

Trabajo de Fin de Grado



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

La mujer en la ilustración gráfica del 1ºcuarto del s. XX
a través de Penagos y Bartolozzi

Autor: Henar Miguéliz Lorenzo

Tutor: Patricia Andrés González

Titulación: Grado en Historia del Arte.

Julio de 2022

A mi familia por la confianza y seguridad que ha depositado en mí.

A mi tutora, Patricia Andrés González, por el interés mostrado y la ayuda brindada en
cada tutoría.

A la Universidad de Valladolid, por la formación que me ha prestado.

Resumen

En el primer cuarto del siglo XX se multiplica el número de revistas que difunde a través de dibujos e ilustraciones nuevos tipos de mujer. Una nueva iconografía, muy diferente a la anterior, tanto en forma como en contenido. Destaca frente a los otros arquetipos: la *Eva moderna*, que plasma la independencia y libertad que va adquiriendo la mujer del siglo XX.

España, siguiendo la moda extranjera, se une a esta tendencia. Y con la ayuda de ilustradores gráficos como Rafael de Penagos y Salvador Bartolozzi difunde por todo el ámbito nacional esta nueva concepción de mujer.

Palabra clave: Ilustración gráfica, siglo XX, mujer, Rafael de Penagos, Salvador Bartolozzi.

Abstract

In the first quarter of the 20th century, the number of magazines that disseminated new types of women through drawings and illustrations multiplied. A new iconography, very different from the previous one, both in form and content, stands out from the other archetypes: the *modern Eve*, which embodies the independence and freedom that women of the 20th century were acquiring.

Spain, following foreign fashion, joined this trend. And with the help of graphic illustrators such as Rafael de Penagos and Salvador Bartolozzi, spread this new conception of woman throughout the country.

Key words: Graphic illustration, 20th century, woman, Rafael de Penagos, Salvador Bartolozzi.

Índice

1. Introducción.
 - 1.1. Objetivos generales.
 - 1.2. Objetivos específicos.
2. Estado de la cuestión y metodología.
3. La mujer en el contexto de la ilustración gráfica de principios del siglo XX en España.
 - 3.1. Contexto político.
 - 3.2. Contexto social.
 - 3.3. La publicidad, la ilustración gráfica y las revistas.
 - 3.4. La mujer moderna.
4. Ilustradores españoles y la mujer en el cartel.
 - 4.1. Rafael de Penagos.
 - 4.1.1. Biografía.
 - 4.1.2. Evolución estilística.
 - 4.1.3. Tipo de mujer.
 - 4.1.4. Revistas y ejemplos.
 - 4.2. Salvador Bartolozzi.
 - 4.2.1. Biografía.
 - 4.2.2. Evolución estilística.
 - 4.2.3. Tipo de mujer.
 - 4.2.4. Revistas y ejemplos.
5. Conclusiones.
6. Bibliografía.
7. Apéndice fotográfico.

1. INTRODUCCION.

La ilustración gráfica española es uno de los ámbitos artísticos al que menos importancia o valor se le aplicado desde el punto de vista de la Historia del Arte. Algo extraño, debido al impulso que tuvo a principio del siglo XX por parte de dibujantes y de artistas reconocidos. Tras la guerra civil española y la posterior dictadura esta actividad decae y pasa a un segundo plano, y con ello todos los avances técnicos, estilísticos y temáticos.

1.1. OBJETIVOS GENERALES.

Este estudio se centra en mostrar una ilustración gráfica diferente, más centrado en la imagen de la mujer, la cual es una de las figuras más habituales a las que se recurre en estos dibujos.

La repetición de este modelo viene asociada con ideas de carácter sociológico, por ello, es importante señalar el papel que está adquiriendo la mujer dentro de la nueva vida social. El gran tema de la mujer en la ilustración grafica viene relacionado a su vez con el mundo de las editoriales y revistas, que nos presentarían nuevos tipos que habría que identificar. Además de esclarecer quién son los promotores de estos nuevos modelos, los ilustradores o las grandes empresas.

1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

Partiendo de los objetivos generales, hemos establecido los siguientes objetivos específicos:

1. Trazar un panorama general de la ilustración gráfica en España a principios del siglo XX.
2. Conocer a dos de las figuras más destacadas de la ilustración gráfica española: Penagos y Bartolozzi.
3. Contextualizar la obra de ambos autores observando sus publicaciones en revistas y en campañas publicitarias.
4. Establecer similitudes y diferencias entre la obra de ambos artistas para poder reconocer un modelo de mujer en el periodo y contexto señalado.

2. ESTADO DE LA CUESTION Y METODOLOGIA.

El trabajo lo hemos realizado principalmente a partir de monografías, artículos de revista y libros sobre publicidad y cartelería. La mayoría de la documentación está extraída del depósito bibliotecario de la Universidad de Valladolid, a excepción de los artículos de revistas los cuales han sido tomados desde la plataforma de Dialnet. Estas bases de datos son principalmente el soporte de gran parte del trabajo.

Uno de los temas más importantes del trabajo es la asimilación de la ilustración gráfica y el cartel para poder exponerlo en el trabajo nos hemos apoyado principalmente en la obra de Eguizábal¹, libro que trata principalmente el tema del cartel en España. alberga todos los estados por los que ha pasado este y las características principales de este tipo de manifestación.

Las revistas y la publicidad van a ser un tema que está en contacto, por ello va a ser habitual que en los libros de publicidad nos hablen de la labor de la revista. En este punto tomó información de diferentes fuentes cómo Checa Godoy² o García Bandera³.

El principal problema va a ser la falta de estudios que se tiene sobre la labor y obras de los ilustradores gráficos. Esa carencia ha provocado que no incluya en el trabajo a Federico Ribas, de quien he encontrado muy poca información⁴ y de la que he obtenido una mención breve sobre sus tipos femeninos. Por ello he centrado mi atención en los otros dos referentes de la ilustración gráfica madrileña, Penagos y Bartolozzi, de los que he encontrado más reseñas.

De Rafael de Penagos destacamos principalmente dos monografías. La primera de ellas la de Antonio Manuel Campoy⁵, que se centra en hacer una crítica sobre la falta de investigación. Especialmente interesante es como documenta todos los textos que hablan sobre Rafael de Penagos; el fallo en este documento es la falta de análisis estilístico anterior sobre toda la obra de Penagos y que incita a Campoy a no incluir reflexiones nuevas. La segunda es la realizada por la Fundación MAPFRE⁶ la cual hace un estudio

¹ Eguizábal 2014.

² Checa Godoy 2007.

³ García Bandera (julio de 2019), 365–394.

⁴ Quintas-Froufe (octubre de 2012), 19-31.

⁵ Campoy 1983.

⁶ Pérez Rojas 2006.

más amplio y completo, recoge todos los aspectos biográficos, estilísticos y documentales de la obra del artista; la parte más destacable es el desglose que se realiza de las características de la mujer moderna de Penagos, para así poder mostrar la configuración de ella.

De Salvador Bartolozzi recalcamos la labor que realizó su nieta, María del Mar Lozano Bartolozzi, a través de sus artículos en revistas⁷ que van a ser la principal fuente bibliográfica sobre el artista madrileño. En estos textos encontramos un estudio sobre los principales carteles del artista, pero también Incluyen novedades como información inédita tomada del propio núcleo familiar. El otro documento que nos permite conocer Bartolozzi es la tesis doctoral de Vela Cervera, un documento de investigación más crítico dónde encontramos toda la producción artística del artista.

Otro de los problemas es la falta de sitios web donde se encuentre digitalizada la obra ilustrada, tanto los anuncios comerciales como los carteles han sido difíciles de localizar, sobre todo los de Bartolozzi. La excepción va a ser Penagos que tiene gran parte de su colección artística digitalizada en la página web de la Fundación MAPFRE⁸. En cuanto a las revistas, ha sido factible encontrarlas, *La Esfera*⁹ tiene digitalizadas todos sus volúmenes, al igual que Nuevo Mundo¹⁰, y *Blanco y Negro*¹¹ gracias a la hemeroteca del ABC también.

Reflexionas sobre las metodologías de la Historia del Arte necesarias a la hora de elaborar un trabajo como este parece fundamental. La biografía de artistas ha sido una de las principales fuentes metodologías utilizadas debido a que nos ha permitido entender

⁷ Lozano Bartolozzi (1992), 187–202.

Lozano Bartolozzi (1984), 243–264.

Lozano Bartolozzi (2000), 70–73.

⁸ "Fundación MAPFRE". Fundación MAPFRE. Consultado el 22 de junio de 2022.

<https://www.fundacionmapfre.org/>.

⁹ La Esfera: ilustración mundial. Madrid: Prensa Gráfica, 1914-1931. Consultado el 22 de junio de 2022.

<https://ddd.uab.cat/record/27528>

¹⁰ "Hemeroteca Digital. Biblioteca Nacional de España". Hemeroteca Digital. Biblioteca Nacional de España. Consultado el 23 de junio de 2022.

<http://hemerotecadigital.bne.es/results.vm?a=1252858&am;d=creation&d=1915&d=08&am;p;d=27&d=1915&d=08&d=27&t=+creation&l=600&l=700&s=0&lang=e>.

¹¹ "Hemeroteca, periódicos ABC de la historia - Archivo ABC". ABC. Consultado el 22 de junio de 2022.

<https://www.abc.es/archivo/periodicos/#vca=menu&vmc=abc-es&vso=portadilla.archivo&vli=archivo.buscador>.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

tanto al autor como a la obra de este, que al ser estudiada nos ayuda a percibir si se han creado nuevos modelos. Otro de los apartados más importante del trabajo es aquel que nos muestra los cambios sociológicos e ideológicos que se dan en esta nueva sociedad, por esa razón ha sido necesario recurrir a fuentes que tratasen estos aspectos. De igual manera hemos recurrido al método formalista para intentar establecer una evolución en cuanto al estilo de la obra. Y, por último, el estudio de la imagen, a través del método iconográfico, nos ha servido como método de vinculación entre la mujer de Penagos y Bartolozzi.

3. LA MUJER EN EL CONTEXTO DE LA ILUSTRACION GRAFICA DE PRINCIPIOS DEL SIGLO XX EN ESPAÑA.

Para entender el desarrollo de la ilustración gráfica y la aparición de nuevos tipos de mujeres hay que exponer una serie de ideas más generales. Por ello, es necesario detenerse a comentar aspectos como la situación política, social y cultural de España. Este apartado se divide en cuatro partes. Los dos primeros apartados son el contexto político y sociocultural del país, conceptos fundamentales para comprender por qué la ilustración gráfica española en el primer cuarto del siglo XX sobresale. El tercer punto indaga acerca del ambiente de trabajo de los dibujantes. Y el último apartado se centra en explicar por qué la mujer se convierte en la protagonista de los carteles comerciales.

3.1. CONTEXTO POLITICO.

La ilustración gráfica, el cartel y la publicidad tienen su mayor desarrollo en un periodo fundamental de la historia de España. El primer cuarto del s. XX se podría alargar hasta la década de los treinta y se va a caracterizar por tres episodios: decadencia en el reinado de Alfonso XIII (1917-1923), Dictadura de Primo de Rivera (1923-1930) y II República (1931-1936). Estas van a ser parte fundamental para poder entender el desarrollo de la ilustración gráfica española en este periodo, el cual va a ser denominado la Edad de Oro de la ilustración gráfica.

- Decadencia en el reinado de Alfonso XIII (1917-1923):

El inicio de la Primera Guerra Mundial en agosto de 1914 supone la participación de varios países, entre ellos no se encontraba España que, debido a su falta de poder tanto militar como económico pasa a convertirse en un país que juega el papel de neutralidad. Ser un país neutral trajo cosas buenas como el desarrollo económico que permitió comenzar a modernizarse a través de la ampliación del sector industrial; pero también trajo cosas malas como el estancamiento de los sueldos de la clase obrera, la subida de los productos de primera necesidad o la presencia de un ejército nulo que cada vez pedía más privilegios a través de la creación de organismos como la Junta de Defensa (1916), la consecuencia se tradujo en el malestar, agitación y en la convocatoria de huelgas que no llevaron a nada.

- Dictadura de Primo de Rivera (1923-1930):

El 13 de septiembre de 1923 Miguel Primo de Rivera se subleva y da un golpe de estado. Comienza así la segunda etapa, es la más interesante debido a las transformaciones y a la modernización que sufre el país. España está a favor de cambiar ciertos parámetros que le relegaba a ser un país de segunda para ello mirara a Europa. Desde el punto de vista político no se van a dar grandes cambios, las transformaciones en este caso van a ser desde los elementos socioculturales. Gracias al desarrollo y estabilidad económica del país vemos un aumento de la alfabetización, un incremento en la urbanización, la aparición de la mujer en el panorama social y una mejora cultural.

La década de los veinte va a ser un tiempo de prosperidad económica en todo el mundo, y España no se queda atrás gracias al proceso de industrialización que está viviendo el país. Estas industrias situadas en ciudades periféricas, además de en la capital, supondrá un aumento de la migración del campo a la ciudad. Los jóvenes irán abandonado el campo donde no ven futuro ni trabajo y se dirigen a las ciudades donde ven grandes oportunidades. Esto supondrá grandes cambios en el país ya que se va a ver rejuvenecido debido al incremento de nivel de vida.

Varios de los factores que provocan el desarrollo de la ilustración gráfica se dan en este periodo, estos son: rejuvenecimiento de la sociedad y el incremento de urbanización, los avances educativos y la disminución de analfabetismo.

- II República (1931-1936):

El 14 de abril de 1931 se proclamó la II República. Desde un primer momento va a presentar rechazo por ciertos grupos de la sociedad que desestabilizan poco a poco el gobierno hasta el inicio de la Guerra Civil Española (1936-1939).

Lo más llamativo de esta etapa es que a pesar de la fragilidad del gobierno hubo consenso en cuanto a seguir con el proceso de modernización a través de cuestiones culturales. El ejemplo más claro es el impulso que sufrirá la educación gracias a distintos proyectos que promovía la mejora de los centros educativo y la formación de los maestros; además de verse un aumento de su presencia en el entorno rural a través de las Misiones Pedagógicas (1931-1936) donde varias figuras célebres del panorama intelectual y artístico se ofrecen voluntarios para ir al entorno rural a enseñar la cultura

del país por medio de la Institución Libre de Enseñanza o de las compañías teatrales como La Barraca de Federico García Lorca y Eduardo Ugarte.

