.

7. LA PRENSA, LA VISIÓN DE LA MUJER Y EL ARTE:

La prensa había existido desde hacía siglos, pero en el XIX se perfeccionan las técnicas de producción de periódicos gracias a la Revolución Industrial. La técnica de la prensa a vapor se utilizaría en el siglo XIX por primera vez en el periódico *The Times*, junto con la mejora de la impresión, de la tirada y de la fotografía. La aparición de las rotativas no solo amplió el mercado de la prensa, también produjo mejoras en el cartelismo.

El aumento de alfabetización también produjo un aumento en el consumo de periódicos, lo que impulsó la mayor producción de ejemplares. La impresión de diarios hizo que se aprobasen leyes sobre la libertad de expresión y se organizaran agencias estatales de noticias.

El periodismo del siglo XIX dará lugar a lo que hoy en día conocemos como tal. Es en la prensa donde apareció la publicidad, que se utilizó como medio de financiación para los diarios y revistas, y permitió la bajada de los precios de los mismos, lo que conllevó un aumento inversamente proporcional de los lectores. Iban apareciendo las primeras industrias de prensa.

Las artes plásticas mostrarán la imagen misógina que se tenía de la mujer, junto con la prensa gráfica y la literatura. La imagen que se difundirá será la que marcaría la *Belle époque*.

Frente a la valoración de lo costumbrista que había informado la Literatura y el Arte en las últimas décadas del siglo XIX, la incorporación de las clases populares a la industrialización y sus efectos se ponen de manifiesto en la sociedad, las formas de vida, los nuevos lugares de ocio y los cambios en la moda, lo que queda reflejado en las obras realizadas en el paso del siglo XIX al XX.

Utrillo ya hablaba en *Pel & ploma* de la importancia que tenía la prensa ilustrada para la difusión de las nuevas tendencias artísticas. De hecho será el medio que más influya en los artistas. En el siglo XIX la prensa se había convertido en el gran medio de masas. Ahora se unían la ilustración y la tricromía y cuatricromía que permitían mejorar la calidad y la estética de las

imágenes. Surgen así las primeras revistas modernas como *The studio* o *Jugend*. Todas las revistas europeas se convertían en un modelo a seguir por las españolas que estaban surgiendo en este momento con gran fuerza en Cataluña y Madrid, (*Quatre Gats, Pel i Ploma, Luz, Juventud, Blanco y Negro...*). Estas revistas también tenían un papel fundamental en la difusión y popularización de los tipos femeninos y en la construcción de los mismos, como la feminista o la prostituta.

Las imágenes que se podían ver en la prensa española no eran muy distintas de las se veían en las francesas. Las revistas difundirán las preocupaciones del momento y los últimos estudios que se realizaban sobre la sociedad. A través de las noticias de los diarios de la época se puede apreciar la visión que se tenía de la mujer a través de escenas cotidianas sin dejar de lado los tópicos y prejuicios en los carteles de publicidad.

Las revistas francesas llegaban a España y se podían adquirir en cualquier parte de Cataluña, además de circular por los locales que frecuentaban los artistas del momento, como en el café *Els quatre Gats* de Barcelona y el *Café Fornos* de Madrid. Esto hacía que la influencia del país vecino siguiera siendo fuerte, gracias a la información que en todo momento de lo que allí estaba pasando.

Artistas como Ramón Casas o Isidre Nonell realizaban ilustraciones para la prensa y trataban temas similares a los de las pinturas. De este modo, el público debía sentirse identificado con las ilustraciones gráficas, por ser un arte para la mayoría, Los textos que acompañaban a las imágenes reforzaban su significado, aunque los artistas escogieran la síntesis del trazo, por su mensaje más efectivo para conseguir la expresividad de las imágenes,

Por otro lado se utilizará la imagen de la mujer para ilustrar la libertad, la salvaguarda de la familia o de la salud, temas recurrentes, pues para estos asuntos tenía mayor carga simbólica que la imagen del hombre. Esto es lo que hará que se formule el nuevo ideal de la mujer en el primer tercio del siglo XX donde la corriente del Clasicismo tenía mucha fuerza.

7.1 La publicidad y sus inicios

El origen de los carteles se encuentra en los *affiches*. Esta palabra viene del latín *affictum* que significa pegado, es decir, lo que conocemos hoy en día como cartel.

El cartelismo empieza en París en la década de 1890 con Jules Chéret (1836-1932), que a través de formas simples y que llamasen a atención, consiguió que se captase el mensaje que promocionaba un producto. Chéret es considerado el padre del cartelismo moderno por utilizar litografía en este campo.

En Montmartre Toulouse-Lautrec (1864-1901) hizo carteles para publicitar los cabarets parisinos tales como el *Moulin Rouge* o *Le chat Noir*. Toulouse-Lautrec se vio influido por el japonismo y por los nuevos encuadres que tenían los cuadros del momento en lo que a cartelismo se refiere, también es digna la mención de Alfons Mucha (1860-1939). Este autor checo recibió influencia de los prerrafaelitas, lo que hizo que diseñara unos carteles con mujeres elegantes y muy estilizadas. Estas mujeres se encontraban rodeadas de motivos florales y líneas con curvas que eran muy sinuosas. Mucha alcanzó el éxito con la realización del cartel de *Gismonda* una obra de teatro de 1895 en la que plasmó como protagonista a la actriz Sarah Bernhardt (1844-1923).

Con la aparición de las rotativas, los soportes de los carteles publicitarios fueron sustituidos por otros de plástico, aluminio o zinc por la flexibilidad que estos ofrecían. Esto además supuso un cambio en la tirada y su rentabilidad: se pasaba de ser un producto hecho a mano a ser uno de tipo industrial con mayor número de reproducciones en menor tiempo.

8. EL CARTELISMO

La base del fenómeno del cartelismo empieza con la Exposición Universal de Londres en la que se intenta poner en relación las producciones industriales con los productos utilitarios. Esto motivó que William Morris (1836-1896) fundará la empresa de artes decorativas de *Art Workers Guild*. De este modo fueron muchos los artistas ingleses los que se interesaron por el "*Industrial design*".

En la década de 1860 los carteles empezaban a ser tirados en color y pasaron de un pequeño formato, como los que publicitaban obras literarias, a ser de mayor tamaño para la publicidad en las calles, de modo que permitía ser visto y leído desde la distancia. Esto abría nuevas vías a la publicidad.

España tenía un cartelismo más centrado en los teatros, las corridas de toros y las fiestas, mientras que Cataluña, que recibía influencia de toda Europa, empezó a dedicarse a la publicidad de empresas privadas de cualquier campo. El cartelismo catalán se desarrollará desde 1888 hasta llegar a su punto más activo en 1897. Pero no olvidemos que el cartel catalán no es original, sino que surge a partir de la influencia de lo que se tenía lugar en el resto de Europa.

La *Sala Parés* de Barcelona hará la primera exposición de cartelismo en 1897 en España, con obras de Toulouse-Lautrec entre otros, e influirá fuertemente en los jóvenes artistas barceloneses que comenzarán a realizar cartelismo de estilo modernista con las influencias europeas. Solamente Alexandre de Riquer realizará un cartel con el nuevo sentido ya en el año 1896 para el concurso de la *Exposición de Bellas Artes e Industrias Artísticas* que se celebró en el 1898.

