



# **ELS CARTELLS DE RAMON CASAS EN RELACIÓ AMB ALTRES ARTISTES DEL CARTELL**

Grau d'Història de l'Art / Curs 2017

Tutor: Vicenç Furió Galí

Andrea Hernández Moral

NIUB: 16440734

# ÍNDEX

1. Introducció: objectius i metodologia
2. Estat de la qüestió
3. El cartellisme a Europa a finals del segle XIX i inicis del XX
  - 3.1 El pioner: Jules Chéret
  - 3.2 El cartellisme preciosista d'Alfons Mucha
  - 3.3 Leonetto Cappiello, John Hassall i Ludwig Hohlwein
  - 3.4 El cartellisme de Toulouse-Lautrec
    - 3.4.1 *Moulin Rouge*
    - 3.4.2 *Aristide Bruant*
    - 3.4.3 *Divan Japonais*
    - 3.4.4 *Jane Avril*
4. El cartellisme a Catalunya
  - 4.1 Els inicis
  - 4.2 Els concursos
  - 4.3 L'art d'imprimir
5. Ramon Casas i l'art del cartell
  - 5.1 Portades de revistes: *Pèl & Ploma*
  - 5.2 *Sífilis*
  - 5.3 *Cigarrillos París*
  - 5.4 *Codorniu*
  - 5.5 *Anís del Mono*
6. Els cartells de Ramon Casas en relació amb altres artistes del cartell
7. Conclusions provisionals i possibles vies d'investigació
8. Annex
9. Bibliografia

## 1. Introducció: objectius i metodologia

El següent Treball de Final de Grau estudia la figura del geni modernista Ramon Casas, concretament en l'àmbit del cartellisme. No només això, sinó que un dels principals objectius de la meua recerca i que porta per títol el meu treball és relacionar-ho amb altres artistes de finals del segle XIX i principis del XX.

En la justificació d'aquest treball es fa referència a una de les meves inquietuds per la figura de Ramon Casas i Toulouse – Lautrec, dos grans artistes que com exposaré van significar un abans i un després amb tota la cultura del cartell. Veurem les diferents tècniques de persuasió que van anar utilitzant cadascun dels artistes tant a Catalunya com Europa. A més a més, em sembla molt rellevant estudiar el cartells d'Alfons Mucha o Lautrec, de quina manera van arribar a Catalunya i com el seu estil va ser adaptat pels nostres artistes. He escollit a Ramon Casas i Toulouse – Lautrec perquè sempre m'havien fascinat les seves pintures i també els cartells des d'una perspectiva més distant. Va ser amb l'assignatura d'Història del Gravat, impartida pel meu tutor de Treball de Final de Grau, Vicenç Furió, que em va motivar a tractar aquest tema dels cartells de Ramon Casas en relació al seu context europeu. He trobat molt rellevant no tractar les seves obres pictòriques sinó les seves obres gràfiques, doncs darrere de tot això hi ha un seguit de procediments, interessos en les impremtes, requisits i recompensacions econòmiques per els concursos, que sinó hagués tractat aquest tema quedarien totalment ocults.

Un altre dels principals objectius del treball es resumeix en dues paraules: persuasió i creativitat. La primera d'elles perquè com he dit un cartell és una acció urbana que ha de ser suggeridor i que ens ha de transmetre una idea. Normalment, orientada a informar d'un esdeveniment o a promoure la compra d'algun producte. Per aconseguir tots aquests requisits, ha de ser creatiu. Avui dia estem sotmesos a gran quantitat d'anuncis publicitaris i només ens sorprenen aquells que són diferents i més innovadors.

De la mateixa manera, però a un nivell diferent a l'actual, en el segle XX ja hi havia grans quantitats de cartellistes abans que Casas i Lautrec. Per això, ells van haver d'innovar tant a nivell artístic com tècnic, per aconseguir ser els grans artistes modernistes de la publicitat. La finalitat amb la que realitzaven els cartells era la mateixa que la d'avui dia, mobilitzar l'energia mental del consumidor perquè li produeixin certs sentiments i acabi consumint el producte o espectacle. Així doncs, pretenc examinar els cartells de Ramon Casas i Toulouse – Lautrec i de manera més específica relacionar-los amb altres artistes del moment.