Todos los intentos de modernización se van a ver interrumpidos por la Guerra Civil Española.

3.2. CONTEXTO SOCIOCULTURAL

La llegada del siglo XX supondrá grandes cambios en el entorno social y cultural del hombre que promueve novedades tanto en el pensamiento cómo en el modo de actuar. Los dos sujetos de estudio, en el caso de España, son la mujer y la evolución de la educación. El hecho de que la mujer se libere, en cierta manera, de su imagen tradicional provoca que se la mire de otra manera, y que, por ello, se la busque representar de distinta forma. La educación es uno de los factores imprescindibles para comprender el desarrollo de la industria editorial, aumenta el número de lectores en el momento en el que haya mayor número de alfabetizados. Ambos son conceptos que se vinculan, ya que el nuevo modelo de mujer no se comprendería con un nivel educativo inferior.

- Mujer:

Es el objeto de estudio primordial de los últimos años, así lo menciona Sánchez Aranda:

Se ha convertido en el principal objeto de estudio y atención por parte de los expertos investigadores del mercado, conocedores de su papel decisivo como compradora y que pretende convertirla en dócil instrumento para lograr incrementar las ventas.¹²

Y el aspecto más renovador es la introducción de la mujer dentro del ámbito social y cultural. Este avance se va a reflejar en la prensa y en la publicidad a través de la creación de nuevos tipos de mujeres. Estas se incorporan al trabajo, están mucho más preparadas gracias a asociaciones de mujeres como el Lyceum Club Femenino (1926-1939), creado por María de Maeztu y siguiendo modelos ya visto en EE. UU y Reino Unido, que

¹² Sánchez Aranda 2003, 67.

promovían el desarrollo educativo, cultural y profesional¹³. Hay nuevas profesiones que van a estar destinadas principalmente a mujeres: maestras, mecanógrafas, ...; esta mujer no solo va a ser trabajadora, sino que también adquieren otros requisitos como la independencia, ser deportistas o ser activas.

- Educación y Cultura:

La idea de regenerar un país y volverlo más moderno comienza en el momento en el que cambia su sociedad. Uno de los elementos que destacaba el retraso de España frente a Europa era el gran porcentaje de población analfabeta, se estima que el 64% de la sociedad española no sabía ni leer ni escribir en 1900, en el caso de las mujeres 1 de cada 4. Estos números se llegan a reducir gracias a la labor educativa que se empieza en la Dictadura de Primo de Rivera y que se continúa en la II República, en 1931 se redujo hasta un 40%, y en el caso de las mujeres más del 50% sabían leer y escribir.

Entre el periodo de entreguerras es donde vamos a ver un resurgir en la cultura española con la *Generación del 27*¹⁴, movimiento literario que se extrapola a otras actividades artísticas como el arte, la ilustración gráfica, la música, etc.

3.3. LA PUBLICIDAD, LA ILUSTRACION GRAFICA Y LAS REVISTAS.

- La publicidad:

Entre 1900 y 1939 se va a codificar lo que entendemos como publicidad, y esto se debe sobre todo a tres motivos: la expansión de agencias publicitarias que pueden llegar a grandes multinacionales, el aumento de actividad debido al desarrollo de los medios de comunicación y la profesionalización de este medio. Se comienza de este modo a configurar una disciplina que se va a ver influenciada por el arte y la ciencia. Hay un grupo de teóricos encabezados por el americano Claude C. Hopkins que hablan de una publicidad científica.

¹³ González Naranjo 2015, 721-734.

¹⁴ La Generación del 27 es la denominación que adquiere un grupo de escritores y poetas españoles del siglo XX que regeneran la literatura española, toman como base la tradición literaria española que conocen gracias al Centro de Estudios Históricos y la asocian con las vanguardias artísticas y culturales que se observan en la Residencia de Estudiantes. Algunos de estos autores: Pedros Salinas, Federico García Lorca, Emilio Prados, Luis Cernuda, Vicente Aleixandre, Rafael Alberti, etc.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

El gran desarrollo publicitario se da mayoritariamente en EE. UU. y en Reino Unido, ambas se alternan el monopolio publicitario y son las que asientan las pautas técnicas.

En el primer cuarto del siglo XX España va a ver como el cartel comercial llega a su máximo esplendor, como las revistas y las editoriales se consolidan o como las agencias publicitarias se renuevan.

A principios del siglo XX, la mayoría de las agencias van a estar conformadas por una sola persona, preferentemente si nos encontramos en una ciudad que no sea Madrid o Barcelona. En la década de los años veinte se comienzan a dar las primeras colaboraciones entre las agencias nacionales e internacionales, el caso más sonado es el acuerdo entre la agencia suiza *Publicitas* y la agencia de Gaballí, *Fama*. La evolución de estas agencias va a ser favorable, van a crecer hasta tal punto que se pueden vincular a otras empresas. Además, irán incorporando en sus filas a dibujantes que serán reconocidos, la mayoría de ellos firmarán sus ilustraciones, es lo más habitual, pero hay excepciones como las ilustraciones de *Papel de fumar Bambú* (fig. 1) o *Varón Dandy* (fig. 2).



Fig. 1. *Papel de fumar Bambú*. Anónimo. Valencia, 1932.



Fig. 2. *Varón Dandy*. Anónimo. Badalona, 1924.

La publicidad que triunfa en España es la de tipo cartel donde el dibujo es el gran protagonista. Es una publicidad totalmente visual donde la mayor parte del espacio se dedica a la grafía y el texto se queda relegado a un segundo plano; ocurre lo contrario a lo que se ve en la publicidad americana donde prevalece la publicidad redaccional, es más importante el mensaje escrito. En ocasiones, los ilustradores españoles renuncian al texto para que el diseño sobresalga.

La mayoría de los anuncios están dirigidos a una sociedad consumista de clase alta o burguesa que pueda permitirse gastar el dinero en comprar los productos anunciados. Raúl Eguizabal expone en la siguiente cita lo que busca el cartel desde un primer momento:

En su origen está la necesidad del cartel de convertirse en un medio más atractivo de lo que lo era hasta ese momento, el auge de la ilustración y la promoción de las publicaciones ilustradas y la llegada de la cromolitografía, capaz de proporcionar obras de gran riqueza de colorido y donde el artista puede dibujar directamente la matriz.¹⁵

Por ello, para llamar la atención recurrirán a realizar diseños llamativos con grandes contrastes de color, que se sitúan en cubiertas y contracubiertas, y, que ocupan toda la página.

¹⁵ Eguizabal 2014, 19.

Además, para que el consumidor se vea atraído, coloca un escenario imaginario y elegante donde aparece un protagonista destacado realizando acciones inusuales pero llamativas que provoquen consumir.

La publicidad en España también va a tomar un nuevo rumbo gracias a pioneros como Pere Prat i Gaballí, poeta vanguardista y modernista. Destaca sobre todo en el ámbito publicitario donde introduce nuevos elementos técnicos y artísticos; además sienta las bases de la posterior publicidad gracias a la publicación del primer libro español sobre técnica publicitaria *Una nueva técnica: Publicidad científica* (1917), donde establece que un anuncio debe tener cierta calidad artística como una excelente técnica. Fue nombrado director de la agencia *Veritas* que trabaja principalmente para la Casa Gal, es aquí donde crea amistad con Federico Ribas quien será el director artístico de la compañía.

En España no existe en este periodo la figura de artista comercial. Los que más se acercarán serían Federico Ribas que realiza la mayor parte de su obra para Casa Gal o Eduard Jener para Myrurgia, ya que muestran una marca, es decir, un estilo sólido. Ambos son junto a Penagos los diseñadores a los que recurren constantemente los comercios de perfumes, una industria que destaca por su innovación a la hora de publicitarse es en esta donde vemos un cambio con lo que se ha realizado antes, esto se debe a que observan lo que se está realizando en Europa y buscan ejecutarlo en el mercado español. Los tres artistas mencionados trabajan para la industria del perfume, la cual suele marcar unas pautas de estilo en sus anuncios, pero los dibujos que van a presentar son muy distintos unos de otros, aunque albergan alguna similitud. Por ejemplo, Ribas ilustra jóvenes que no tienden a repetirse en actitudes elegantes y finas (fig. 3); Jenner, es el más detallista de los tres, en sus diseños todavía se puede observar reminiscencias del Art Nouveau (fig. 4); y por último Penagos, no presenta grandes cambios estilísticos y siempre suele representar al mismo tipo de mujer moderna pero elegante (fig. 5), trabajo principalmente para la casa Floralia, pero no va a ser el único. Por otra parte, tenemos a Bartolozzi, quien también se encuentra vinculado con los anuncios de perfumería, pero a diferencia de los otros tres no muestra ni estilo ni modelos específicos.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI



Fig. 3. Ilustración de Jabón Heno de Pravia para perfumería Gal. Federico Ribas.

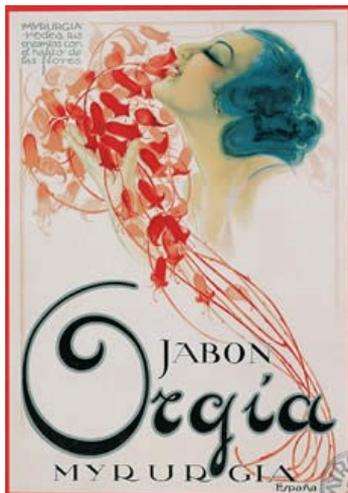


Fig. 4. Ilustración de Jabón Orgía para Myrurgia. Rafael de Penagos Barcelona, 1932.



Fig. 5. Ilustración del Jabón Flores del Campo para Perfumería Floralia. Eduard Jener Madrid, 1915.

- La ilustración gráfica y el mundo del cartel:

El cartel es un *signo cultural*¹⁶, define la propia cultura que lo crea. Es un reflejo de una serie de informaciones que llega al hombre de la forma más inmediata y masiva. Este mensaje visual nos llega a través de una tipología o iconografía básica, que hasta el más ignorante puede llegar a entender.

La ilustración gráfica a través del cartel muestra su autoridad durante la Primera Guerra Mundial. Se convierte en la herramienta de las grandes potencias para persuadir a la población de que es necesario seguir con el conflicto militar. En el ámbito americano, durante la Primera Guerra Mundial, destaca el organismo *Division of Pictorial Publicity*, donde se encontraban los diseñadores gráficos más conocidos del país y que tenían la tarea de realizar dibujos que despertaron el entusiasmo por la guerra. Algunos de los carteles más famosos son de esta época, consiguen tal éxito que se volverán a reimprimir y llegando a divulgarse un gran número de tiradas, uno de los ejemplos más famosos es el cartel del *Tío Sam* (fig. 6) en EE. UU del que llegan a realizarse 5 millones de copias.



Fig. 6. *Tío Sam* ilustración de James Montgomery Flagg. 1917.

El estilo dominante a la hora de realizar carteles es el Art Déco, movimiento que alberga diferentes tendencias, pero donde destaca la influencia de las formas geométricas y lineales. También estas ilustraciones van a perseguir entre otras cosas la reivindicación de la velocidad, el equilibrio, la elegancia, la línea recta, y los motivos sencillos y

¹⁶ Bouza Álvarez 1983, 28.

repetitivos. Además de que se busca reflejar la pureza y el colosalismo, se contraponen con el Modernismo, el cual buscaba el recargamiento de las formas curvas.

El cartel se convierte en el medio más utilizado por la publicidad debido a sus dimensiones, su fácil distribución y que permite al ilustrador una mayor libertad creadora debido a su bajo coste. Va a ser el medio de comunicación más utilizado hasta bien entrado el siglo XX, a pesar de la aparición de otros canales como la radio o el cine. Y este éxito se debe también a que es una imagen que a través de otros iconos codifica un mensaje, y por ello:

El cartel puede ser descodificado porque funciona como un signo: un signo saturado de signos que nos remite a múltiples códigos. Es un signo social.¹⁷

Esto no quiere decir que no se vea influenciado por estas nuevas tendencias, sí que lo hace, en especial del cine del que tomará la acción y el movimiento de las escenas, los encuadres o los bailes afroamericanos del que toma la gestualidad y la carga erótica.

Además, no nos podemos olvidar de la función que desarrolla en lo social ya que *el cartel es una unidad estimular que busca una respuesta: funciona como una “señal”, es dinámico, trata de desencadenar una conducta; no solo es indicativo*¹⁸. El cartel refleja los intereses de una sociedad, esto son la necesidad de persuadir a los individuos y el carácter consumista de esta nueva sociedad. Así pues, no nos puede sorprender que los nuevos modelos que aparecen en estos carteles no sean más que un análisis de tópicos sociales que buscan explicar las conductas de las personas.

En el ámbito nacional las ideas van a entrar por Cataluña, donde vamos a ver un cartel mucho más moderno y rompedor. La diferencia con el cartel modernista español es que en este caso va a ver dos focos geográficos donde se desarrolle esta manifestación artística. En primer lugar, Barcelona, es un imán para los ilustradores debido a su pasado, sus dibujos tienden a lo que se está dando en Europa; y, en segundo lugar, Madrid, quien aumenta su actividad cartelera por medio de convocatorias de concursos por parte del Círculo de Bellas Artes, la creación del Salón de Humoristas y editoriales.

¹⁷ Bouza Álvarez 1983, 25

¹⁸ Bouza Álvarez 1983, 22.

En España se van a buscar introducir cambios técnicos en los carteles. En primer lugar, la tipografía tiende a hacer letras rectas a las que se les dota de cierto volumen, además de que se busca cierto equilibrio entre la imagen y el texto, algo que no se va a conseguir hasta ya entrada la década de los treinta. En segundo lugar, las ilustraciones se caracterizan por la formación de grandes manchas de color, que suelen ser el azul, el rojo y el amarillo. Y, por último, las revistas van a buscar cambiar el dibujo por la fotografía en la portada, algo que se va a quedar en la pura anécdota si lo comparamos con lo que se está dando en otros países, hay casos aislados como el de la agencia *Helios* que va a apostar por este modelo.

- Las revistas:

Las revistas más importantes de España en el primer cuarto de siglo XX son *Blanco y Negro* y *La Esfera*, cuyos artículos iban dirigidos a todos los extractos de la sociedad, en especial a la alta burguesía, los primeros consumidores de ellas. Dentro de ellas encontramos ilustraciones que tienen especialmente el estilo Art Déco. Como la mayoría de las cosas, no son las primeras que muestran su inclinación hacia este movimiento, pero sí las más significativas debido a su repercusión. El mundo editorial tiene un gran desarrollo en el periodo de entreguerras, un momento en el que los gustos están cambiando. Y estos gustos van a estar reflejados tanto en los espacios, los protagonistas y las modas que se lleguen a ilustrar.