Este fenómeno se manifestó en otros países del continente, de manera que surgió una tendencia a integrar las artes en la producción de productos utilitarios. Mientras que en Viena destacaban las obras del gran Mucha (1860-1939), en el *Modernisme català* se desarrollaba el mismo proceso de producciones de manera paralela y algunos autores catalanes fueron influidos por estas corrientes que triunfaban. Es importante mencionar que el cartelismo modernista en Cataluña tendrá un mayor carácter social, del que careció en

otros países, pues el Modernismo coincide, como se ha mencionado con anterioridad, con la “*Renaixença*” y la búsqueda de las bases de la cultura catalana. Esto convierte al Modernismo catalán en una industria de índole nacional. Por otro lado no olvidemos que la pintura y el cartelismo son las artes que menos cambios sufren en esta corriente, siendo la arquitectura y la poesía las que adoptarán mayores cambios.

El cartel catalán no conocerá una simplificación del lenguaje tan grande como los de la *Sezession*. Así se puede ver en los realizados por Ramón Casas, cuyo lenguaje es tradicional y está ligado al post-impresionismo; así se puede apreciar en carteles como el de *Anís del Mono*. Las últimas modas en cartelismo europeo son más apreciables en Alexandre de Riquer, el artista que introdujo más cambios del lenguaje en Cataluña y al cual abordaremos más adelante.

Con la Revolución Industrial se pasará del trabajo manual a la automatización y especialización. Esto es visible también en el cartelismo, pues anteriormente estaba de varias etapas de preparado para un solo cartel. Así nació la profesión del diseñador gráfico. Aumenta de este modo la publicidad recuperando el concepto de cartelismo, que ya existía, pero renovado por esas imágenes de mujeres actuando como reclamo publicitario como si en el lote estuvieran incluidas.

8.1 Características del cartelismo

Las características del cartelismo suelen ser similares entre sus obras, a pesar de haber varios tipos. La imagen se encuentra en la parte principal del cartel, que generalmente es de formato rectangular, tanto vertical como horizontal (este no es tan común como el primero). En ocasiones los bordes no solo están resaltados sino que además los conforman unos motivos vegetales. Otras veces, dichos bordes se ven interrumpidos porque surja una figura o escena.

El texto se coloca en la parte superior o inferior e incluso se superpone a la imagen. Las figuras que protagonizan el cartel suelen estar de perfil y de medio cuerpo con un trazo que cierra la figura. El color que rellena estas figuras no

tiene gradación, es decir, es un color plano de manera que, si hubiera luz representada en la composición esta lo haría a modo de mancha plana de color. Este último aspecto de la luz es apreciable en carteles de Joan Llaverias (1865-1938) para “Real Club de Barcelona” (1902).



“Real Club de Barcelona”, 1902. Joan Llaverias

En cuanto a los colores destacan los contrastes entre el negro y los tonos pastel, en especial el amarillo o el azul que ayudaban a la acentuación de las formas. Ciertamente es que en muchas de las composiciones se juega con un claro oscuro o se contornean las figuras para dotarlas de sombra de manera que no sean todos y cada uno de los colores tan planos.

Las formas son estilizadas y onduladas, por lo que abunda el uso de la curva. Destacan las formas naturalistas y los motivos vegetales que intentarán simular el movimiento en la Naturaleza. En ocasiones están acompañadas por insectos como mariposas o arañas, u olas del mar para crear dicho dinamismo. Todo esto se debe a la fuerte influencia del japonismo.

Desde el punto de vista del imaginario, la gran característica del cartelismo moderno es el uso de las figuras femeninas, que adoptan actitudes gráciles, con los cabellos en movimiento, a la par que el vuelo de sus vestidos, en actitudes sensuales rozando lo erótico. Es en la imagen femenina donde se encuentra la clave a la presión que representaba la industrialización. Ella era el reclamo publicitario, no solo para los hombres, también para las mujeres que se veían atraídas por esas formas refinadas.

La gran producción que se llevaba a cabo en las fábricas a partir de la Revolución Industrial conllevó el nacimiento de la estrategia de crear una

necesidad al consumidor mediante el cartel publicitario. De este modo se empezaron a utilizar nuevos métodos de persuasión en los *affiches*.

Fue en la década final del siglo XIX cuando se impone el *Art Nouveau* y por lo tanto la influencia de Toulouse-Lautrec. Este empezó a plasmar la vida de los habitantes de París de manera caricaturesca, lo que supuso una gran aportación al cartelismo. Otra gran aportación al cartelismo será la obra de Jules Chéret, autor del cartel *Moulin Rouge* (París, 1890). Este último pintor fue uno de los introductores de la litografía a color, técnica que se había visto mejorada en estas últimas décadas del siglo XIX.

8.2 Tipos de cartelismo

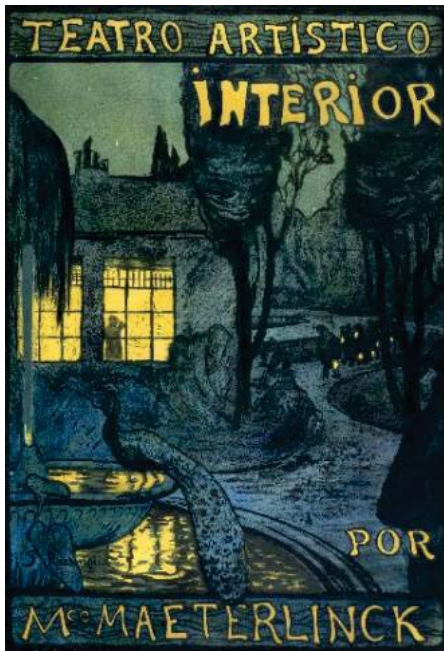
Dentro del cartelismo, según la representación de las imágenes, podemos encontrar varios lenguajes: simbolista, realista y decorativista. Pero las imágenes irán evolucionando a la búsqueda de lo cotidiano y lo urbano con el nacimiento del nuevo siglo.

- El cartel simbolista. Para este tipo de imagen, el mundo es considerado como un concepto abstracto. De este modo las imágenes de la mujer más frecuentes que suelen tener son la personificación de un sentimiento, un deseo o un pensamiento. Estas dulces y elegantes mujeres van vestidas con largas túnicas decoradas con exóticos estampados y distribuidas con pesados pliegues que caen a lo largo de sus cuerpos. Los cabellos van peinados con rizados y complementados con tocados, joyas, peinetas... Sus rostros melancólicos armonizan perfectamente con los lugares naturales en los que se les disponen, como jardines, parques, bosques, etc.

Este tipo de cartelismo cumplía la función de publicitar obras literarias o teatrales. Será con autores como Riquer, Gual o Rusiñol con quien el Modernismo alcance su máximo punto de dulzura. Como gran ejemplo del cartelismo simbolista se aprecia el de Santiago Rusiñol: "Interior, por Maeterlinck". Este iba a ser el decorado para la obra de Maeterlinck² pero, según muestra Rusiñol en sus memorias, al final se utilizarían la escenografía

² Maurice Maeterlinck (Gante, 1862-Niza, 1949) fue un dramaturgo y ensayista belga de lengua francesa. Se convirtió en el principal exponente del teatro simbolista.

de otras obras teatrales con dicho fin. En este cartel que promocionaba la obra teatral, se aprecian las características básicas del cartelismo simbolista, no solo a través del bosque, sino también con la ventana de la casa, la cual introduce al espectador al interior, tal y como indica el nombre de la obra.