És al segle XIX on ens trobem amb els fonaments del cartell modern on trobem dos tipus de cartells, uns que fan referència a espectacles o esdeveniments esportius de l'època que buscaven el gaudi de les classes més benestants de la societat. Com per exemple: *Salon des Cent* o *Moulin Rouge* de Lautrec; o, *Casino de París* o *Théâtre de l'Opéra* de Jules Chéret. Per altre banda, ens trobarem amb uns cartells que mostraran un producte que s'anuncia sense cap tipus preocupació d'utilitat immediata.

Un dels pioners en mostrar aquesta segona tipologia serà com veurem Alfons Mucha promocionant *Cigarrillos París*, *Biscuits Lefèvre - Utile*, *Bicicletes Perfecta* o menjar per infants de Nestlé. Ramon Casas adoptarà el mateix model amb *Anís del mono*, *Codorniu* o *Chocolate Amatller*.

Per altre banda, estudiaré des d'un marc més teòric tot el procés litogràfic que s'ha de dur a terme per a la realització d'un cartell. D'aquesta manera, he inclòs diversos dibuixos preparatoris per veure tot el procés i els canvis que es van realitzant sobre les planxes alhora d'anar-les acolorint, color per color. En relació amb aquests temes, comentaré la importància de la impressió com una part del procés fonamental i les impremtes més importants tant a Catalunya com a nivell europeu. També compararé els cartells dels dos artistes esmentats anteriorment a nivell comercial, les formes de venta, producció, els requisits que li demanaven als concurs on es presentaven... Amb tot això veiem com la litografia permet un augment de la difusió i de la qualitat dels propis cartells, serà un moment on l'economia lliberal es comença a enfrontar-se al problema accelerat de la producció.

A més a més, em sembla molt interessant comentar que la pintura de Casas evoca un món que ja no existeix, que potser no va existir mai o que potser, no morirà mai. La força dels seus paisatges poblats per multituds en on món on impera la violència i la injustícia. Els seus quadres representant una càrrega de a guardià civil o una execució pública amb el garrot vil són un punyent crit de denuncia i d'esperança. Els seus retrats, en canvi, ens traslladen a un món oníric e interior, delicat i subtil on només hi ha lloc per el misteri de la bellesa. Pocs com ell han retratat la profunda melancolia que pot habitar en la mirada d'una dona o en el cos nu d'una adolescent. És curiós que, aquestes característiques les veiem també en les dones que representa en els seus cartells. En aquesta línia, m'agradaria contribuir a tractar el tema de la dona en els cartells, la dona com a centre de les composicions modernistes i reclam dels cartells de l'època del pop-art. En aquesta línia, analitzaré les dues diferències de com es tracta la dona en uns i en altres.

Pel que fa a la metodologia del treball, he començat per la recerca bibliogràfica de llibres i manuals. Primer de tot, vaig consultar manuals de l'obra completa de Ramon Casas i Toulouse – Lautrec per entendre des d'una dimensió global la figura dels artistes modernistes. Seguidament, em vaig centrar en catàlegs d'exposició específics sobre el tema del cartell, altres articles que fan un anàlisi més exhaustiu sobre cartells concrets de Casas o Lautrec, i per últim, altres que parlen sobre el desenvolupament del cartellisme a Catalunya. He pogut accedir a gran quantitat d'aquests articles específics que es trobaven a la Biblioteca privada del Departament de Patrimoni de la Generalitat, a l'actual Palau Moja. Em van facilitar molts llibres que es trobaven a Badalona (Fàbrica d'Anís del Mono) i d'altres que es trobaven al fons de diferents museus i exclosos de préstec.

També he revisat bibliografia sobre el modernisme i la Barcelona del 1900 que m'han aportat un coneixement de l'ambient que es vivia per poder entendre millor el context en el que es van realitzar els cartells. Ha sigut fonamental llegir llibres sobre el cartellisme a Catalunya i en el segle XX que ens expliquen la situació del cartell en aquell segle i les diferents característiques d'uns i altres. Seguint amb aquesta línia, he

buscat llibres que parlen sobre la litografia, sobre les impressions, la tècnica en sí i el tiratge de les planxes. En aquest sentit m'ha servit de gran interès els apunts de l'assignatura de Gravat on vam tractar tot el procés litogràfic part per part, comparat amb altres tècniques i les avantatges i desavantatges que podia tenir. Per altre banda, vaig buscar manuals que parlessin d'altres artistes vinculats al món del cartell fora de Catalunya i França, com per exemple Alfons Mucha relacionat sovint amb l'Art Nouveau; a Itàlia amb Leonetto Cappiello, Alemanya amb Ludwig Hohlwein i, a Anglaterra de la mà de John Hassall.