Blanco y Negro fue fundada en 1891 por Torcuato Luca de Tena, y pertenecerá a la editorial *Prensa Española*. El éxito de la revista está principalmente en las ilustraciones y en los dibujos que se extienden por sus páginas. Debido a su largo recorrido se puede ver una evolución de sus primeras portadas que tienen hacia el modernismo a sus portadas Art Déco. Se deja de publicar la revista en el 2000.

La Esfera desde muy temprano adquiere gran fama debido a la calidad y variedad de sus ilustraciones. Es una revista sobria que busca la elegancia y la sofisticación del mundo burgués. Su actividad abarca desde 1914 a 1931, un período de tiempo no muy largo donde se va a poder ver el gusto de la sociedad española. Pertenece a *Prensa Gráfica* y fue dirigido en Madrid por Francisco Verdugo. Presenta un gran contraste las ideas conservadoras que promulga el propio diario con el erotismo y el liberalismo que en

algunas ocasiones presentan las ilustraciones, es decir, entremezclando la tradición y la modernidad. La revista va a permitir a la ilustración gráfica exhibirse.

- Concursos y vida pública:

Los concursos de carteles se van a convertir en uno de los escaparates más importantes para los ilustradores gráficos españoles. No es una novedad que se realicen, ya desde las últimas décadas del siglo XIX se efectúan este tipo de concursos en el panorama español, pero es durante el primer cuarto del siglo XX cuando se aumenta el número de ellos.

El ilustrador o diseñador gráfico se presenta en este tipo de certámenes habitualmente, hay que tener en cuenta que muchos de ellos no tienen un contrato de exclusividad con las casas comerciales, es decir, no están vinculados y eso les permite trabajar en varios encargos a la vez. Además, las empresas que buscan artistas para anunciar sus productos tienen dificultades a la hora de contactarlos, las agencias que deberían de realizar este tipo de trámites no suelen tener entre sus filas a diseñadores o ilustradores. Por ello, los comerciales recurren a los concursos, es la manera más factible de atraer a un gran número de artistas. La fama de este tipo de concursos se va a deber principalmente a la dotación económica que se ofrezca y a la polémica que surja tras la elección del ganador.

Destaca principalmente a partir de 1918 el concurso del Círculo de Bellas Artes para el baile de Carnaval, debido a que deja de ser para privilegiados y se convierte en un concurso para todo tipo de personalidades. Pasarán grandes dibujantes de los que destacamos Rafael de Penagos, Federico de Ribas y Salvador Bartolozzi. No son los únicos, pero sí los más importantes ya que marcan el estilo del concurso. Los dos primeros consiguen varios premios, entre ellos primeros y terceros.

Uno de los carteles más llamativos que llegó a ganar en 1912 es el de Rafael de Penagos, el tema elegido será el de la Tórtola Valencia¹⁹ (fig. 7), que le permite gracias al exotismo de sus movimientos y gestualidades crear un cartel con una atmósfera de influencia oriental. El propio Penagos la retrató en varias ocasiones. En la monografía

¹⁹ Fue una bailarina española, especialista en danza oriental, destacó por encima de otras debido a sus movimientos sensuales y exóticos. Mujer de gran belleza que cautivó a un gran número de intelectuales y artistas. Realizó una gira por diferentes países de Europa, entre ellos Londres y París.

que realizó la Fundación Mapfre sobre Rafael de Penagos se describe el cartel de la siguiente manera:

El cartel presenta a la bailarina vestida con ligeros atavíos orientales, acompañada de un negro que toca un gran pandero. Tórtola interpreta una de sus enigmáticas danzas exóticas; su cuerpo, flexible, da sensación de gran firmeza a pesar de que está en una postura muy inestable. Con el torso flexionado avanza casi de puntillas, parece caminar sigilosa como una pantera, es en realidad un poco mujer pantera. [...] Su sensual cuerpo semidesnudo aparece vigoroso y fibrado. No deja de ser en extremo sintomático de la sincronía de Penagos con el arte de ciertos creadores europeos.²⁰



Fig. 7. *Tórtola Valencia*. Cartel para el baile de máscaras del Círculo de Bellas Artes de 1912. Rafael de Penagos.

Bartolozzi también conseguirá varios premios, pero el más importante es el que obtiene en 1919 (fig. 8), con el que consigue el primer premio. El ilustrador se sale de lo convencional: no recurre a personajes elegantes, sino que más bien va a retratar al personaje popular de “la destrozona”, el cual aparece con una escoba y el emblema del concurso. No se expondrá, según José Francés, por decisión del propio autor quién renunciará a su publicación. Dista mucho de lo que realizan Ribas y Penagos, y se acerca a la obra de su amigo José Gutiérrez Solana debido al juego que emplea con el muñeco saliendo del propio hombre.

²⁰ Pérez Rojas 2006, 64-65.



Fig. 8. Cartel de Bartolozzi para el baile del Círculo de Bellas Artes de 1919.

Una de las iniciativas en las que participaban los diferentes dibujantes era el Salón de los Humoristas, creado para incentivar la ilustración comercial. Este evento lo organiza el crítico y escritor habitual de las revistas *La Esfera* y del *Año Artístico*, José Francés. El primer evento se celebró en 1914, tuvo un gran éxito entre el público, pero no entre la crítica. Es en el año 1920 cuando se consagra. Ya por ese entonces participan grandes ilustradores, y se realiza el primer catálogo ejecutado por Federico Ribas. Este evento principalmente se ejecuta en Madrid, pero desde las primeras convocatorias tuvo gran éxito y se expande a otras ciudades como Barcelona quien realiza su primera edición en 1916, Valencia celebra la primera edición en 1923 o San Sebastián que celebra dos convocatorias en 1926 y 1932. La labor que tenían principalmente estos salones era el de prestar una vía de exposición a los dibujantes, además de proporcionarles contactos.

También son conocidos los concursos que realizan las casas de perfumería Myrurgia, Gal y Floralia. En 1925 se convoca en Madrid el concurso del chocolate Ceregumil (fig. 9). En éste participará Salvador Bartolozzi, quien acababa de conseguir dos premios en la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales Modernas que celebró París, junto al diseñador Tono. Este cartel tuvo una gran acogida y se tomó como la imagen de la empresa. Sigue la moda del Art Déco.



Fig. 9. Cartel de chocolate Ceregumil de Bartolozzi y Tono. 1925.

3.4. LA MUJER MODERNA

Uno de los factores primordiales por los que la mujer se convierte en el mayor reclamo de la publicidad, es por su función de ama de casa. Ellas son las que hojean las revistas en busca de productos que les hagan la vida más fácil. Por ello, la publicidad toma a la mujer como la protagonista de sus anuncios; pero no muestra a la ama de casa, sino a jóvenes bellas, graciosas y modernas que permitían captar la atención del público hacia el producto de consumo.

En España se incrementa la publicidad en la década de los años 20 del siglo XX debido principalmente a las iniciativas del sector de la belleza e higiene, el cual está muy en relación con la mujer debido a que se convierte en la protagonista y en la destinataria de su publicidad. Las revistas se llenaron de carteles que anunciaban colonias, jabones, cremas, entre otros productos. El principal mensaje de todas estas campañas publicitarias era el de mantener la juventud y la belleza, y qué mujer no se quiere sentir así. Todas las mujeres que van a aparecer en estos anuncios siguen el mismo canon, son mujeres guapas, jóvenes y atléticas, que son capaces de gustar al sexo masculino.

Esta idea no es nada nuevo ni original de la publicidad española, ya se ve en el panorama internacional. París se convierte en estos años en la capital de la moda y distribuye este modelo de mujer, pero también EE. UU. a través de Hollywood y su cine

busca transmitir por medio de las actrices de moda este patrón. Todas estas ideas llegan a España a través de las revistas, los reportajes que se hacen a actrices o los artículos sobre moda parisina se entremezclan con la publicidad de las grandes empresas.

Entre las actividades de ocio de la sociedad burguesa española se encontraba el cine y el deporte, este último va a ser un tema utilizado constantemente en los carteles comerciales. Es un tema moderno donde se subraya la idea de ser una mujer activa, una actividad que rejuvenece. Se recurre a hacer estas ilustraciones debido al interés del género femenino. Los deportes más recurrentes serán el de la natación, el esquí y el tenis, así lo reflejan algunos de los dibujos que realiza Rafael de Penagos.

De esta manera surge un nuevo tipo de mujer, la Eva moderna, la cual va a ser reinterpretada constantemente, este nuevo tipo puede hacer todo lo que se propone desde conducir pasando por la realización de actividad física y terminando por el baile. Por parte de los creadores se defiende este nuevo prototipo que se preocupa por su físico y su vida personal, Pere Prat Gaballí escribe:

Hemos dicho que la mujer obra frecuentemente impulsada por sus sentimientos. En materia de artículos de uso personal, esos sentimientos serán sustancia tan íntima como el de conservación de belleza, el del temor de perderla, el de gustar, el de lucir, etc.; y es evidente que para presentar apelaciones de publicidad que tengan eficacia en dicho sentido, será necesario considerar con sumo cuidado que la mujer se sienta influida por el ambiente social en el que vive y por las costumbres que éste engendra.²¹

A pesar de que se muestra esa mujer moderna, tampoco se olvidan de las madres y amas de casa, para ello sus ilustraciones irán acompañados de niños y de mensajes que hacen alusión a su labor como madre.

También va a ser habitual que se tome a la mujer como objeto de compra de productos que estaban destinados al sector masculino, Los más evidentes aquellos anuncios del sector del vehículo.

²¹ Prat Gaballí, P, *Publicidad Racional*, Barcelona, Juventud.

A lo largo de la historia de la publicidad en España la imagen de mujer se va a ver modificada constantemente, evolucionará y se estancó en los mismos estereotipos de siempre, por ejemplo, en la década de los años 20 y hasta el estallido de la guerra civil se va a recurrir al tipo de mujer moderna; durante la época del franquismo la mujer se va a relegar a participar en la publicidad como la mujer madre y esposa. Y no será partir de los años 80 cuando volvamos a ver a esa mujer de su tiempo que toma sus propias decisiones. Los modelos siempre van a ser los mismos lo que cambia será el modo de llevarlo a cabo.

4. LOS ILUSTRADORES QUE ABOGABAN POR LA IMAGEN DE MUJER EN EL CARTEL.

El arte en el siglo XX cambia con respecto a lo que se venía dando en siglos anteriores, muchos de los artistas de ese momento se alejan de lo conocido, el realismo naturalista, y buscan crear su propio estilo/marca personal. Uno de ellos va a ser Rafael de Penagos, que va a realizar una serie de obras que tienen algo único y esto lo convierte en una muestra identificable e inconfundible. Además, va a formar parte de esos artistas que ayudan a que España se transforme y evolucione, por medio de sus dibujos e ilustraciones va a “europeizar” España y “españolizar” Europa. Surge una nueva era dentro del lenguaje gráfico, uno más moderno, pero que no olvida el pasado.

Es en la década de los veinte del siglo XX cuando vamos a ver mayor proliferación de tipos de mujer, las cuales son herederas del siglo pasado, pero estas se irán desprendiendo de la norma del “decoro”. Son mujeres modernas que no necesitan mostrar su cuerpo para seducir. Penagos va a ser uno de los artistas que durante el primer tercio de siglo va a mostrar una evolución a la hora de representar a la mujer y que va a culminar en una tipología propia que se ha denominado “mujer castizamente madrileña”²². Anterior a esta había una mujer madrileña, pero que, aunque presenta un estilo nuevo, no se desprende de las ideas decimonónicas de cómo debe ser una dama; paralela a esta está el tipo popular, una mujer romantizada que nos recuerda a aquellas que aparecían en las zarzuela. La diferencia entre ambos tipos, el viejo y el nuevo, está en la forma de

²² Campoy 1983, 12.

representación. No es lo mismo ilustrar una mujer amable y graciosa que tenía un aire provinciano a una que muestra un aire moderno y que mira al futuro, la primera se aleja de los cambios que se están dando en la capital, mientras que la segunda muestra la realidad. La innovación, en este caso, de la mujer de Penagos sería que no se sabe dónde está el límite entre lo real y lo creado, es decir, en muchos de los casos la mujer madrileña se va a inspirar en las ilustraciones que Penagos realiza para las revistas Blanco y Negro, La Esfera, Nuevo Mundo, ..., pero a su vez el artista se va a inspirar en lo que observa en la ciudad.

Rafael de Penagos es el más famoso de los ilustradores de los años 20, una generación de lo más llamativa y asombrosa, ya que aportan obras que están al día de lo que ocurre en el ambiente artístico de Europa y de España, además de que son grandes conocedores del art decó. Penagos junto a otros ilustradores como Bartolozzi, Manchón, Echea, Ribas, ..., son los grandes referentes de la ilustración gráfica, los cuales están en todas partes: publicidad, revistas, carteles, etc. Lo que hace diferente a Penagos del resto es su capacidad de adelantarse al presente, que le permite mostrar un lenguaje artístico nuevo donde destaca la mujer.

4.1. RAFAEL DE PENAGOS

4.1.1. BIOGRAFÍA.

Rafael de Penagos Zalabardo nace el siete de marzo de 1889 en Madrid, hijo de don José María de Penagos y de doña Encarnación Zalabardo. Su familia pertenece a un grupo social acomodado, y de pequeño no pasará ninguna penuria. Siendo él un adolescente se convertirá en la cabeza de la familia tras morir el progenitor; es en ese momento cuando tomará la decisión de convertirse en ilustrador gráfico.

Penagos es heredero de una época de grandes dibujantes; desde muy pequeño copiaba los dibujos de Regidor, Huertas, Méndez Bringa y los cuentos de Calleja. Su primera obra que se conoce es un libreto con dibujos que realizó a la edad de doce años y donde vemos una clara inspiración de los anteriores artistas nombrados. Conocemos su referentes gracias a una entrevista que concedió en 1948, cuando se encontraba en América y en la cual dice que:

[...]antes de ingresar en la escuela, he copiado mucho a los dibujantes de la época: el ilustrador Méndez Bringa; Huertas, gracioso autor de motivos valencianos; Regidor, célebre dibujante animalista. Por ahí rompía el vuelo de mi destino. Copiaba también las ilustraciones de los cuentos de Calleja, que yo mismo ilustraría más tarde²³.