Teatro artístico Interior, por Maeterlinck

.Santiago. Rusiñol

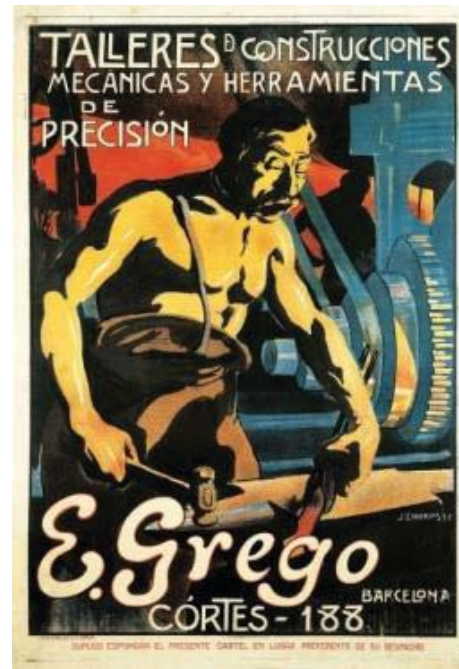
Realista: este tipo de cartelismo es considerado como tal por su fuente de inspiración. De este modo encontraremos tres subtipos en esta categoría. El cartelismo realista se concentra sobre todo en Barcelona. Al igual que el simbolista, utiliza a la mujer para la imagen principal situándola en un contexto real. Esta es la mujer de 1900 de la que hemos hablado al inicio. Así se la viste con la moda de la época, siendo normalmente una mujer de clase económica acomodada que, a través de su rostro de felicidad, se relaciona con el producto a anunciar. El cartelismo realista será el preferido para la publicidad de establecimientos turísticos o instalaciones deportivas.

Las imágenes se sitúan en un paisaje, siendo poco común la representación de un interior. Se busca la expresión a partir de la síntesis de las formas, los colores y la elección del tema. Pertenecen a esta línea los carteles de A. Utrillo, J. Llaverias o R. Casas. Ese último constituye la excepción que confirma la regla. Con ello me refiero a su cartel denominado *Sífilis* de 1900, a través del

cual se ofertaban tratamientos de un sanatorio para los enfermos aquejados por ese mal.



Sífilis 1900. Ramón Casas



Talleres de construcciones mecánicas y herramientas de precisión E. Grego 1902. J. Llaverías

Esta excepción se debe al rostro melancólico de la prostituta (prototipo de mujer enferma de sífilis) que en él se representa, que tienta al hombre con la serpiente de su mantón y su hombro desnudo (el pecado) mientras entrega una flor blanca, un narciso, intentando aludir a la curación de la enfermedad.

El cartelismo realista, cuya función era el anuncio de festejos, estaba inspirado en el elemento popular. También es cierto que no siempre se utiliza la imagen de la mujer en el cartelismo. Es ejemplo de ello son los que estaban dedicados al mundo laboral, no solo por la representación de hombres para el patrocinio, sino también por los rostros que no eran superficiales y complacientes. Para acabar con el cartelismo realista hay que mencionar la existencia del cartel humorístico, cuya importancia es mayor en la última época y que se influirá de la vida campesina y urbana.

- Decorativista: este cartelismo se encuentra a caballo de los dos tratados anteriormente. También utilizará a las féminas vestidas a la moda para los

anuncios pero esta vez sobre unos fondos neutros y lisos o florales. Al igual que el cartel simbolista las imágenes se basan en la belleza y la delicadeza, pero la mujer que ahí se plasma muestra claramente el producto anunciado, característica básica del cartelismo realista.



Savon au Jasmin, Fontanis

Fueron muchos los artistas que realizaron carteles publicitarios a lo largo del Modernismo para industrias, eventos y venta de libros, entre otras funciones. El cartelismo, de este modo, tendría su máximo auge entre los años 1898 y 1901 a pesar de comenzar mucho antes y perdurar hasta 1905, momento en el que los concursos empiezan a disminuir considerablemente.

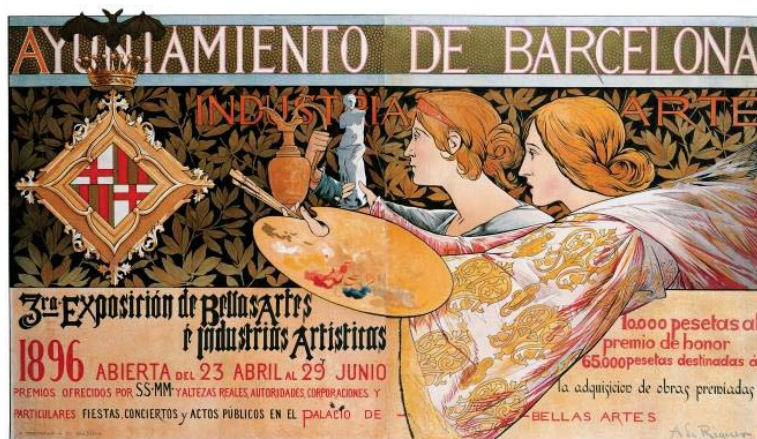
9. EJEMPLOS DEL CARTELISMO Y SUS AUTORES

A continuación procederemos al análisis, comparación y explicación de algunos de los carteles más conocidos del momento y la importancia de sus autores.

9.1 El cartelismo en Cataluña

Uno de los principales autores que destaca en el cartelismo catalán es Alexandre de Riquer (1856-1920). Es uno de los artistas más importantes del Modernismo catalán, no solo por sus aportaciones a las revistas y al arte, en general, sino también por su contribución a la lengua catalana. Como todos los artistas de renombre del momento, se ve influenciado por sus viajes por Europa, en especial el que realizó a Inglaterra, lugar en el que conocerá las creaciones prerrafaelitas y el japonismo.

Alexandre de Riquer destacó en el cartelismo modernista. Uno de los primeros carteles que hizo fue el que diseñó para el Taller Vidal, de Francesc Vidal (ebanista y decorador de gran importancia en la ciudad de Barcelona). Este cartel, datado en 1888, seguramente fue realizado con motivo de la *Exposición Universal de Barcelona* y muestra claramente el estilo ornamental del autor que posteriormente se uniría al *Art Nouveau*. Pero será después de su viaje a Londres cuando lleve a cabo el considerado primer cartel modernista catalán, el que publicitaba la *Tercera Exposición de Bellas Artes e Industrias Artísticas* del año 1896. Es aquí cuando ya pueden apreciarse los atisbos más destacables de la influencia prerrafaelita tardía que recibe. Fue a partir de este cartel cuando se convirtió en el máximo introductor del arte inglés en Cataluña.



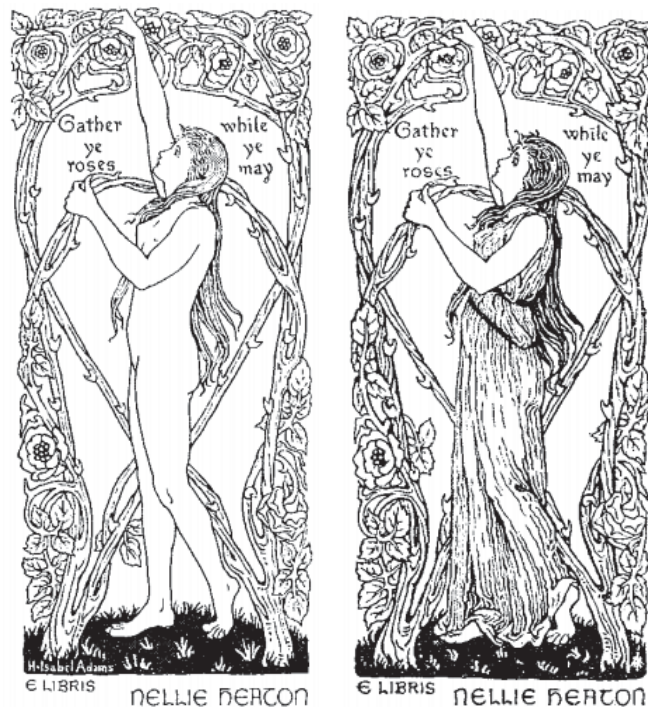
Tercera Exposición de Bellas Artes e Industrias Artísticas. 1896.
Alexandre de Riquer.