Cal mencionar que no he trobat gaire informació rellevant en webs sobre el cartellisme, en excepció d'un del País i una entrada realitzada al Museu del Vestit de Madrid. La resta m'han servit per comparar algun aspecte molt concret dels cartells de Casas a nivell iconogràfic. Arrel de obtenir tota la bibliografia necessària em vaig disposar a començar a llegir aquells llibres més importants i que em podien donar una visió general del tema per redactar l'índex, i a partir d'aquí començar a redactar el treball.

Per últim, m'agradaria comentar que vaig tenir l'oportunitat d'assistir a l'exposició del CaixaForum Madrid l'abril del 2017 *Ramon Casas la modernitat anelhada*. On vaig poder veure de primera mà els seus cartells més representatius. També he visitat l'exposició del Castell de Montjuïc *100 anys de cartellisme*, on fa un recorregut al llarg de la història del cartellisme catalana. En ella veiem cartells que tenen com a protagonista la muntanya màgica i la ciutat de Barcelona en diferents esdeveniments esportius, socials, culturals o de caire més festiu com els Jocs Olímpics. Es veuen els diferents estils de grafisme i com evolucionen els cartells que més interessaven a la societat del moment. En definitiva, és una manera de fer veure que hi ha moltes activitats interessants a totes les dècades del segle XX. Cal destacar que, en general, el cartell va ser un dels ajuts que més van contribuir a difondre les arts gràfiques i, també, un dels mitjans de divulgació del Modernisme.

El treball s'estructura en dos grans blocs, una primera part dedicada als cartells d'Europa i l'altre als de Catalunya. Em semblava fonamental exposar la situació que hi havia a finals del segle XIX i principis del XX, i comentar com era el cartell en altres àmbits. Com per exemple el pioner Jules Chéret, Alfons Mucha i l'Art Nouveau francès o Leonetto Cappiello a Itàlia. Centrant-me més i realitzat un estudi sobre els cartells més representatius de Toulouse – Lautrec, un dels grans artistes que influenciarà a Ramon Casas. Seguidament, ens trobem amb el segon bloc dedicat als nostres artistes més propers. He revisat com van ser els inicis, les diferents impremtes que hi havia i com es tracta la figura de la dona, protagonista d'aquestes obres d'art urbanes. Ramon Casas i l'art del cartell és un dels apartats més importants del meu treball, he escollit els cartells més rellevants i per últim els he comparat amb altres artistes des d'un punt de vista tècnic e iconogràfic.

## 2. Estat de la qüestió

Una de les principals problemàtiques que ens trobem quan volem analitzar una temàtica específica com el tema dels cartells, és que no hi ha fàcilment informació detallada i concreta sobre la temàtica escollida. És a dir, ens podem trobar amb gran quantitat de monografies sobre Casas, Lautrec, Mucha... però poques que es dediquin exclusivament als cartells d'aquests. I encara menys que dediquin apartats en quant a la seva tècnica, impressions, tiratges... la majoria d'ells parlen de temes iconogràfics. Tot i així, em sembla molt interessant estudiar les relacions entre diferents artistes i veure com els requisits que els hi demanaven a cadascun en cada concurs, les recompenses, com i a on es realitzaven les impressions, quins temes predominaven més en els cartells, etc.

Per l'elaboració del treball he realitzat una revisió de monografies i manuals de tota la seva trajectòria pictòrica i vida dels principals artistes que tracto. I per altre banda, una més exhaustiva i detallada sobre aspectes concrets com la litografia, el cartell a Catalunya en el segle XIX – XX o articles sobre cartells concrets. Per últim, m'ha sigut de gran interès i fonamentals els catàlegs d'exposició que veurem comentats a continuació.

Pel que fa a les monografies, manuals i altres llibres, m'ha estat mol útil el catàleg d'Isabel Coll, *Catàleg raonat...tot el títol..*<sup>1</sup> (1999), ja que des del meu punt de vista tot i que hi ha gran quantitat de títols sobre Casas aquest és el més ben desenvolupat pels que fa als coneixements que es tenen avui dia del pintor. Com el seu títol indica és un catàleg raonat de tota la seva producció artística, en canvi, m'he trobat amb altres títols que simplement exposaven la vida i obra del pintor però, sense contrarestar-ho amb diferents hipòtesis o teories que s'havien exposat fins al moment. En ell ens dona una idea molt clara de la vida bohèmia que va portar el pintor, dels seus contactes e influències que va rebre en els primers anys des de Velàzquez, Goya fins a Rusiñol. És en el capítol 2, El període de maduresa. Casas, artista complet, on es comenta la fundació del local els 4 Gats i un anàlisi d'aquest i els seus cartells.