A todos ellos los conocería a través de las revistas. Además, tendrá otra influencia a destacar, ya que al ingresar en 1904 en la Escuela de Bellas Artes de San Fernando tendrá como profesor a Emilio Sala, gran retratista e ilustrador, con tendencia al dibujo de mujeres que se encontraba dentro del ambiente urbano, algo que posteriormente veremos en Penagos.

El talento del artista madrileño es enorme. Comenzó su carrera como pintor, pero no destacaría como otros amigos que estudiaban con él, como el caso de Solana. Esto no quita que no sea un gran retratista, de hecho, sí que lo era, algo que lo podía distinguir de otros ilustradores gráficos que no tenían una base de pintura tan buena. La decisión de dedicarse a la ilustración se debe principalmente a la muerte de su padre cuando él tenía quince años, como hemos señalado; esto propicio que Penagos tuviera que ayudar a la economía familiar y se decantase por realizar trabajos de ilustración para casas editoriales o revistas. En ese momento, la ilustración gráfica estaba bajo demanda debido al boom de grandes revistas como *Nueva España*, *La Esfera*, *Blanco y Negro*, ..., y al del mundo de la cartelería y la publicidad, como hemos señalado en el apartado correspondiente.

En 1913 Penagos llegó a París pensionado por la Junta de ampliación de estudios. Su estancia le va a servir para adquirir grandes conocimientos de lo que se está haciendo fuera de España, y tomará una gran cantidad de apuntes. Tendrá contacto directo con ilustradores de renombre como Javier Gosé, gran referente para Penagos, del que recogerá esa mirada más cosmopolita, a la vez que cronista de su realidad. En una de sus tantas entrevistas que realiza Penagos reflexiona sobre el influjo de Gosé en su trabajo:

Todos los de mi época hemos visto a Gosé, que a su vez nos interpretaba al griego Galanys. Luego nos libertamos como pudimos. Aquí hay ahora muchos dibujantes que lo podrían hacer muy bien. Pero la vida es muy exigente, Lector de revistas no

²³ Manuel Vega. "Rafael de Penagos en Viña del Mar", *El Diario ilustrado*, Santiago de Chile. 7 de marzo de 1948. Citado en Pérez Rojas 2006, 30-31.

quiere pagar lo suficiente para que se pueda tardar 6 o 7 días en un dibujo nuevo, qué es lo que requiere nuestro arte.²⁴

Lo realmente interesante es como Penagos en su año y medio de residencia en París es testigo de lo que ocurre en el círculo artístico del modisto francés Paul Poiret, quien busca difundir su moda a través de la colaboración con ilustradores gráficos como Paul Iribe, Erté o el español José Zamora. Es un momento crucial para la relación entre ambas manifestaciones, el intercambio de ideas que se generan entre ambas va a conllevar a posteriori la definición de un nuevo estilo del que se verá influido el ilustrador español.

Durante este período en que está fuera de España no va a dejar de trabajar, ni de presentarse a concursos: Un ejemplo es el concurso internacional que realiza la casa Ametller para los chocolates de la marca Luna. Conseguirá un primero, segundo y cuarto puesto tras proponer una serie de dibujos donde destacan los volúmenes que ya había realizado en los carteles de la Tórtola Valencia, y el exotismo al tomar modelos y vestimentas que presentan rasgos africanos. La crítica sobre este trabajo va a ser grata, una de las voces que se va a congratular va a ser la de Manuel Abril²⁵.

Aunque hay otros ilustradores importantes como Salvador Bartolozzi o Federico Ribas, Penagos va a sobresalir y esto se va a deber a su gran personalidad a la hora de realizar su trabajo. Todos querían trabajar con él y este no se va a negar, vamos a ver su obra dentro de ediciones ilustradas, carteles o revistas. Su estilo va a influir en otros contemporáneos, en la moda y en la mujer.

4.1.2. EVOLUCIÓN ESTILÍSTICA

Sus dibujos se podrían definir como esquematizados, vivaces, e incluso, caricaturescos, para lograr esto debe tener un gran dominio del estudio tanto técnico como estético de la pintura.

Si queremos establecer una evolución en cuanto al estilo del dibujo de Penagos nos va a resultar complicado, ya que no va a presentar ningún cambio brusco, más bien las

²⁴ Antoniorrobes, "El día de Rafael de Penagos", *Abc*, Madrid, 19 de abril de 1931. Citado en Pérez Rojas 2006, 74.

²⁵ Pérez Rojas 2006, 70.

diferencias van a ser producto de un proceso gradual y muy sutil. La historiadora del arte Estrella de Diego llegó a apuntar una serie de posibles fechas:

[...]la primera época sería más modernista; la segunda algo que podríamos llamar *déco* preciosista centrado en el detalle, en lo diminuto; habría una tercera que estaría dentro de esa mayor geometrización de *eco cubista*, y una cuarta que se podría llamar *déco decadente*, muy dentro del estilo cómic. Aunque es una etiquetación imprecisa porque dentro de un periodo pueden aparecer dibujos de otros, se puede decir que la primera abarca hasta 1916; de 1917 y 1922, *déco* preciosista; de 1923 a 1926 *déco cubista*; de 1927 a 1928, paréntesis de decadencia *déco* (cómic); 1929-1931, vuelta al *déco cubista*. La época que se ha llamado de decadencia no es un momento de dibujos malos, sino simplemente un poco a través de imágenes importadas del cine: son dibujos a los que le falta la típica fuerza de Penagos.²⁶

Estrella de Diego en esta cita establece como incorrecta la clasificación porque la obra de Penagos avanza y retrocede.

Los cambios en su estilo los observamos especialmente en la moda, en cómo la representa, esta evoluciona de forma paralela a los dibujos de Penagos, y en los escenarios en donde nos coloca a los protagonistas. Los tipos de mujer van a ser completamente los mismos, entre 1914 a 1925 que es donde tendríamos que ver el cambio, no lo vemos. Siguen siendo mujeres delgadas y muy estilizadas, con rostros donde destacan esos ojos sombreados. La estilización de esta no solo lo vamos a ver en Penagos, es algo que muestran otros ilustradores afines al *art déco*. Tampoco hay que olvidar que Penagos es un artista que trabaja para otros, es decir, pinta por encargo y no nos puede sorprender que en alguno de ellos aparezcan tipos alejados de lo que comúnmente pinta.

No podemos establecer, pues, una periodización de la obra de Penagos ya que tiene un estilo propio, pero sí que se puede establecer dos fases específicas que nos ayude a “catalogar” su trabajo. Sus primeros dibujos se dan entre 1900 y 1912, y se corresponden en el tiempo con las obras modernistas. En estos años él va a insistir en la mezcla de óleo y el dibujo. Se puede decir que intenta hacer obras modernistas como las de Casas, pero por algún motivo no logra destacar. Esto último no quiere decir que él no sea capaz de

²⁶ Estrella de Diego, *Penagos, ilustrador*, 1983 (memoria de licenciatura inédita). Citado en Pérez Rojas 2006, 146.

pintar, ya que sí que lo hace, sus dibujos tienen cierta calidad, que por ejemplo no podemos ver en otros ilustradores de la época, que sí destacaban en el dibujo, pero a la hora de pintar un óleo dejaban mucho que desear.

A partir de 1915, se asienta la segunda fase artística y la más importante la cual se aproxima al gusto *déco*. El dibujo de Penagos comienza a presentar una línea limpia y definida donde los volúmenes se van a ver marcados por el perfilado de líneas paralelas. Su dibujo va a ser distinto al de Ribas y Bartolozzi, sus protagonistas muestran una mayor expresividad. Son en su mayoría mujeres esbeltas que pertenecen a distintos estratos de la sociedad, es decir, te puede retratar desde una campesina a una joven moderna que fuma. Incluso el historiador Francisco Javier Pérez Rojas establece que Penagos avanza un nuevo prototipo de mujer que no se va a desarrollar hasta finales de la década siguiente, y que marca un antes y después ya que inspirará al mundo drag de finales del siglo XX:

[...] Las mujeres de Penagos no solo se adelantan a su tiempo mostrando un modelo femenino que no se hará realidad hasta casi una década más tarde, sino que estas mujeres de mirada penetrante y rasgos muy marcados anuncian la estética drag de nuestros días.²⁷

Uno de los aspectos más importantes del art *déco* es la visión que tienen de las capas populares, esta se aleja de la idea de castizo, ya que se plantea desde un punto de vista más urbano, es decir, busca mostrar el nuevo tejido de la sociedad urbana. Penagos, al igual que Ribas y Varela de Seijas, no ven que las distintas clases sociales tengan grandes diferencias, o por lo menos no lo muestran, y ven en los jóvenes un afán de romper con esas diferencias. El problema es que estos ilustradores se equivocan, ya que la realidad social del momento es muy diferente.

Por otra parte, hay una serie de obras en el catálogo de Penagos que catalogaríamos como art *déco* español. No es una nueva etapa, debido a que este tipo de dibujos que realiza se alterna desde 1915 con las ilustraciones de la segunda fase; más bien es un modelo nuevo de dibujo. El art *déco* se manifiesta en la búsqueda de lo urbano, pero, aunque busque esta modernidad no va a condicionar al artista a la hora de incluir elementos autóctonos o castizos. El triunfo del art *déco* se da en el momento en el que la

²⁷ Pérez Rojas 2006, 101.

sociedad acepta su lenguaje formal, la cual no se debe asociar con lo cubista sino más bien a los aspectos simbolistas, que también alberga el modernismo. No por ello hay que establecer paralelismos entre el art déco y el art Nouveau, más bien todo lo contrario. Tras definir el art déco, cabe resaltar la idea de lo español que vendría asociado con el regionalismo. Existen diferencias entre regionalismo art déco y casticismo. El regionalismo por sí mismo no es un estilo, sino más bien es una forma de nombrar o de catalogar ciertas obras que presentan objetos o personajes típicos. La unión de este regionalismo y el art déco da como resultado obras modernas y cosmopolitas que aluden de cierta forma a lo autóctono. Mientras que lo castizo en la mayoría de los casos exhibe sin alteraciones las costumbres y tradiciones de un pueblo.

4.1.3. TIPO DE MUJER.

¿Qué es una mujer moderna de principios del siglo XX? Alberto Insúa en su novela *El galán supersticioso* nos hace una descripción:

Porque viéndola de pie apreciaba su estatura y su línea: las de una mujer perfecta, con una idea muy siglo XX de la perfección. Quizás algún enamorado de las formas clásicas pudiera parecerle poca mujer, es decir delgada. ¡Oh, no era una mujer de Rubens! Pero podía serlo de Botticelli, y, mejor aún, de Burne-Jones o de Dante Gabriel Rossetti. El, en pintura, era prerrafaelista. El amor del siglo XX a la línea ágil y sintética venía a ser un “retorno al antiguo”. Y así, ella era primitiva y actual, de entonces y de ahora [...]. Su cabeza erguida para otear el panorama urbano era un tiempo majestuoso y pueril, inteligente e ignorante [...]. Se veía que era muy madrileña -como habría podido ser muy parisiense-, muy de su cuna, muy castiza, muy del Madrid de 1927, que es un Madrid repentina y parcialmente modernizado, en el cual, por fortuna, lo parisino o londinense resulta falso, aunque, a veces, brillante-y hasta elegante. Como un disfraz.²⁸

Penagos retrata a la anterior mujer descrita, lo hace de tal manera que cautiva al público de su época, incluso la crítica menciona que lo más destacado de los dibujos será la iconografía de mujer, un ejemplo es la crítica de Santos Torroella:

²⁸ Alberto Insua, *El galán supersticioso*, Madrid, La Novela Mundial, 1927, págs. 33-34. Citado en Pérez Rojas 2006, 195-196.

Los tipos femeninos de Penagos son, insisto, puras abstracciones y desde comienzos de los años 10 hasta el final -esto es, durante cuatro decenios largos-, van apareciendo unos tras otros, en respuesta a unos esquemas preestablecidos, como si se tratara de hermanas gemelas o de madres e hijas fácilmente confundibles para dar ocasión al requiebro inevitable o, jugando con las edades respectivas, la frase halagüeña, por supuesto admirativa.²⁹

Penagos establece un prototipo que siempre va a ser el mismo en cuanto a estética, mujeres esbeltas y ágiles, pero puede presentar ciertas variantes como incrementar el volumen en ciertas zonas del cuerpo femenino buscando así una mayor sensualidad. Estas mujeres se van a ver en diferentes escenarios, los más recurrentes, la playa, la ciudad y el tocador.

Destacamos la mujer en la playa, la cual se va a ver en diferentes ilustraciones de revistas. Disfruta de un placer del ocio burgués, y por ello, se la va a dibujar risueña y coqueta; la publicidad va a tener la necesidad de tomar estas imágenes y vincularlas con diosas marinas que buscan en los fondos marinos los secretos para mantenerse joven³⁰ (fig. 10). Realiza una publicación en *Blanco y Negro* sobre el producto de Floralia jabones *Flores de Campo* (fig. 11), donde la modelo surge del agua como una sirena. Su bañador se ajusta al cuerpo lleno de curvas que incita al erotismo, y la espuma haría referencia al jabón que se promociona. La bañista va a aparecer en todo tipo actitudes, en el mar, la arena, jugando..., la sitúa de tal manera que la hace dominadora de ese espacio. Este tema lo va a repetir constantemente, destaca sobre todo el trabajo que realizó en Chile entre los años 1948 y 1951.

²⁹ Rafael Satos Torroella, "Rafael de Penagos en su tiempo", en Penagos (1989-1954), cat. exp., Madrid, Fundación Cultural MAPFRE VIDA, 1989, págs. 60 y ss. Citado en Pérez Rojas 2006, 203-204.