Eliseu Trenc³ dice del cartel de Riquer que “se reconoce el estilo neogótico y medieval típico del pre-modernismo, tanto en los tipos góticos de las letras como en los vestidos de las musas”⁴ También habla de las apreciables influencias del prerrafaelismo tardío pero “sin negar su carácter innovador en el contexto catalán”.

La influencia de los ingleses a la que no se cesa de hacer referencia es perfectamente visible si comparamos el cartel realizado por Riquer para Napoleón fotógrafos (1896) con la de H. Isabel Adams para Nellie Heaton, un *exlibris*⁵.



Napoleón
Fotógrafos, 1896.



Ex-libris para Nellie Heaton, 1895. H.

³ Eliseu Trenc: (Mazères, Ariège 1944) es un historiador del arte y profesor de literatura hispánica. Su tesis, “*Les Arts Graphiques de l’époque moderniste à Barcelone*”, de 1974, fue publicada en Barcelona en doble edición en catalán y en castellano (1977), libro que desde entonces se ha convertido en un clásico en la materia.

⁴ Cita extraída de “*Sobre els cartells d’Alexandre de Riquer i les seves fonts*” de Rafael cornudella i Carré.

⁵ Ex-libris: es una marca de propiedad a modo de estampa que suele colocarse en el reverso de la cubierta o tapa de un libro y que contiene el nombre del dueño del ejemplar.

La mujer que nos muestra Riquer es la típica del cartel simbolista; pelo largo, rostro delicado, vestimenta de túnica larga con los pliegues pesados y voluminosos... pero la semejanza a la de Isabel Adams se encuentra en la postura de la fémina, la cual, en la obra de Riquer, sostiene una lente por la que los rayos del sol pasan para concentrarse en una lámina, justo el proceso que se produce en la fotografía. Será en el exlibris realizado por Adams para su hermana, del cual hay dos versiones y que fueron reproducidos en el libro de Norna Labouchere "*Ladies' Book-plates*", donde la mujer tendrá en sus manos una rosa. Es decir, Alexandre de Riquer reinterpreta lo visto en Inglaterra y lo adecúa a sus necesidades a la hora de trabajar.

Otro cartel que quiero destacar de Alexandre de Riquer, en este caso de estilo decorativista, es el realizado para el Salón Pedal. El Salón Pedal era un lugar al cual las mujeres asistían a realizar pedaleo, entre otras actividades. Es en este cartel en el que se aprecia el fondo decorativo a base de flores naturalistas y propias del *Art Nouvelle* europeo. La parte propia del cartel realista se observa en la nueva vestimenta que las mujeres pusieron de moda raíz de la práctica del deporte. Deja de lado la delicadeza y melancolía que utilizó en su cartel para la exposición de Bellas Artes, tratando ahora una mujer graciosa, elegante y con una armonía en el color suave. Este será el cartel que más muestre su asimilación del *Art Nouveau* la cual no irá más allá.

Para terminar con Alexandre Riquer, que no con sus obras las cuales son cuantiosas, hablaremos del cartel realista con temática campesina que realizó para Juan Torra Fabrica de salchichón en Vic (1899). Es de tipo realista por situar una figura femenina en un ambiente bucólico entre cerdos y en la montaña. La muchacha campesina, sentada sobre una roca y adecuada al marco derecho, protagoniza una escena poética, cuya base es el realismo del trabajo de una pastora pero con gran influencia del japonismo, por las plantas en primer plano, y cuyo fondo se forma a base de manchas de colores lisos. Esta publicidad de Riquer es muy similar, en cuanto a la disposición de la figura, a un cartel realizado por Maxfield Parrish⁶.

⁶ Maxfield Parrish (1870-1966)(Frederick Parrish) Pintor e ilustrador norteamericano.



Salón Pedal, 1897. Alexandre de Riquer

Este autor americano que formó parte de la época dorada las artes visuales americanas, realizó un cartel para la revista *The Century*⁷, llamado *Mudsummer Holiday Number* (Agosto de 1897). La chica que podemos apreciar está desnuda pero con el mismo rostro y pose que la riqueriana.

Lo que sí está claro es la importancia del autor catalán; por su aportación a nuestro país de la influencia inglesa en el cartelismo, por la aportación a la lengua catalana y su literatura a través de sus poemas, como “*Quan jo era noi*” e incluso por su conexión con el resto de Europa como con el movimiento *Jugendstil* alemán y austriaco.

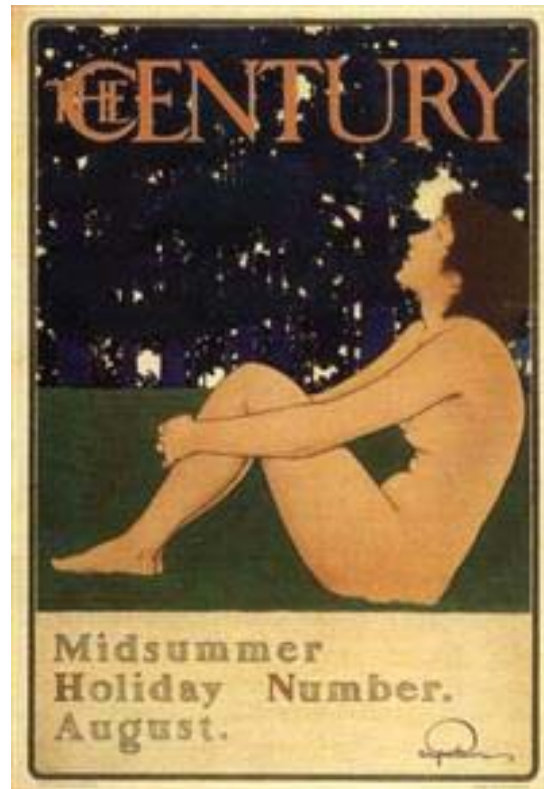
En el cartelismo modernista, no solo se promocionaban productos de consumo, como se ha visto con anterioridad. La música jugará un papel determinante en

⁷ *The Century*: Editada en Nueva York entre 1881 y 1930. Su primer número apareció en noviembre de 1881.

la vida cultural: el canto coral, las novedades de la ópera, los espectáculos sinfónicos de la sociedad catalana de conciertos y la sociedad filarmónica de Barcelona son de vital relevancia. Barcelona tendrá un espacio pensado para los músicos: El Palacio de la Música Catalana obra de Domenèch i Montaner, por encargo del Orfeo catalán.



Juan Torra, Fábrica de salchichón de Vic, 1899.
Alexandre de Riquer.



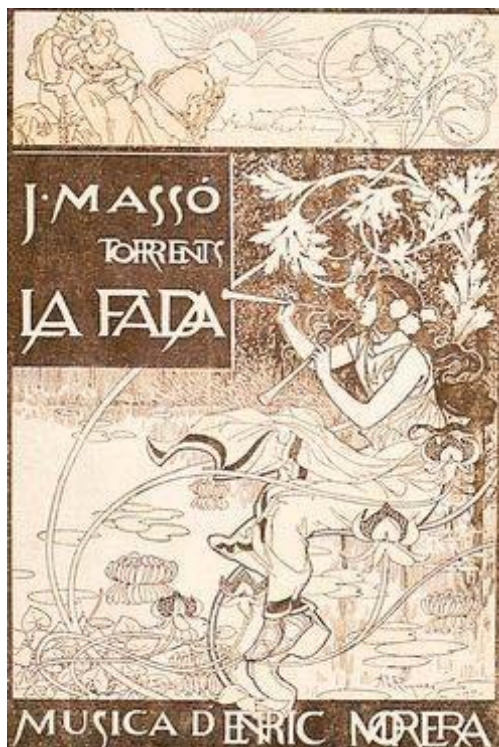
Midsummer Holiday Number,
The Century, 1897. M. Parrish

Josep Anselm Clavé impuso el movimiento coral con el que pretende liberar a los obreros del ambiente miserable de las tabernas. Uno de sus seguidores Enric Morera fundará en 1895 la coral “Cataluña nueva”. Luis Millet y Joan Margall escribirán sobre la importancia de la música en la vida de una ciudad.

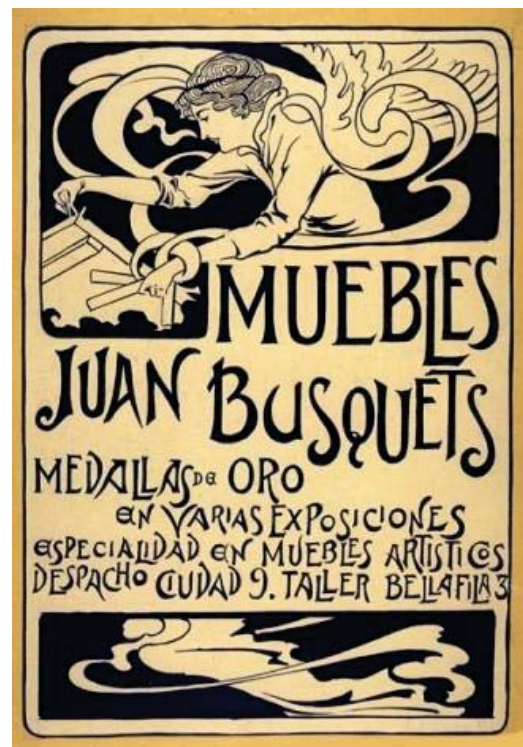
En todo este contexto destaca *La fada*. Esta es una ópera catalana de Enric Morera cuyo libreto fue diseñado por Jaume Massó i Torrents. La obra fue estrenada en Sitges el 14 de febrero de 1897, momento en el que allí se estaba

celebrando la cuarta fiesta modernista de Sitges. El estreno de la obra supuso la colaboración de autores como Rusiñol para las decoraciones de la ópera y de Miquel Utrillo para el cartel del estreno.

Es Alexandre de Riquer el autor de la portada del libreto de esta ópera. Dicha portada, al igual que el resto de cartelismo simbolista, destaca por la figura de una mujer en un ambiente rodeado de naturaleza. Esta fémina de fuerte influencia prerrafaelita es del tipo que Riquer suele presentar en sus obras publicitarias. La dama refinada y con mirada ausente opta por una pose muy similar a la que vemos en el cartel de muebles Joan Busquets. No solo la postura de ambas dos es similar, sino que la manera de sujetar en las manos la flauta de doble pico en una y los utensilios de medida en la otra, son idénticos. Bien es cierto que en la mujer de los muebles Busquets se la trata como un ángel cuyas alas son de gran tamaño y mediante el aleteo mueven los lazos que rodean a la figura principal del cartel. Los ambientes de las dos son muy distintos. En el cartel de “La Fada” se aprecia un paraíso a modo de bosque (lugar en el que habitan estos seres mágicos).



Cartell d'Alexandre de Riquer per a l'estrena de l'òpera *La Fada*, de Massó i Torrents i Enric Morera (1897)



Cartel de Joan Busquets para patrocinar los muebles Joan Busquets.

En el del mobiliario, aparte de destacar las grandes letras que anuncian la exposición, se puede observar como el fondo es neutro, de color plano, en el que la figura de la mujer se encuentra por detrás de las letras realizando las medidas de las maderas para crear dichos muebles.

Otro autor catalán que es digno de mención y más que conocido es Ramón Casas (1866-1932). Nacido en Barcelona en 1866, Ramon Casas i Carbó fue uno de los pintores modernistas más importantes y destacando en el mundo del cartelismo. Trabajó para revistas como *Pel & Ploma* y fue contratado para realizar carteles de publicidad como “Codorniu” o “Anís del Mono”.

Es importante su actuación como cronista con obras como “La càrrega” (1899-1902) o “El garrote vil” (1894), obras que solo mencionaremos por su importancia pero que no se ciñen al tema a tratar.

Ramón Casas destaca en especial por la representación y constante retorno a la imagen de la mujer sin importar el formato de la obra. Pero dentro de la tipología de la mujer se centra sobre todo en la mujer libre y moderna, siendo esta siempre de tipo urbana. La cuestión es el porqué, pues no era un pintor reflexivo con sus obras. Por otro lado no olvidemos que la única carrera que venía teniendo la mujer por estos tiempos era el de ser madre, sus labores y el matrimonio. Por ello llama la atención la imagen de mujer que Casas plasma en sus obras. Estas mujeres no son frías o cortesanías, no muestran en muchas ocasiones sus curvas femeninas sino que se las representa bajo un velo de intelectualidad.

Las “mujeres de Casas” son mujeres de un nivel o estatus medio y es en ellas donde quiere hacer realidad esa formación de estudios o culturalización de la clase. También son conocidas las mujeres que plasman Casas realizando deporte. Sea cual sea la actividad que realicen las féminas de sus obras, algo está claro: no son exquisitas ni damas elegantes.

En el mes de abril del año 98 se anunciaba un concurso abierto para la realización de una valla publicitaria para Anís del Mono. Se ofrecían 1000 pesetas y eso hizo que fuesen 162 los proyectos presentados al concurso.

Entre todos los participantes se podían leer los nombres de A. Riquer, S. Rusiñol o A. Utrillo. Casas, para este proyecto, presentó cuatro composiciones, todas y cada una de ellas de mujeres. Tres de ellas iban vestidas de “chulas” mientras que la cuarta aparecía con sombrero y una especie de capa. Los nombres de los carteles de estas tres chulas serían: “*Mono i mona*”, “*Dios los cría y ellos se juntan*” y “*Con una falda de percal planchá*”. Tanto en las tres chulas como en la chica de la playa destaca el pelo negro por encima de los fondos de colores y los cuerpos populares, las cuales llamaron la atención del público y en especial del crítico Raimon Casellas:

“No ha faltado quien dijese, ingeniosamente, que los proyectos de Casas habían echado a perder el efecto de la exhibición cartelista, pues no quedaban en libertad los ojos del espectador para seguir examinando las demás obras, después de vistas aquellas divinas chulas, que absorben, subyugan, persiguen lo mismo que una obsesión.”(Raimon Casellas, “Concurso de carteles en el Salón Parés”, *La Vanguardia*, 1898).

A partir de esos carteles Casas adquiriría mayor renombre y se reconocerían a esas chicas de mantón de Manila como propias del estilo del autor catalán.



Ramon Casas, Carteles anunciadores de *Anís del Mono*. 1898

La simplicidad de las imágenes y los colores cumplen perfectamente los requisitos del cartel, sin olvidar que el texto publicitario no entorpece a la imagen de la chula. Estos carteles de Anís del Mono tienen la función de seducir mediante la mujer que disfruta del producto patrocinado y hacen que el espectador tenga la necesidad de este anís en su vida.

Los concursos de carteles tuvieron en Casas una gran importancia, pero fue el de Anís del Mono el que más repercusión tendrá sobre él, tanto por sus tres obras ganadoras como por la popularidad que le dieron. Los mantones de estos carteles son similares al que lleva la portadora de sífilis, de la cual ya se ha hablado.

Si nos fijamos, hablar de Ramon Casas es hacerlo de la nueva imagen de la mujer y no del hombre al cual, a excepción de sus importantes retratos, no presta atención para el cartelismo.