³⁰ Esto es lo que ilustra el anuncio *Leyenda y realidad* de Floralia en el núm. 195 de la revista *La Esfera* el 22 de septiembre de 1917.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

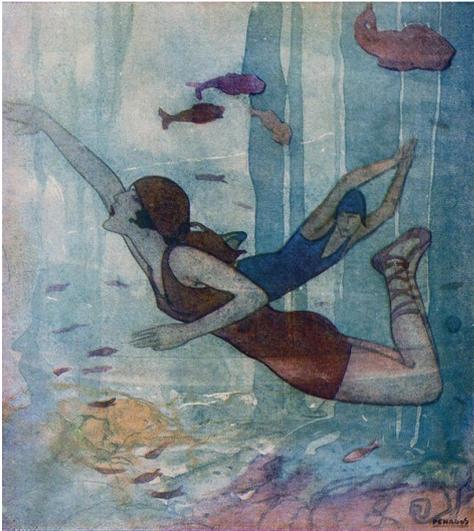


Fig. 10. Leyenda y realidad. Rafael de Penagos. La Esfera, núm. 195, 22 de septiembre de 1917. Colección MAPFRE.



Fig. 11. Ilustración de perfumería Floralia reproducida por Blanco y Negro, núm.1578,14 de agosto de 1921. Rafael de Penagos. Colección MAPFRE.

Esta serie de obras que introducimos en el apartado de art déco español presentan una serie de características en cuanto a la mujer que deben ser mencionadas. Para empezar, la composición de estos dibujos viene presidido por la presencia de una mujer, la cual se coloca en todo el centro de la composición; y exhibe la tipología de mujer Penagos, un ideal de belleza que veremos dentro la cinematografía. En cuanto a los aspectos fisionómicos, son jóvenes de rostro ovalado con una boca pequeña en forma de corazón y grandes ojos almendrados que se ven oscurecidos por medio de las pestañas; el punto diferenciador vendría dado por el caracolillo en la frente, haciéndolo más castizo o español. Son mujeres esbeltas, las cuales se visten con un gran mantón de Manila en forma

de peplo griego, lo que nos habla de que el artista conoce el arte clásico. Es una nueva generación de mujer que huye de lo rural y del ideal de madre.

Rafael de Penagos, a través de los movimientos y la gestualidad, marca una gran fuerza expresiva. En sí no es muy diferente a las demás mujeres que representa, el cambio vendría dado por la vestimenta y los gestos, ya que la esencia es completamente la misma. Esto remarcaría la idea de que se *hacen de lo español o de la española un apartado más del art déco*³¹. El artista no disfraza al representado, sino que hace una reivindicación hacia lo español. Además, realiza una labor etnográfica al recopilar en sus ilustraciones la gran cantidad de vestimentas típicas españolas.

Hay varias obras que nos sirven de ejemplo para mostrar este tipo de mujer. La primera sería la ilustración para la portada del catálogo oficial de la Exposición Nacional de Pintura, Escultura y Arquitectura de 1915 (fig. 12), donde se exhibe ese arquetipo de mujer moderna, pero que a su vez nos lleva al pasado debido a la incorporación de elementos tradicionales como el mantón de Manila o la Iglesia románica que se encuentra representada en el fondo de la composición; incorporación de unos personajes secundarios que harían referencia a los artistas más bohemios y que simbolizaría el período de transición que viven las artes, no solo de manera gráfica sino también técnica, ya que introduce ese juegos de líneas geométricas.

Otro claro ejemplo sería la obra *Savia de la vida es el zumo de la fruta de España* (fig. 13), que realizó Penagos para la Unión Nacional de Exportadores³². El diseño de Penagos va a consistir en colocar una mujer de rasgos españoles saliendo de un bodegón de frutas. La novedad está en la joven que aunque tenga rasgos castizos, se aleja de lo costumbrista y crea algo mucho más moderno por medio de formas y volúmenes que nos llega a atraer y a seducir.

³¹ Pérez Rojas 2006, 157.

³² En 1927 se crea la Unión Nacional de Exportadores, el fin de este proyecto era fomentar el consumo y la exportación de los productos españoles en el extranjero. Por ello a partir de 1929 comienzan a convocar una serie de concursos para transmitir a partir de carteles y postales este mensaje, los ganadores serán Penagos, Bartolozzi, Morell y Baldrich.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

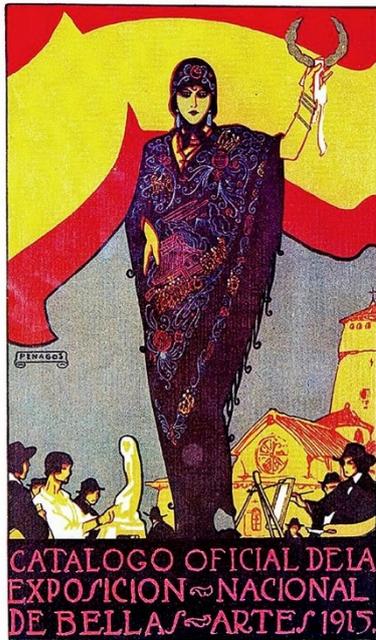


Fig. 12. Diseño para la portada del catálogo oficial de la Exposición Nacional de Pintura, Escultura y Arquitectura de 1915, Madrid.

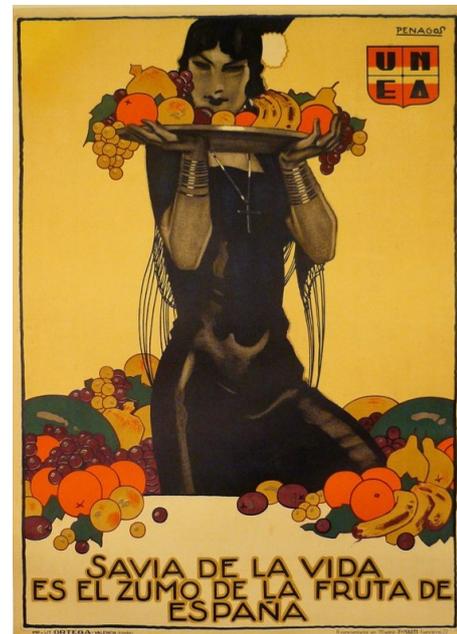


Fig. 13. Savia de la vida es el zumo de la fruta de España, Cartel del Patronato Nacional de Turismo, El Escorial. Litografía a color, 105 x 66 cm, 1929.

4.1.4. REVISTAS Y EJEMPLOS.

Comienza a colaborar en revistas a partir de 1915. Esta etapa de su vida va a ser muy importante, ya que le otorga una popularidad que seguirá desarrollando a lo largo de su carrera artística. Los primeros trabajos serán a través de la publicidad, en concreto el de las casas de higiene y belleza que contactan con él para la realización de dibujos que

muestren los productos de la marca. El debut en las revistas gráficas va a venir dado gracias a la publicidad que realiza para la perfumería Floralia, y su trabajo se va a caracterizar en un primer momento por dibujos pequeños que irán situados en distintos espacios de la revista, pero a posteriori su trabajo se va a haber recompensado colocándolo en el espacio más significativo de estas revistas, la portada. La evolución va a ser muy rápida debido a su actividad frenética y a que Rafael de Penagos impone una serie de imágenes que se transmitirá por distintos medios, haciéndolas populares y totalmente reconocibles. Se podría establecer que crea una marca.

Ya hemos establecido que a partir de 1915 Penagos comienza a trabajar para las revistas gráficas, las más transcendentales *La Esfera*, *Nuevo Mundo*, *Revista España y Blanco y Negro*. Esta fecha también es primordial debido a que se consagra lo que conocemos como la nueva pintura, en donde va a estar muy presente el cómo las nuevas generaciones de artistas recrean los temas regionalistas. Esto lo podemos observar en los aspectos estéticos, formales y gestuales de los nuevos tipos. Esta vieja España observada desde un nuevo punto de vista que está más afín al art déco, es decir, a lo extranjero. Pero, aunque tome un nuevo rumbo, no se olvidan de lo castizo. Su participación en estas revistas se va a dar de forma indirecta, es decir, él no es contratado directamente por las editoriales para trabajar en la realización de ilustraciones, sino que más bien es contratado por las casas comerciales para que represente sus productos, y éstas van a ser las que posteriormente se van a poner en contacto con las revistas para la divulgación de esas imágenes que Penagos ha realizado.

Antes de comenzar a adentrarnos en el trabajo que realiza para cada una de las revistas, es importante mencionar la nueva orientación estética que se puede apreciar en las ilustraciones. Estas principalmente van a estar impuestas por la publicidad, la moda, la fotografía y el nuevo ocio. La moda va a ser el aspecto más llamativo, debido a su vinculación con la propia publicidad, hay un intercambio continuo entre ambas modalidades. La moda, especialmente, la femenina va a destacar por la elegancia, la cual se va a querer reflejar en la publicidad, sigue la idea de la modernidad. Gómez Carrillo, escritor modernista, en un artículo que realiza para la revista *La Esfera* menciona que la moda es uno de los factores estéticos más importantes de principios del siglo XX:

[...] Pero hay, indudablemente, un arte que lejos de decaer nos ha parecido durante estos últimos años más esplendoroso que nunca. Este es el de las elegancias femeninas.³³

Su importancia llega a tal punto, que los modelos de las revistas que muestran lo que está de moda, se van a ver en el mundo real, la difusión de las nuevas modas llega a la sociedad burguesa y a posteriori, a los demás estratos de la sociedad. Podemos observar los mismos tipos, escenas, gestualidades ..., en un personaje ilustrado como en una mujer de un barrio burgués. Las pautas de esta nueva moda van a venir dadas en menor medida por los dibujantes, ellos también van a crear nuevas vestimentas, y esto se debe a su afán por romper con lo anterior, buscan nuevos medios de difundir su arte y la moda se va a convertir en uno de ellos.

El nuevo ocio vendría siendo el teatro moderno, el cine y la danza moderna. Estos van a ser también una fuente que proporcionan nuevos modelos que hasta el momento no habíamos visto. La bailarina Tórtola y la francesa Fontenay van a ser algunas de las inspiraciones que toma Penagos; lo oriental sigue causando sensación, pero en este caso desde un punto de vista más sensual. Además, el teatro va a proporcionar que las mujeres vean los nuevos avances en cuanto a moda, ya que van a ser las actrices las primeras que vistan los nuevos modelos.

La revista *La Esfera* será la primera que acoge las ilustraciones de Rafael de Penagos en 1915. Esta editorial estará activa desde 1914 a 1931, y será el gran referente en cuanto a ilustración art déco. Es una revista bastante particular ya que no es de ideología liberal, sino todo lo contrario, es más bien conservadora, pero sí que podemos observar alguna idea liberal, la mayoría de ellas vienen dadas a través de las colaboraciones literarias y artísticas. El principal crítico de la revista va a ser José Francés que ya recalcó la importancia de estas casas para la publicidad

Los primeros trabajos de Penagos para esta vienen de la mano de la perfumería Floralia. Hay un gran interés por la publicidad de higiene y cuidado del cuerpo, la nueva burguesía va a fomentar la salud, el bienestar y lo que ello conlleva, el éxito social. Estas

³³ Enrique Gómez Carrillo, "De la elegancia", *La Esfera*, Madrid, núm. 4, 24 de enero de 1914.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

casas de perfumería van a tener un gran peso en la industria de la publicidad, ya que van a ser los principales promotores, junto a la moda.

Uno de los productos de la casa Floralia va a ser los *jabones Flores del Campo* (fig. 14), esta va a estar presente en todas las revistas de la época, y va a ser representada de todas las formas posibles por el mayor número de artistas viable, entre ellos la *trinidad de la ilustración gráfica española: Salvador Bartolozzi, Rafael de Penagos y Federico Ribas*³⁴.

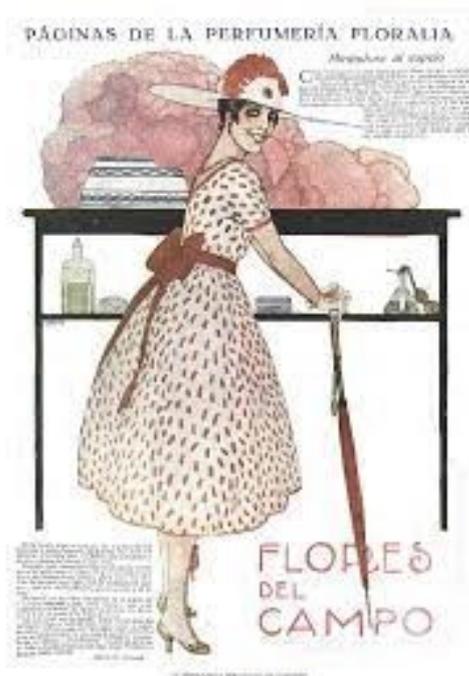


Fig. 14. *Jabones Flores de Campo*. Ilustración reproducida por la revista *La Esfera*. 1917. Rafael de Penagos

La obra ilustrada de Penagos la vamos a ver expuesta en las portadas de distintos números de la revista, siempre buscando reflejar a esa mujer burguesa moderna que tiene algo que nos evoca a tipologías anteriores como la Odalisca.

Estos trabajos de publicidad no solo van a promocionar un gran negocio entre la revista y la casa comercial, no se nos puede olvidar que el artista también se va a ver beneficiado, no solo económicamente, sino también socialmente. Estas nuevas casas comerciales van a ser una especie de mecenas que se van a encargar de difundir la obra de los artistas a su cargo.

³⁴ Pérez Rojas 2006, 98.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

Estos anuncios van a ser pequeños carteles que buscan seducir al lector, no existen grandes diferencias, la más evidente podría ser el mensaje, el cual no suele ser tan evidente en la publicidad. La solución vendría dada por una breve narración o leyenda que ayudara a esclarecer el porqué de la representación, por ejemplo, el primer anuncio de Penagos para la Perfumería Floralia establece la siguiente leyenda: *Es el predilecto del mundo elegante.*³⁵

Otra revista con la que trabajara es la *revista España*, donde van a destacar los anuncios del *Sanatoria* (fig. 15), un producto dirigido a los malestares propios de las mujeres. Lo llamativo de estas ilustraciones es que toma el modelo de joven moderna, tan típico de Penagos, el uso de esta mujer para este tipo de anuncio no sería necesario, ya que una mujer moderna no necesita de estos productos. En estos además podemos apreciar un estilo cercano al art déco.



Fig. 15. Ilustración para *Sanatoria* reproducido en *España*, núm. 3, 12 de febrero de 1915. Biblioteca Valenciana.

Para concluir, cabe destacar la vinculación entre la revista *Nuevo Mundo* (fig. 16) y Rafael de Penagos, la cual es un tanto especial. Para esta no va a realizar anuncios publicitarios, sino que va a ilustrar sus páginas con dibujos propios. Es a partir de 1919 cuando su producción artística llega a su mayor esplendor, realiza una gran cantidad de dibujos para portadas. Su culmen se da en 1922 ya que va a comenzar a realizar una serie de dibujos a doble hoja (fig. 17) donde se presenta los placeres cosmopolitas del

³⁵ La Esfera, Madrid, núm. 64, 20 de marzo de 1915.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

momento. Estos dibujos son de lo más llamativos, tienen la marca Penagos. Son dibujos esquemáticos donde destaca la línea clara y limpia del artista. Muestra todo tipo de escenarios, en su gran mayoría los protagonistas son mujeres jóvenes que realizan actividades modernas como tomar un café, fumar, hacer deporte, etc. Estos vienen a argumentar lo que se debe hacer para poder llevar una vida cosmopolita; es una especie de obra narrada, lo podemos comparar con el cómic o el cine.



Fig. 16. Portada para *Nuevo Mundo*, núm. 1398, 29 de octubre de 1920. Colección MAPFRE.



Fig. 17. *El año de una mujer elegante que todos los años hacen lo mismo*. Ilustración reproducida en *Nuevo Mundo*, 1922. Colección MAPFRE.

4.2. SALVADOR BARTOLOZZI.

4.2.1. BIOGRAFÍA.

Salvador Bartolozzi Rubio nació en Madrid el 6 de abril de 1882. Es el primero de los tres hijos que tuvo el matrimonio Lucas Bartolozzi y Obdulia Rubio. Su infancia se ve marcada por la inestable situación económica de la familia y las penurias que pasó cuando era niño le van a servir como crónica a la hora de realizar sus dibujos. Además, tuvo una educación precaria y todo lo que aprende va a ser de forma autodidacta, así lo cuenta la biografía que realiza Antonio Espina sobre el ilustrador español.

La situación cuando es adolescente va a comenzar a cambiar debido a que su padre consigue un trabajo como vaciador en la escuela de Bellas Artes de San Fernando, y pasa a posteriori a ser el jefe de la sección de vaciado y moldeado de la misma escuela, antecedente de la Facultad de Bellas Artes de la Complutense de Madrid. Trabajará junto a su padre lo que le lleva a sentir atracción por el mundo artístico, y será en este momento cuando empieza a asistir a clases tanto de dibujo grabado y escultura. A la edad de 14 años comienza a realizar los primeros dibujos o ilustraciones para revistas, en donde ya vemos un estilo diferente a lo que se marca en la Academia.

Entre 1901 y 1907 se asienta en París. Se tienen datos escasos sobre su formación y su estancia en la capital francesa. En esta ciudad se va a dedicar a tomar apuntes sobre las formas de vida más marginales de la ciudad, es decir, deja atrás ese gusto por la burguesía para centrarse en mostrar lo que sucede en los barrios más periféricos de la ciudad. Este gusto por resaltar lo más sórdido y real lo podemos ver en Toulouse Lautrec, con el cual le van a comparar, y del que tomará referencia a la hora de realizar sus primeras ilustraciones para la revista *La Esfera*. Poco a poco se va a ir haciendo un nombre en París, y le toman una gran estima que podemos ver en elogiosas reseñas que realizan varias revistas, entre ellas destacamos la nota de Maurice Testard para la revista *L'Art Décoratif*:

Aunque Bartolozzi, no acudió nunca a ninguna Exposición parisiense y no colaboró en ninguna de nuestras publicaciones ilustradas, ha entrado por sus propios merecimientos en las filas de ese grupo de personalidades que de allende los Pirineos llega a nuestra patria en el momento más oportuno y propicio para

estimular a aquellos de nuestros artistas que pudieran tener la pretensión de mantener glorioso, en el siglo que viene, el renombre tradicional de nuestro arte.³⁶

Regresa muy pronto tras haber triunfado. Nada más llegar a casa con Agustina Sánchez y establece su residencia en Madrid. Rápidamente va a comenzar a frecuentar el ambiente artístico y literario de Madrid. Desde un primer momento va a buscar una estabilidad económica que le permita mantener a su familia. Por ello, solicita trabajo dentro del mundo de las editoriales, donde por medio de las ilustraciones gráficas llegará a labrarse un camino.

No es hasta 1914 cuando vamos a ver un gran cambio en cuanto a estilo, su trabajo va a tomar un nuevo rumbo debido a la relación que va a mantener con Magda Donato, escritora, periodista, actriz y defensora de los derechos de la mujer; que enseña a Bartolozzi el mundo del teatro de vanguardia, del que formara parte creando escenografías. Además, es en este momento cuando empiezan a proliferar esas tertulias en los cafés del que Bartolozzi formará parte, siendo uno de los asiduos al café Pombo y al círculo de Ramon Gómez de la Serna. Por último, cabe mencionar su estrecha vinculación con José francés y los Salones de Humoristas, los cuales influirán en su obra.

Salvador Bartolozzi tras su regreso de París comienza a dedicarse exclusivamente al dibujo, no será hasta 1917 cuando se incluya dentro de otros proyectos artísticos. Su obra gráfica será bastante amplia hay que tener en cuenta estará activo hasta comenzada la guerra civil española. En torno a 1909 comienza a trabajar para la editorial Calleja, dónde se formará y crecerá hasta tal punto de convertirse en director artístico en 1915, y junto a Rafael Calleja renuevan la colección de La Novela de Ahora, dando un aire más moderno. Pero no será la única colaboración que realice ya que pública en *Nuevo Mundo*, *La Esfera*, *España y La Ilustración Española y Americana*, y *Blanco y Negro*, entre otras. El hecho de trabajar para tantas revistas le va a ir consolidando como uno de los referentes para las nuevas generaciones, y su influencia va a ser clara entre los más jóvenes.

El gran éxito que consigue tras publicar sus dibujos en esta revista le permite gozar de una estabilidad económica que hasta el momento no había tenido. Por ello, a partir de

³⁶ Antonio Espina, Manuel Abril ("Artistas Españoles. Salvador Bartolozzi", Por Esos Mundos, 222 (VII-1913), pp. 81-89). Citado en Vela Cervera 2004, 8.

este momento combina su faceta como ilustrador gráfico con otras modalidades como la escritura, la escenografía o el teatro.

Tras la dictadura de Primo de Rivera y la consolidación de la República, Bartolozzi se va a dedicar por completo a su labor como escritor y dibujante para el público infantil.

4.2.2. EVOLUCIÓN Y ESTILO

La obra artística de Salvador Bartolozzi se caracteriza principalmente por su evolución la cual ha seguido un sentido gradual y lógico. Durante todos los años que está en activo no presenta un prototipo de dibujo, su arte va a ir creciendo y madurando a la misma vez que él. Su mirada se va a ir influenciado por todo lo que ve, desde la obra de artistas extranjeros hasta las grandes obras clásicas. Asimila y comprende lo que sucede a su alrededor, como el arte va cambiando y por ello estudia tanto las nuevas influencias como las técnicas nuevas que llegan.

Su evolución no va a ser lineal ya que en muchas ocasiones sus aspiraciones artísticas se veían relegadas por el medio, es decir, el artista en muchas ocasiones no va a decidir como hace el trabajo ya que si lo van a imponer a través de parámetros artísticos. Como ya hemos mencionado está al tanto de lo que se hace fuera del ámbito nacional, y esto lo veremos dentro de sus obras, qué pasa de ser influenciadas por el art Nouveau a seguir las pautas del art déco. Toma también ideas del postimpresionismo, simbolismo, cubismo, etc. Todo esto lo va a reunir en unos dibujos donde destaca temas más modernos como son las mujeres de los años 20 y como éste se convierte en modelo de las nuevas modas, el automóvil, el teatro, etc.

En sus primeros años su obra se va a ver afectada por lo que quieren las editoriales. Su mirada se acerca a las ideas que proyecta el modernismo y el simbolismo. Esto lo vemos claramente en el uso de técnicas del arte japonés como la aplicación de los colores planos y los fondos decorativos de líneas suntuosas que vemos en las estampas japonesas.

Salvador Bartolozzi ha compuesto una página admirable de distribución y de elegancia. Bella y audaz armonía de tonos en la que se destaca la nota vibrante del manto amarillo en que se envuelve la figura principal, sobre el fondo de laca

japonesa en el que hay detalles tan prodigiosos como el del Samuray que parece escapado de una estampa de Hokusai.³⁷

Además, durante este primer período vemos una madurez que le va a permitir reinterpretar a artistas ya conocidos como Klimt y Munch, Beardsley, Steinlein, Howlwein, Klinger, León Bakt. El hecho de conocer la obra de los anteriores artistas nombrados le permite crear una serie de dibujos donde se mezclan conceptos como el simbolismo, la estilización, la sátira, el orientalismo, etc.

En los años 20 exhibe en sus dibujos unos patrones ya vistos en la fotografía y en la cinematografía, el endurecimiento de líneas a través del uso de encuadres, luces y planos. De este modo, se aleja de lo que Ribas o Penagos están realizando. Hay una influencia de la película *El gabinete del doctor Caligari*.

Para terminar, en los años treinta su estilo vuelve a cambiar y nos presenta una serie de figuras de líneas y volúmenes redondeadas y blandas. Algo original que busca atraer al espectador. Va a prescindir de lo que en un primer momento va a prestar especial atención, el detalle.

Según Manuel Abril, Bartolozzi presenta dos maneras de hacer su obra:

Como artista de su tiempo, muy de su tiempo, y fino de percepción, tenía necesariamente que ser seducido por los dos aspectos que más puedan estremecer la sensibilidad de un dibujante de hoy: el aspecto revuelto, de sombras, hosquedades, trágicos claros oscuros y genialidades siniestras que desde que vino Goya al mundo no han dejado de preocupar e influir en los grandes artistas del dibujo y del grabado: y después de este aspecto, el pulcro, el de la línea limpia que aquí se hace elegante, sencilla, correcta; allá temblorosa, emocionada; en este caso decorativa y limpia; en este otro detallista y prolija hasta recamar de adornos el dibujo³⁸.

No es el único que afirma este hecho. Esta dualidad, entre lo pulcro y lo revuelto, lo vemos precisamente en la forma de crear, pero también en la forma de narrar, ya que

³⁷ La Esfera, Nº120. Madrid, 15 de abril de 1916. Citado en Lozano Bartolozzi 1992, 188.

³⁸ Antonio Espina, Manuel Abril ("Artistas Españoles. Salvador Bartolozzi", Por Esos Mundos, 222 (VII-1913), pp. 81-89). Citado en Vela Cervera 2004, 45.

puede llegar a representar en un mismo dibujo la estilización de un modelo con la deformación de otro. Son elementos que se atraen, no se contraponen.

El dominio del dibujo le permite generar personajes estilizados que se crean a través de líneas fluidas, que pueden variar entre más sensuales y más realistas. En sus protagonistas para destacar especialmente las manos y las miradas tristes, las cuales se van repitiendo una tras otra. Llama la atención estas zonas debido a que combina la dimensionalidad y la tridimensionalidad por medio del uso de sombras, este recurso lo toma del alemán Ludwig Hohlwein. Constantemente va a estar mezclando elementos modernos y realistas.

El fondo va a ser una parte muy importante dentro de la composición del dibujo, este podría ser de tres tipos: el primer tipo es el que mayormente vemos, y se trata de colocar una figura sobre un fondo de color, de este modo, crea un juego entre la modelo y el espacio con el que habita; el segundo tipo sería el de colocar la figura dentro de un fondo abstracto, parecido a lo que vemos en obras de Gustav Klimt, pero en este caso los motivos que pone en el fondo pueden estar sacados de elementos costumbristas como el mantón de Manila; y el último tipo es aquel fondo que recrean espacios reales como habitaciones o paisajes.

Su técnica es difícil de definir, debido a que varía constantemente. Los más recurrentes son los dibujos en tinta negra por los que son coloreados por un solo color, estos los encontramos sobre todo en pequeñas ilustraciones que suelen ir dentro de las revistas. El color lo va a usar en el momento que realice portadas o planas de revista, usa una *técnica mixta en la que entraba el lápiz y difumino, tinta, albayalde y témpera o gouache*.³⁹ Además perfila las figuras con una gran línea blanca que proporcionará al personaje cierta luminosidad.

4.2.3. TIPO DE MUJER.

Si tomamos el catálogo artista de Bartolozzi podemos observar como la mujer está representada constantemente en sus publicaciones. La mujer en este periodo lo va a envolver todo, y no por ello no saldrá en la obra de Bartolozzi. Al igual que Penagos va

³⁹ Lozano Bartolozzi 1984, 246.

a representar varios tipos femeninos, desde la mujer frívola hasta la chula madrileña. A la hora de representarla se ciñe a los estándares que ya había marcado el arte europeo.

Su tipo de mujer no va a llegar al nivel de los de Penagos, Baldrich o Ribas, no creó una marca, pero lo que sí llega a conseguir es difundir el nuevo canon de mujer moderna española. Sus ilustraciones van a mostrar un tipo de mujer que se va liberando de su imagen decimonónica, y esto perfectamente se puede ver en los parámetros estéticos.

En un primer momento, va a rescatar a la mujer del siglo pasado, es decir, una mujer con curvas amplias, exuberantes, que podían verse exhibidas en el Salón de Humorista de 1909. Es a partir de 1913 cuando vemos cambios estéticos que vienen dictados por el modista francés Poiret. Este va a establecer unas modelos mucho más esbeltas, estilizadas que van a llevar cada vez menos ropa. Poco a poco va introduciendo más personajes femeninos de este tipo en las ilustraciones de revista.

A partir de los años 20 en las revistas vamos a ver una serie de cartel comercial por parte de Bartolozzi diferente al que había mostrado en los años anteriores. Sus dibujos tienden hacia dos tendencias. La primera de ellas es la que muestra el lado más castizo de su obra similar a lo que presenta Penagos con su art *déco* español donde el cartel *Fiestas de Primavera, Semana Santa y Feria de Sevilla* (fig. 18) es un ejemplo de esta tendencia, el Ayuntamiento de Sevilla convoca un concurso en el año 1921 para promocionar sus fiestas bajo el lema *Clavel*, así se va a denominar la ilustración; en este dibujo se puede observar el uso de una joven castiza y española que llama la atención con su peineta y su mantilla, pero introduce elementos innovadores como el fondo, el cual representa el detalle del bordado del mantón de Manila. Reflejo de un tipo de mujer española dónde se puede ver una estilización las ideas castizas y regionales. Reinterpreta, de este modo, la tradición, y convierte algo viejo en nuevo. Muestra una mujer sofisticada y estilizada dentro de unos trajes tradicionales. Toma el tipo goyesco, es decir, una joven morena con mantilla, la innovación se ve en el color sintético que toma de los ballets rusos.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI



Fig. 18. *Fiestas de Primavera, Semana Santa y Feria de Sevilla*. 1922. Salvador Bartolozzi.