El cartel realizado para la propaganda de Champagne Codorníu destaca el primer plano del que dota a la refinada mujer (ya no es la chula de los carteles de Anís del Mono) y del recorte que realiza de los hombres de detrás. La mujer, sola de nuevo, aguarda a que su copa de Champagne llegue mientras unos hombres, no identificables a su vez, están situados como segundo plano. La necesidad de compra del producto vuelve a ser palpable, al igual que en los anteriores carteles.

Este aspecto de suprimir la importancia de la imagen del hombre, contrasta



mucho con la obra de Gustave Klimt. Éste representaba repetidas veces a mujeres pero en el momento que iban acompañadas por hombres, estos ganaban el máximo protagonismo a ojos del espectador.

Proyecto cartel para la firma Codorníu. Ramon Casas



El Beso, detalle de la Frisia Beethoven. G. Klimt

Ramón Casas practicaba muchos deportes y fue uno de los primeros en la ciudad de Barcelona en conducir uno de esos estruendosos coches. En la revista *Pel & Ploma* la figura femenina era plasmada realizando deportes hasta que en 1900 la retrata en automóvil. La propaganda de los deportes no se produjo hasta la década de los años ochenta y eran recomendados para la salud, sobre todo la equitación y patinaje. Así pues quita todo elemento que la convierte en decorativa destacando lo femenino y erótico para crear una imagen de mujer atractiva.

En la publicación de *Pel & Ploma* de Julio del 99 en plena portada se ilustraba la reparación de una bicicleta. Es de destacar que en ese mismo diseño se ve la androginia con la que se dibujaba a las mujeres y que hemos mencionado con anterioridad. La mujer conocía la técnica de reparación de la bicicleta lo cual implica que no necesita ayuda y por tanto que adquiere un rol que todavía no había tenido.

Este cartel entraría dentro de la tipología de decorativista, en especial por el fondo. Este, de color neutro, permite mostrar con facilidad el producto o situación de la que se va a hablar a continuación.



Pèl & Ploma. 1899. Ramon

También es cierto que estas portadas de revista no siempre tenían una finalidad publicitaria, sino que eran, mejor dicho, una decoración de las mismas.

La mujer empieza a realizar actividades, a parte del deporte, como la fotografía pasando de ser la retratada a la retratista. De este modo Ramón Casas será un vanguardista de la nueva fémina de la que a nuestro país solo habían llegado ligeros ecos.

Otro aspecto destacable de la mujer que retrata Casas es que todas y cada una de las actividades que realiza lo hace en la más absoluta soledad haciéndola responsable de la acción. Si estas actividades estuvieran acompañadas de un hombre, como por ejemplo en *Chuffeuses*, en la que la mujer es acompañada por un chofer, la importancia de la imagen o el mensaje del ideal a conseguir no sería el mismo.

En el año 1897 Santiago Rusiñol publica una obra llamada "Oracions". Así pues el artista Utrillo realiza un cartel publicitario para lograr más ventas del libro de prosa poética. En é cartel vemos la fuerte influencia de las imágenes de las mujeres prerrafaelitas, desde los arabescos de los cabellos hasta la postura de la mujer. El fondo es naturalista cumpliendo con las características del cartelismo modernista. Si lo comparamos, en cuanto a colores, con el cartel publicitario de la obra de Maeterlick, realizado por Rusiñol, se puede apreciar el uso de gamas de colores similares, unos azules lapislázuli que hacen destacar fuertemente la imagen de la fémina. La mujer del cartel de Utrillo sostiene un libro, producto a anunciar, que gracias a su color destaca sobre el fondo azul. La influencia del prerrafaelismo en este cartel no solo destaca en la figura de la mujer. El ambiente en el que esta se encuentra muestra unos arcos apuntados característicos de la corriente inglesa realizados con vegetación. Para terminar, mencionar el complemento decorativo que la imagen porta en el cabello, elemento apreciable en las mujeres de Mucha, entre otros.



Cartel para "Oracions" de S. Rusiñol, realizado por Utrillo.

En todo este contexto y para seguir desarrollando el tema de los carteles modernistas, Nos encontramos con uno realizado por Cidón para la perfumería *Ladivfer* en 1903. La creación de este cartel, como era común en los años que nos movemos, salió a concurso, cuyo premio rondaba las 1000 pesetas. El concurso solo exigía los conceptos de medida o leyenda, dejando volar por completo la imaginación del artista. Cidón muestra a una mujer de la época de clase alta en un interior donde destacan las formas naturales del modernismo. Las vestimentas de color blanco acompañadas de una boa de color negro y un sombrero del mismo color, están formadas por diagonales que acentúan la curva del cuerpo de la elegante. Esta verticalidad de la imagen se aprecia también en las cortinas o el mobiliario de la sala, cuya decoración es a base de tallos y elementos florales. Cidón, a pesar de caracterizarse por la luz, utiliza colores planos para este cartel, creando pequeños volúmenes por los toques de blanco en toda la composición. En el cartel publicitario de la perfumería barcelonesa se aprecia la influencia de Riquer y de Casas pero aun así se convertirá en uno de los carteles más conocidos del modernismo.



Perfumerías Ladivfer, Cidón.

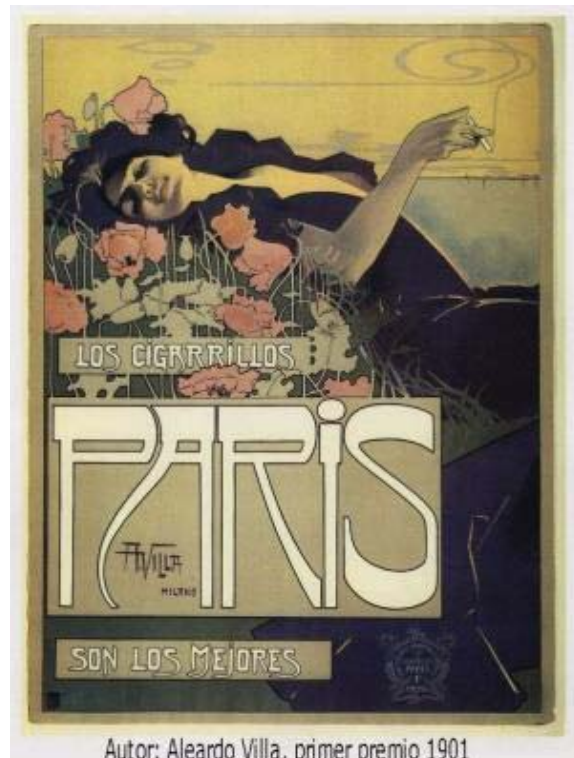
En Barcelona se fundó a principios del Siglo XX una fábrica de tabaco. Esta era el Olotense Manuel Malagrida que en sus viajes a París y Argentina tomó la decisión de fundar una fábrica de cigarrillos, a la cual dotaría del nombre de la capital francesa. Así pues quiso dar a conocer su marca, convocando un par de concursos en el que participaron destacados artistas del momento. El primer concurso fue en 1900 de índole nacional y el segundo en 1901 en todo el territorio europeo.

Al ser un concurso europeo hubo participantes como Mucha, Villa o Casas, siendo estos tres los autores de los carteles que vamos a comparar.

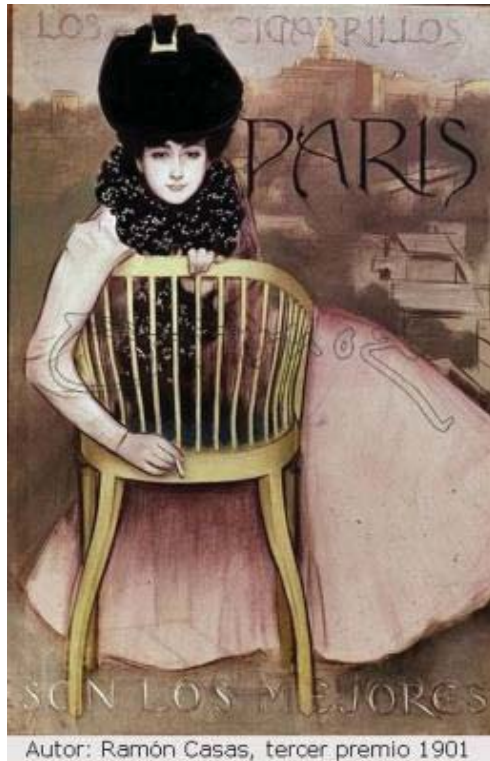
Es de decir que el ganador del concurso fue Villa, un italiano publicista de la época. En el cartel de Villa destaca la imagen de una mujer risueña disfrutando del humo de su cigarro, pues, como dice el cartel, “son los mejores”, *spot* publicitario simple que llamaba la atención de los consumidores. En esta mujer se puede apreciar ciertos aspectos de una *femme fatale*, pues semidesnuda y repostada tiene un ocio propio de hombres, como es el fumar.



Autor: Alphonse Mucha, 1897



Autor: Aleardo Villa, primer premio 1901



Autor: Ramón Casas, tercer premio 1901

Destacan, muy al estilo de Mucha y los prerrafaelitas, las flores que rodean a la muchacha, sus rizos negros y su rostro delicado, todo ello en contraste con su vestido. El humo del cigarro tiene la curva propia del *Art Nouveau*. El rostro delicado y dulce es similar al cartel que presentó Mucha en el concurso. En este cartel del checo destaca el círculo del fondo propio de su estilo. La mujer que él representa, la cual está sentada, lleva un traje largo con grandes plegados, de nuevo denotando las características de Mucha. Los colores en este cartel son más estridentes, destacando el azul. El amarillo se concentra en el círculo donde se encuentran las letras de color granate con el *spot* publicitario: “*Los cigarrillos París son los mejores*”. En estos dos carteles se aprecia la influencia prerrafaelita y el estilo del cartelismo simbolista. Por otro lado, el cartel de Ramón Casas, el cual quedó en tercer lugar y fue premiado con 2000 francos, es completamente distinto a los dos ya analizados. Este cartel tiene una mujer sentada en una silla modernista, mirando fijamente al espectador, vestida como la elegante de la época, ataviada con un vestido (en este caso sin tantos plegados) y un sombrero. Los colores en este son mucho más apagados, sobre todo los que rodean los ojos que los hacen más penetrantes. De fondo se aprecia una ciudad. En el cartel de Villa el fondo es neutro, simulando un ambiente algo más bucólico mientras que en el de Mucha

es simbolista por completo, llenando toda la parte de atrás de flores y elementos naturales (característica propia del prerrafaelismo).

9.2 El cartelismo fuera de Cataluña

En el resto de España, el cartelismo no llega a las cotas de Cataluña. En Madrid la revista *Blanco y Negro* convocó un concurso para dichas publicaciones que ganó Ángel Díaz Huertas, similar al estilo de Chéret, a pesar que las mejores portadas de dicha revista son las de Galiay. Pero será Eulogio Varela el gran cartelista en la capital debido a sus carnavales. De este modo, en el resto de España, los carteles abordaban temas como las corridas de toros, las fiestas y las ferias. Por ejemplo, en Zaragoza, destaca la publicidad de las fiestas del Pilar, tan representativas en Aragón. A pesar de ser fechas tardías para el cartelismo modernista, destacan como autores Ángel Díaz Domínguez y José Galiay. En estos carteles aragoneses destacaba aún el estilo de Marcelino Unceta (autor de grandes carteles de corridas de toros) lo que refrenó considerablemente la evolución del cartelismo.

Galiay es uno de los máximos exponentes de cartelismo en España. Este era un médico con gran afición por el dibujo que acabó realizando obras de gran relevancia. La revista *Blanco y Negro*, en el concurso mencionado, nombrará a Galiay como autor responsable de las portadas. Ciertamente es que las portadas de una revista no es cartelismo propiamente dicho, pero al tratarse de publicidad, abordaremos esta imagen. La portada de la revista estaba compuesta por dos mujeres de medio cuerpo. Una de ellas sostenía la revista abierta mostrando las portadas. La otra sostiene un ramo de flores pegado al pecho dejando ver unas ramas al fondo en las que se sitúan dos mariposas. Esta portada destaca por los colores y dibujos finos y fue la que enmarcó la revista durante todo el año de 1902. Galiay no fue el único autor que abordó el interior de la revista, otros como Eulogio Varela y Joaquín Xaudaró estaban presentes. Las mujeres de *Blanco y Negro* muestran la gran influencia del checo Mucha, lo cual implica que no solo se aprecia como característica propia de autores catalanes como Alexandre de Riquer, sino que el cartelista parisino de moda influyó a toda España e incluso Europa.



Portada de la revista *Blanco y Negro* realizada por Galiav, 1902

Como hemos mencionado, Eulogio Varela (1868-1955) es otro de los cartelistas importantes en nuestro país. Él será un referente en lo que al cartelismo en Madrid se refiere, llegando a influir a autores como Juan Gris o Picasso. Su gran colaboración es con la revista *Blanco y Negro* lo que le otorgó la gran importancia que tiene.

En su estilo destaca el *Art Nouveau* que vio en París o Roma, la influencia de Mucha, el prerrafaelismo inglés y el influjo de artistas destacados como Riquer. Uno de los carteles más importantes y que quisiera destacar de Varela, es el realizado para la Unión Española de Explosivos (1901).

Los explosivos intentaban llegar a más público para la venta de sus productos, desde explosivos para la minería como pequeños cartuchos de caza. El cartel

que estamos tratando acabó formando parte de la colección MAXAM⁸, propia de la industria a la que hacemos referencia. Dicha empresa tenía sede en España y en Francia, en París concretamente. Posiblemente por este motivo, la empresa ve la necesidad de publicitar su producto mediante el cartelismo, en plena ebullición en la ciudad francesa.



Cartel para la Unión Española de explosivos
realizado por Varela. 1901.

La empresa utilizaba el método de mecenazgo para conseguir dicha publicidad. Así pues, el proyecto original era la realización de un calendario donde los artistas proponían sus imágenes para la empresa MAXAM. La imagen de Varela no llegó a formar parte del calendario, si bien se utilizó como cartel

⁸ Empresa especializada en explosivos cuyo uso iba orientado, en sus inicios, para la minería. Fue fundada en 1872 por Alfred Nobel.

publicitario. La colección MAXAM permitirá ver la evolución de la pintura, la sociedad española y sobre todo el cartelismo.

El trazo que el artista utiliza en este cartel de 1901 muestra el estilo del *Art Nouveau* y el prerrafaelismo que le había influido en sus viajes por Europa. Este aspecto se aprecia sobre todo, como siempre, en la muchacha protagonista del cartel. Esta está ataviada con un traje propio del prerrafaelismo pero, bien es cierto, que porta en las manos los atributos propios de Santa Bárbara, patrona de los mineros. La Santa se ve centrada en la imagen enmarcada por un rectángulo el cual a los laterales oferta los productos propios de la empresa: pólvoras, cartuchos, dinamitas... En la parte inferior, en los laterales, se aprecian dos objetos típicos del uso de la dinamita (un cañón a la izquierda y un carrito de mina a la derecha). En el centro el año del cartel en grande, pues no olvidemos que inicialmente iba a ser portada de un calendario. A pesar de ser un cartel dividido en cuadrícula para disponer las imágenes, el fondo es neutro, liso y de color plano, destacando todos los elementos propios de la industria explosiva en toda la superficie.