La segunda tendencia hacia la que se dirige su obra es la de dignificar las clases trabajadoras. Por ello a partir de 1922 participa en concursos que convoca la administración pública, un ejemplo es la del Instituto Nacional de Previsión, que pretendía promover la protección de las madres trabajadoras, su obra la nombrará *Seguro de Maternidad* (fig. 19). En este caso, Bartolozzi recurre a la mujer que es madre y trabajadora. Dibujo mucho más realista y humanizado, que muestra un extracto de la sociedad pocas veces representado. Apela el sentimiento a través de la relación entre una madre y un hijo.



Fig. 19. *Seguro de Maternidad*. 1931. Salvador Bartolozzi.

4.2.4. REVISTAS Y EJEMPLOS.

Una de sus facetas más importantes será la de ilustrador gráfico para revistas. Realizará principalmente ilustraciones para anuncios. Uno de sus primeros trabajos será para *jabón Heno de Pravia*, producto de Perfumerías Gal, se va a celebrar un concurso en 1916, donde se va a presentar Bartolozzi y consigue un premio junto a otros compañeros; estos carteles se van a exponer en el Círculo Artístico de Barcelona. El tema del anuncio va a ser una mujer que se presenta luciendo una vestimenta de corte orientalista, introduce de una manera sutil la estampa japonesa tan utilizada en el modernismo. Esta obra se divulga a través de la revista *La Esfera*.

Junto a Rafael Penagos y Federico Ribas, trabajará para la Casa Gal de forma permanente. Esta misma convoca un concurso en el año 1916, en el que participará Salvador Bartolozzi y ganará un primer premio con el dibujo *Shingentsu* (fig. 20), ilustración que tiende a lo oriental debido al uso de las tramas japonesas. Esta imagen se va a difundir por medio de la revista *La Esfera*. En todas estas ilustraciones que realiza, pero especialmente en este anuncio de Perfumerías, muestra una fórmula bastante definida donde prima el dibujo sobre el mensaje, es decir, la ilustración ocupa más espacio que la propia tipografía que anuncia el producto. También recurre a la asociación de ideas con imágenes, en este caso, el refinamiento y la elegancia viene dado a través de la figura femenina. Una imagen femenina que busca llamar la atención, por ello se la representa joven, seductora y elegante, vestida a la moda parisina; no podemos olvidarnos de su implicación por saber sobre las tendencias que se dan fuera del territorio nacional.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

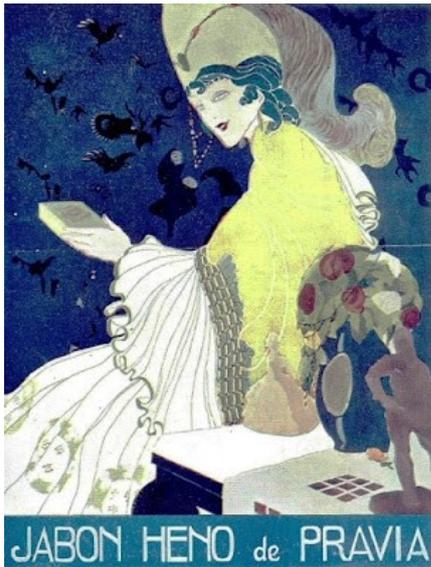


Fig. 20. *Shingentsu*. Ilustración para casa Gal reproducida por la revista *La Esfera* 1916. Salvador Bartolozzi.

También trabaja para la perfumería Floralia. Para estos realiza varias ilustraciones que posteriormente van a ser divulgadas a través de revistas. Un ejemplo es el anuncio de *Jabón Flores del Campo* de 1916 (fig. 21), donde introduce esta vez un mantón con decoración oriental, el cual se sitúa al lado de una joven esbelta que presenta una estética bastante modernista, recuerda algo que realizó Beardsley.



Fig. 21. *Jabón Flores del Campo*. 1916. Salvador Bartolozzi.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

Muy pronto se va a convertir en uno de los dibujantes preferidos de los editoriales. A partir del año 1916 comienza a ganar varios premios realizados por la revista *Blanco y Negro*.

Seguirá trabajando en el ámbito del cartel comercial hasta comenzada la guerra civil española y su posterior exilio, pero su producción va a ser mucho más reducida debido a que su tiempo lo dedicará a nuevos pasatiempos artísticos. Realiza una gran cantidad de carteles algunos más llamativos que otros dónde se puede ver cómo irá evolucionando. Pero su obra es fácil de reconocer debido a la expresividad y humanidad que muestra los protagonistas de sus dibujos.

5. CONCLUSIONES

La Ilustración gráfica es un género que no se ha estudiado como tal, que se ha relegado a un segundo plano, y que durante gran parte del siglo XX se había olvidado. Campoy⁴⁰ en su monografía sobre Penagos expresa que en los años 80 del s. XX todavía el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía presenta una carencia de los artistas españoles más admirables de ese siglo, entre ellos Picasso. La mayoría de las obras expuestas están ahí por el género que representan, no por quien las pinta, y hay cierta preferencia hacia unos tipos de género, por ejemplo, está mejor valorado el bodegón que un cartel. De esta manera podemos deducir que los museos, ya entrado el siglo XX, siguen planteando la disposición del espacio museístico como hacía un siglo, y que esa es la razón por la que muchos artistas del siglo XX no tienen un espacio donde se admire su obra. ¿Si Penagos o Bartolozzi hubieran hecho una pintura de paisaje o un bodegón qué hubiera sucedido? Es posible que estuvieran ahí expuestos, pero no es el caso.

Lo realmente interesante es que la Historia del Arte español ha dejado en olvido un género que desde la segunda mitad del siglo XIX había estado en plena ebullición, y que a diferencia de las otras prácticas artísticas ha alcanzado de una forma rápida y sencilla meterse dentro de la sociedad, es decir, la proliferación de carteles por las ciudades convirtió a estas en un museo donde los habitantes se convirtieron en espectadores y protagonistas de este arte nuevo.

Desde mi punto de vista, el olvido de este género se debe a varios factores, el más evidente va a ser la implantación de la dictadura franquista que instauró una serie de políticas tanto sociales como culturales que supondrá un alejamiento con el propósito de los gobiernos anteriores de modernizar el país. Lo primero que realiza Franco cuando sube al poder es desvincularse de la etapa anterior y con ello de su arte. Asimismo, la mayoría de los artistas contrarios a las ideas que fomento este nuevo Gobierno, se exilian y con ellos se llevan su arte; Penagos y Bartolozzi realizan esta acción.

Además, al nuevo Gobierno no le interesa mostrar cierto tipo de modelos que tuvieron gran éxito en la década de los años 20 y 30, entre ellos el de la mujer moderna que trabaja y disfruta del ocio. En otros términos, cómo se va a valorar un dibujo en el que se muestra

⁴⁰ Campoy 1983, 12.

a una joven libre que no depende de un hombre para realizar actividades básicas en una sociedad patriarcal en el que la mujer debía de desempeñar exclusivamente las labores del hogar. Y si no se aprecia este tipo de dibujos tampoco se considera digna la trayectoria artística de los ilustradores Rafael de Penagos y Salvador Bartolozzi que dedicaron gran parte de su carrera a dibujar este tipo de modelos. Resumiendo, la ilustración gráfica española no va a tener una evolución lógica, sufre un estancamiento, por ello es evidente que termine relegada a un segundo plano y que se llegue a olvidar.

Varios historiadores, entre ellos Campoy⁴¹ y Lozano Bartolozzi⁴², hablan de cómo se ha dejado en el olvido a Penagos y a Bartolozzi, entre otros, y con ello al género que representaba la ilustración gráfica. Una de las preguntas que más nos podríamos repetir es ¿Penagos y Bartolozzi tendrían que haber nacido en otro país para que su persona y obra fueran admiradas? Campoy asegura que la obra de Penagos está al mismo nivel que Mucha o Beardsley, y que la diferencia entre ellos y Penagos estaría en que a los dos primeros si se les ha reconocido desde un primer momento su valía y a Penagos no. Esto mismo se podría aplicar a la labor de Bartolozzi. Desde mi punto de vista, no es que Penagos o Bartolozzi tengan menos calidad que los otros, eso no se pone en duda, aquí el problema estaría en que si consideras la ilustración gráfica como un género de segunda conviertes a sus representantes en artistas de segunda.

Otra de las cuestiones a discutir es quién es mejor ilustrador, Rafael de Penagos o Salvador Bartolozzi, dejando fuera a Federico Ribas. La mayoría de los historiadores establecen que Penagos fue uno de los primeros intérpretes que muestran a través de su obra los nuevos tipos modernos. La valoración del artista es superior que en el resto de sus compañeros ilustradores, y esto se puede observar en la cantidad de monografías, artículos o textos que se han escrito de Penagos. No es el único ilustrador gráfico importante, pero tras la muerte del artista existe una especie de mitificación sobre él, y por esto es posible que se le tenga más consideración que otros contemporáneos como Ribas o Bartolozzi. En cambio, Bartolozzi no es un artista al que se le haya prestado tanto atención, hay artículos sobre él y alguna monografía, pero éstos no se centran solo en su labor como ilustrador a comparación con Penagos.

⁴¹ Campoy 1983, 13.

⁴² Lozano Bartolozzi 1984, 143.

La gran diferencia entre ambos es que Penagos dedicó prácticamente toda su carrera a elaborar un tipo de dibujo mientras que a Bartolozzi le gusta variar en cuanto a temática y estilos. Al primero la repetición le lleva a perfeccionar un modelo que se pone de moda en la sociedad, se siente cómodo en la representación de un tipo de mujer, y eso le lleva a ser un grandioso ilustrador; mientras que el segundo busca renovarse, no va a ceder a realizar algo que sabe que triunfa, se siente cómodo en la multiplicidad y no por ello es menos artista que Penagos.

Para finalizar, siempre ha sido una constante crear un tipo de mujer, una nueva Eva, que abarcara una serie de parámetros, pero esto parece ser algo imposible para el artista ya que a lo largo de la historia del arte no se ha podido establecer un solo tipo. La función de esta serie de imágenes va a ser muy variada desde la mujer hecha para amar a la hecha para educar. La mujer más importante va a ser la que instaure Penagos, que crea *una imagen para imaginar el amor, creación infinitamente más sutil e inalcanzable*⁴³. Bartolozzi sigue estos parámetros marcados por Rafael de Penagos, sobre todo en la utilización de la joven moderna. Tanto Penagos como Bartolozzi van a participar activamente en la difusión de la moda. A través de sus personajes femeninos difunden los nuevos avances que se dan en el mundo de la moda, incluso se convierten en diseñadores. El uso de una mujer joven que sigue las tendencias en cuanto a moda va a estar presente en la mayoría de las ilustraciones publicitarias que realizan.

La fórmula de Penagos funciona y por ello va a seguir realizando los mismos dibujos, con alguna diferencia, durante toda su carrera artística. Por consiguiente, no le iba a ser necesario buscar nuevos elementos en las nuevas vanguardias. Algo muy diferente sucede con Bartolozzi, él es muy consciente de lo que gusta, pero él no busca complacer. No tiene por así decirlo un prototipo de dibujo en comparación a Penagos que tiene a sus *muchachitas Penagos*. Esta libertad en cuanto a dibujo se ve claramente en Bartolozzi, no le importa innovar y experimentar con los nuevos avances que se están dando en el horizonte artístico.

La relación que existe entre el cartel comercial y las revistas ilustradas es innegable. Desde mi punto de vista, una no podría existir sin la otra ¿Quién compraría una revista

⁴³ Campoy 1983, 12.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

que no esté ilustrada con imágenes? Nadie, ya que una parte fundamental de las revistas es informar a través de ejemplos, y no hay mejor ejemplo que una imagen. Ambas se buscan, el cartel para promocionar el arte y la revista para resultar más llamativa, el destinatario de las dos es el mismo el público.

6. BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA.

Bibliografía:

Bouza Álvarez, Fermín. *Procedimientos retóricos del cartel*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1983.

Arroyo Cabello, María. "Iconografía publicitaria de Rafael de Penagos en La Esfera". *RIHC. Revista Internacional de Historia de la Comunicación 1*, n.º 5 (2015): 104–21. <https://doi.org/10.12795/rihc.2015.i05.07>.

Aznar Almazán, Sagrario. *El arte cotidiano: modernismo y simbolismo en la ilustración gráfica madrileña, 1900-1925* / Sagrario Aznar Almazán. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 1993.

Bussy Genevois, Danièle, Mercedes Yusta, and Françoise Crémoux. *La democracia en femenino: feminismos, ciudadanía y género en la España contemporánea* / Danièle Bussy Genevois; textos reunidos, Françoise Crémoux y Mercedes Yusta; traducciones, Juan Córdoba. 1a ed. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2017.

Campoy, Antonio Manuel. *Penagos, 1889-1954: Aproximación al creador más significativo de su tiempo*. Madrid: Espasa-Calpe, 1983.

Checa Godoy, Antonio. *Historia de la publicidad*, / Antonio Checa Godoy. La Coruña: Netbiblo, 2007.

Eguizábal, Raúl. *El cartel en España*. Madrid: Cátedra, 2014.

Eguizábal, Raúl. *Diseño & comunicación visual* / edición de Raúl Eguizábal. Segovia: Colegio Universitario de Segovia. Facultad de Publicidad y Relaciones Públicas, n.d.

Fernández de Bobadilla, Vicente. *Es cosa de hombres: el machismo en la publicidad española (1939-1975)* / Vicente Fernández de Bobadilla. Madrid: Algaida, 2007.

García Bandera, Noelia. "Iconografía femenina y publicidad de perfumes". *Boletín de Arte*, n.º 21 (julio de 2019): 365–394. <https://doi.org/10.24310/bolarte.2000.v0i21.6525>.

González, Marta, Alix Josefina, Replinger Mercedes y Caso Ángeles. *Dibujantas. Pioneras de la Ilustración*. 2a ed. Madrid: Museo ABC, 2019.