Son innumerables los carteles que se pueden ver del Modernismo y la cantidad de productos que se llegaban a ofertar, pero la época dorada del cartelismo, como se ha mencionado en alguna ocasión a lo largo del trabajo, es corta a pesar de su intensidad.

10. CONCLUSIONES

Alrededor de 1900 la ciudad de Barcelona sufrirá una gran reforma debido a la celebración de las exposiciones universales. Por otro lado nos encontramos a finales del siglo XIX, momento de grandes cambios, con una pequeña diferencia en nuestro país: la Revolución Industrial no ha sido tan importante como en el resto de países y la iglesia ejerce una gran influencia en la sociedad. Todo esto afectará a la situación de la mujer y a la lenta evolución respecto a Europa.

Poco a poco las mujeres adineradas irán adquiriendo independencia a partir de sus ocios que las irá dotando de una lenta emancipación. También las organizaciones y grupos de mujeres en busca de sus derechos y libertades, tales como el sufragio o el aumento de salario, irán adquiriendo fuerza conforme se van produciendo estos cambios. No olvidemos que no será la mujer trabajadora la que en un principio se caracterice por estar en esas organizaciones, será algo más propio de las mujeres adineradas, insisto, al principio.

En cuanto a la situación de Cataluña esto adquiere además otra vertiente, pues será a finales del siglo XIX y el principio del XX el momento de búsqueda de bases del catalanismo y de su arte. Esto, a mi modo de ver, es una parte de la historia en la que Cataluña y en especial Barcelona alcanzan el máximo esplendor artístico y cultural a pesar de las tensiones que sufre la ciudad, visible en la Semana Trágica, por ejemplo.

Dentro de este contexto artístico catalán destacará el cartelismo y la evolución de la publicidad, influido por las corrientes europeas y en especial por París, ciudad asidua de los artistas del momento.

El cartelismo con el tiempo irá evolucionando, no solo en tamaño, colores e imágenes, también en cuanto a público y finalidades propagandísticas. El ejemplo más claro es el de la CNT que utilizará el medio publicitario para promocionar su partido y conseguir más afiliados a principios del siglo XX.

El cartelismo se dará durante pocas décadas, pero la influencia que ejercerá sobre la publicidad será de gran intensidad. Gracias a los cambios de imagen en estos momentos se irá creando el tipo de publicidad que conocemos hoy en día, destacando los carteles con imágenes de mujer en las décadas de los 50'-60' del siglo XX para la promoción de detergentes, mayoritariamente. También es importante mencionar que los soportes de esta publicidad irán cambiando, desde pequeñas postales que promocionaban talleres artesanales de mobiliario en el Carrer Ferran de Barcelona o las joyas Masriera (cada una de sus piezas es una pequeña gran obra de arte), hasta los grandes carteles de obras de teatro o importantes marcas de champagne.

Más tarde, los carteles irán simplificando sus formas cada vez de manera más acusada y ellas desembocarán en el surgimiento del *Art Déco* en los años veinte.

11. BIBLIOGRAFIA

Ramon Casas, una vida dedicada a l'art: catàleg raonat de l'obra pictòrica. 1999. 1 edn. Barcelona: El Centaure Groc, 1999.

De otras miradas: reflexiones sobre la mujer de los siglos XVII al XX. 1998. 1 edn. Universidad de Málaga (UMA), Servicio de Publicaciones.

CHECA GODOY, A., 2007. *Historia de la Publicidad.* 1 edn. Netbiblo.

CORNUDELLA I CARRÉ, R., 1995. Sobre els cartells d'Alexandre de Riquer i les seves fonts. *Locus amoenus*, (1), pp. 227-247.

FREIXA, M., 1986. *El modernismo en España.* 1 edn. Madrid: Cátedra, 1986.

GALÁN QUINTANILLA, M.A., 1983. Un medio de documentación para la historia de la publicidad: El cartel modernista. *Documentación de las ciencias de la información*, (7), pp. 265-272.

GARCÍA GUATAS, M.S., 2009. La introducción del Modernismo en Zaragoza y José Galiay. *Artigrama: Revista del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza*, (24), pp. 515-543.

LABORDA, A., 2010. Francisco de Cidón, cartellista. A propòsit de l'adquisició de Perfumeria Ladivfer. *Butlletí del Museu Nacional d'Art de Catalunya*, (11), pp. 139-149.

LÓPEZ FERNÁNDEZ, M., 2006. *La imagen de la mujer en la pintura española, 1890-1914.* 1 edn. A. Machado Libros.

MARCOS, E., 2010. Contra la Lliga Regionalista: Apa y el catalanismo de izquierda en los primeros años de la revista Papitu. *Historia y política: Ideas, procesos y movimientos sociales*, (24), pp. 213-238.

MENDOZA GARRIGA, C., 2001. Todo Ramón Casas. *Descubrir el arte*, (24), pp. 10-17.

MENDOZA, C. and CASAS, R., 1995. *Ramón Casas: retratos al carbón: colección del Gabinete de Dibujos y Grabados del Museu Nacional d'Art de Catalunya*. 1 edn. Sabadell: AUSA, 1995.

POSTIGO ASENJO, M., 2007. Mujer, feminismo y modernidad: atrapadas entre lo público y lo privado. *Thémata: Revista de filosofía*, (39), pp. 281-286.

SALOM VIDAL, V., 1979. El cartel modernista catalán. *D' Art: Revista del Departament d'Historia de l'Arte*, (5), pp. 78-101.

BORNAY, E., 1992. *Aproximación a Ramon Casas a través de la figura femenina*. Ausa.

COLL I MIRABENT, I., ALCOLEA, S. and UNIVERSITAT DE BARCELONA, 1984. *Enric Clarasó, Ramón Casas i Santiago Rusiñol, com a nucli de la renovació de l'escultura i la pintura a Barcelona en el trànsit del segle XIX al segle XX*.

ELIAS, F. and MUSEU D'ART MODERN, 1986. *Feliu Elías "Apa":[exposició] Museu d'Art Modern, del 28 de maig al 20 de juliol 1986*. Barcelona: Ajuntament. Publicacions.

HENARES CUÉLLAR, I., GALLEGO ARANDA, S. and UNIVERSIDAD DE GRANADA, 2000. *Arquitectura y modernismo: del historicismo a la modernidad*. Granada: Universidad de Granada. Departamento de Historia del Arte.

TRENC BALLESTER, E., 2004. El modernismo en las artes gráficas en España, particularmente en Aragón. *Argensola: Revista de Ciencias Sociales del Instituto de Estudios Altoaragoneses*, (114).

HENRÍQUEZ UREÑA, M., 1962. *Breve historia del modernismo*. 2a edn. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

LUPÓN ROBERT, M.D.C. and UNIVERSITAT DE BARCELONA, 1958. *Pel i ploma: portavoz del modernismo catalán*.

QUILES FAZ, A. and SAURET GUERRERO, T., 2002. *Prototipos e imágenes de la mujer en los siglos XIX y XX*. Málaga: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID, 1984. *La Imagen de la mujer en el arte español: actas de las terceras jornadas de investigación interdisciplinaria*. Madrid: Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid.

<http://www.institutdelteatre.cat>

<http://museunacional.cat/es>

<http://www.raco.cat>

<http://www.bnc.ca>

<http://www.museunacional.ca>

<https://www.meam.es>

<http://www.mmbcn.cat>