González Naranjo, Rocío (2015) «Ilustres tontas y locas: el Lyceum Club de Madrid, todo un ejemplo de solidaridad femenina», Martín Clavijo M., González de Sande M., Cerrato D. y Moreno Lago Eva María (Ed.), *Locas. Escritoras y personajes femeninos cuestionando las normas*, Sevilla, Arcibel Editores, pp. 721-734.

Lozano Bartolozzi, María del Mar. "El cartel publicitario, instrumento de creatividad artística (algunos trazos entre la Belle époque y los años 60 del siglo XX)". *Artigrama: Revista del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza*, n.º 30 (2015): 57–78.

Lozano Bartolozzi, María del Mar. "Los carteles y el arte publicitario de Salvador Bartolozzi (1882-1950)". *Norba: Revista de arte*, n.º 12 (1992): 187–202.

Lozano Bartolozzi, María del Mar. "Salvador Bartolozzi: entre las vanguardias y el casticismo (La colección de dibujos originales de «Blanco y Negro»)". *Norba: Revista de arte*, n.º 5 (1984): 243–264.

Lozano Bartolozzi, María del Mar. "Salvador Bartolozzi, ilustrador y cartelista". *Descubrir el arte*, n.º 18 (2000): 70–73.

Pérez Rojas, Javier. *Art déco en España / Javier Pérez Rojas*. Madrid: Cátedra, 1990.

Pérez Rojas, Francisco Javier. *Rafael de Penagos (1889-1954) en las Colecciones Mapfre*. Madrid: Fundación Mapfre, 2006.

Quintas-Froufe, Eva. "La evolución de la comunicación publicitaria: Análisis de la obra de Federico Ribas para Perfumería Gal (1916-1936)". *Revista Latina de Comunicación Social*, (octubre de 2012): 19-31. <https://doi.org/10.4185/rlds-2012-963>.

Ramos Frenedo, Eva María. "Iconografía publicitaria de una década en Blanco y Negro". *Cuadernos de arte e iconografía* 18, n.º 36 (2009): 449–88.

Rodríguez Martín, Nuria. "La imagen de la mujer en la publicidad gráfica en España en el primer tercio del siglo XX". *Quintas Jornadas Imagen, Cultura y Tecnología* (5, 2006, Getafe, Madrid). Pilar Amador Carretero, Jesús Robledano Arillo y Rosario Ruiz Franco (eds.). Madrid: Universidad Carlos III, Editorial Archiviana, 2007, p. 383-399.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

Sánchez Aranda, José Javier. "La publicidad y el enfoque de la imagen femenina". *Comunicación y sociedad = Communication & Society* 16, n.º 2 (2003): 67–92.

Satué, Enric. *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. 71a ed. Madrid: Alianza, 2010.

Vela Cervera, David. *Salvador Bartolozzi (1881-1950) Ilustración gráfica. Escenografía. Narrativa y teatro para niños*. Edición digital a partir del texto original de la tesis doctoral. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2004.

Webgrafía:

"Fundación MAPFRE". Fundación MAPFRE. Consultado el 22 de junio de 2022. <https://www.fundacionmapfre.org/>.

Hemeroteca, periódicos ABC de la historia - Archivo ABC". ABC. Consultado el 22 de junio de 2022. <https://www.abc.es/archivo/periodicos/#vca=menu&vmc=abc-es&vso=portadilla.archivo&vli=archivo.buscador>.

La Esfera: ilustración mundial. Madrid: Prensa Gráfica, 1914-1931. Consultado el 22 de junio de 2022. <<https://ddd.uab.cat/record/27528>>

"Hemeroteca Digital. Biblioteca Nacional de España". Hemeroteca Digital. Biblioteca Nacional de España. Consultado el 23 de junio de 2022. <http://hemerotecadigital.bne.es/results.vm?a=1252858&d=creation&d=1915&d=08&d=27&d=1915&d=08&d=27&t+=creation&l=600&l=700&s=0&lang=e>.

7. APENDICE FOTOGRAFICO



Figura 22

Rafael de Penagos, *La Esfera*, 1916. Colección Fundación MAPFRE.

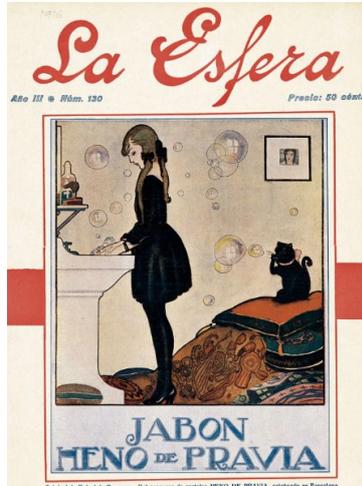


Figura 23

Rafael de Penagos, *La Esfera*, 1916. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 24

Rafael de Penagos, *La Esfera*, 1926. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 25

Rafael de Penagos, *La Esfera*, 1926. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 26

Rafael de Penagos, *La Esfera*, 1927. Colección Fundación MAPFRE.

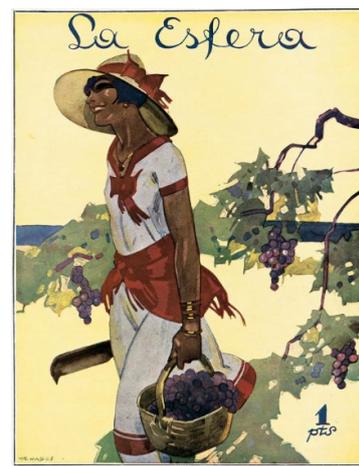


Figura 27

Rafael de Penagos, *La Esfera*, 1928. Colección Fundación MAPFRE.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI



Figura 28

Rafael de Penagos, *La Esfera*, 1928. Colección Fundación MAPFRE.

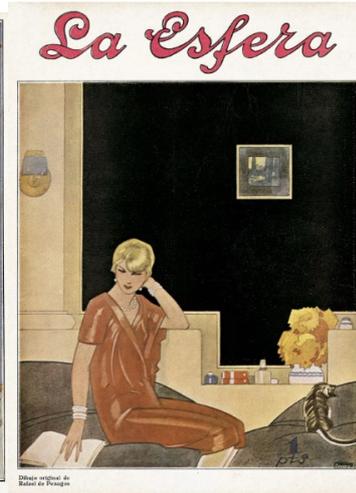


Figura 29

Rafael de Penagos, *La Esfera*, 1928. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 30

Rafael de Penagos, *La Esfera*, 1928. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 31

Rafael de Penagos, *Nuevo Mundo*, *Vispera de verano*, 1922. Colección Fundación MAPFRE.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI



Figura 32

Rafael de Penagos, *Nuevo Mundo*, *Con el pie en el estribo*, 1922. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 33

Rafael de Penagos, *Nuevo Mundo*, *Circo de París*, 1928. Colección Fundación MAPFRE.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI



Figura 34

Rafael de Penagos, *Nuevo Mundo*, *Un té de moda en el Ritz*, 1922. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 35

Rafael de Penagos, *Nuevo Mundo*, *Carreras de caballos en Santander y S. Sebastian*, 1922. Colección Fundación MAPFRE.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI



Figura 36

Rafael de Penagos, *Nuevo Mundo*, *Nenas de tenis*, 1922. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 37

Rafael de Penagos, *Nuevo Mundo*, *Arco iris*, 1923. Colección Fundación MAPFRE.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI



Figura 38

Rafael de Penagos. Portada, *Blanco y Negro*, núm. 2.123, 31 de enero de 1932. Museo ABC.



Figura 39

Rafael de Penagos. Portada, *ABC*, núm. 8.951, 27 de septiembre de 1931. Museo ABC.



Figura 40

Rafael de Penagos. *Sin Título*, 1916. Colección Fundación MAPFRE.

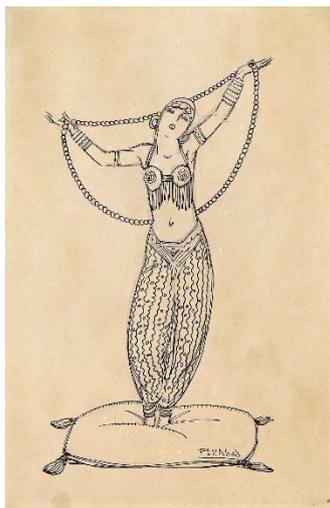


Figura 41

Rafael de Penagos. *Bailarina*, 1918. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 42

Rafael de Penagos. *Sin Título*, 1921. Colección Fundación MAPFRE.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI

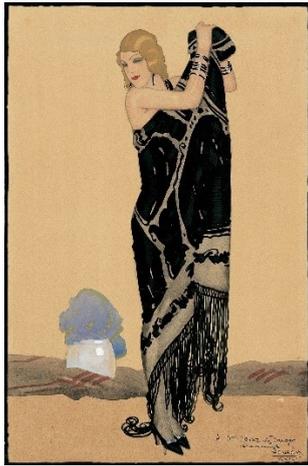


Figura 43

Rafael de Penagos. *Sin Título*, 1924. Colección Fundación MAPFRE.

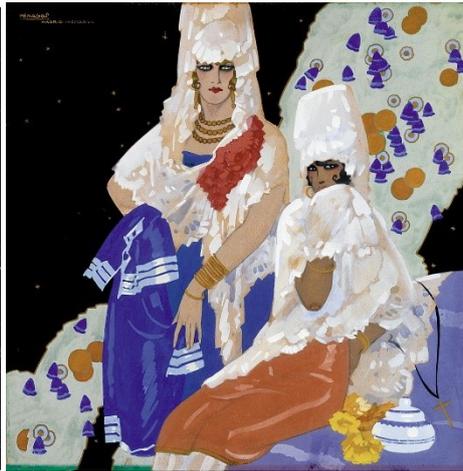


Figura 44

Rafael de Penagos. *Sin Título*, 1927. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 45

Rafael de Penagos. *Cartel: San Sebastián*, 1927. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 46

Rafael de Penagos. *Mujer valenciana*, 1938. Colección Fundación MAPFRE.

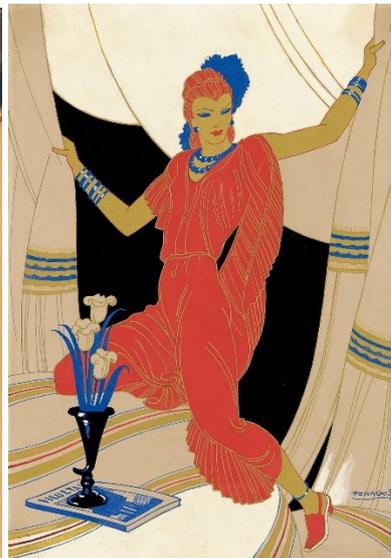


Figura 47

Rafael de Penagos. *Sin Título*, 1942. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 48

Rafael de Penagos. *Sin Título*, sin fecha. Colección Fundación MAPFRE.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI



Figura 19

Rafael de Penagos. Cartel para el círculo de Bellas Artes, 1911.

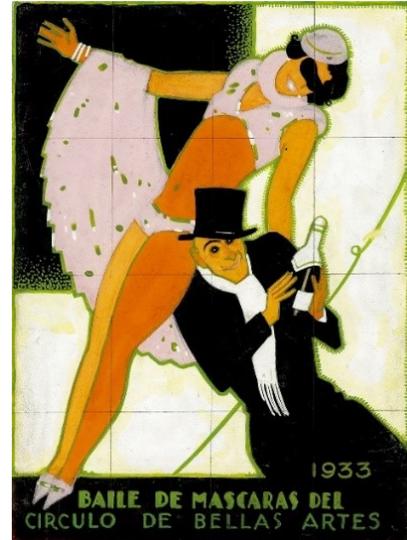


Figura 50

Rafael de Penagos. Boceto para cartel, 1933. Colección Fundación MAPFRE.



Figura 51

Rafael de Penagos. Sin Título, 1934. Colección Fundación MAPFRE.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI



Figura 52

Rafael de Penagos. Anuncio para Floralia, 1915.



Figura 53

Rafael de Penagos. Anuncio para Floralia, 1915.



Figura 54

Rafael de Penagos. Anuncio para Floralia, 1915.



Figura 55

Rafael de Penagos. Anuncio para Floralia, 1915.

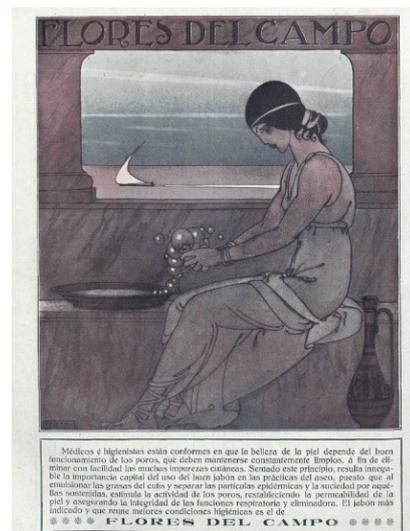


Figura 56

Rafael de Penagos. Anuncio para Floralia, 1915.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI



Figura 57

Salvador Bartolozzi.
Anuncio para Floralia en *La Esfera*, 1914.



Figura 58

Salvador Bartolozzi.
Anuncio para Floralia en *La Esfera*, 1914.



Figura 59

Salvador Bartolozzi.
Anuncio para Floralia en *La Esfera*, 1914.

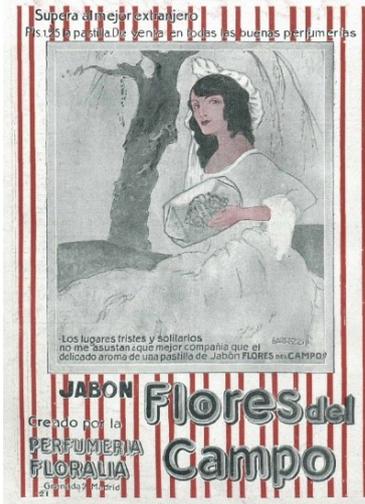


Figura 60

Salvador Bartolozzi.
Anuncio para Floralia en *La Esfera*, 1914.



Figura 61

Salvador Bartolozzi.
Anuncio para Floralia en *La Esfera*, 1914.



Figura 62

Salvador Bartolozzi.
Anuncio para Floralia en *La Esfera*, 1915.

LA MUJER EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA DEL 1º CUARTO DEL S. XX A TRAVÉS DE PENAGOS Y BARTOLOZZI



Figura 63

Salvador Bartolozzi. Baile de Máscaras del Círculo de Bellas Artes, 1920.