«Aquest local, no va ser únicament un lloc per exposar quadres, ni va ser només el nucli del qual va sorgir la publicació de la revista, sinó que, amb el temps, es va convertir en un centre d'esdeveniments culturals.»<sup>2</sup>

Apart s'introdueixen correspondències amb la seva família durant el seu viatge a Amsterdam o amb d'altres artistes fet que em sembla molt interessant, veure de primera mà les seves cartes per entendre a la perfecció la seva personalitat i caràcter. Seguidament, veiem l'inici del cartellisme a Catalunya i el triomf en aquest àmbit de Casas amb una aportació especial a la revista *Pèl i Ploma* i, promoció d'aquesta.

Un altre monogràfic que m'ha sigut molt útil ha estat *Toulouse – Lautrec*<sup>3</sup>, de Jean Bouret on de la mateixa manera que l'anterior m'ha servit per entendre la seva vida i

---

<sup>1</sup> COLL, Isabel. *Ramon Casas. Catálogo razonado: una vida dedicada al arte*. Murcia: de la Cierva, 2002

<sup>2</sup> COLL, Isabel. *Ramon Casas...*, p. 108

<sup>3</sup> BOURET, Jean. *Toulouse – Lautrec*. Barcelona: Daimón, 1968

ambient en els que es movia i d'aquesta manera, comprendre la seva obra. Es comenten les relacions que va tenir amb Van Gogh, el seu interès per el Moulin Rouge, el món del teatre i el ball... A diferència d'altres monogràfics seus em sembla molt interessant perquè no és només una biografia sinó que es relaciona plenament amb la seva obra. He pogut contraposar alguns conceptes o hipòtesis noves en els catàlegs d'exposició que comentaré a continuació, doncs aquest llibre simplement avarca la seva biografia i obra.

Pel que fa als llibres de temàtica concreta m'ha sigut de gran interès *El cartellisme a Catalunya*<sup>4</sup> (1983) d'Enric Jardí i Ramon Manent. En ell, es realitza una panoràmica del cartellisme a tot el territori català des de l'any 1986 fins al 1980. És interessant perquè s'inclouen totes les disciplines, trobem cartells de temàtica més social, polítics, artístics, de propaganda comercial o més dedicats al turisme. Em sembla important comentar que, no només tracta els cartells catalans sinó que en la primera part del llibre fa una recopilació a nivell històric del cartellisme a Europa. Comença parlant de la prehistòria del cartell, seguit del pioner de Jules Chéret i, un apartat dedicat a l'estampa japonesa i la influència que va tenir en la França de fi de segle.

Fins al punt que es cita a Manent com un gravador influenciat per l'estampa japonesa. Arrel d'aquí, vaig arribar a un altre llibre que m'ha servit de gran interès que és *From Manet to Toulouse – Lautrec* que comentaré a continuació.

Tornant amb el cartell francès, ens trobem a Alphonse Mucha, que tot i ser txec va treballar i adquirir una gran fama a França. En relació amb ell, ens trobem a altres cartellistes d'origen belga o holandès que tot i no ser francesos es van veure influenciats de manera directe per les corrents artístiques del país com Armand Rasenfosse, Georges de Feure i T. Privat – Livemont. De la mateixa manera, es fa un repàs molt actual encara avui dia, sobre els artistes de Gran Bretanya, Estats Units e Itàlia. Després d'aquesta introducció a nivell internacional, ens centrem en la segona part que tracta com el títol del llibre indica el cartellisme a Catalunya. Destaca la figura d'Alexandre de Riquer, un dels primers cartellistes que va donar color i llum a la seva obra seguit de Ramon Casas. En aquí, es parla de les tècniques que havien après Utrillo i Romeu a París, entre altres aspectes més concrets del camp de la litografia que en cap altre llibre ho he trobat tant ben relacionat amb l'obra de l'artista. Santiago Rusiñol, company de Casas i Adrià Gual junt amb Miquel Utrillo formaran part d'aquest auge cartellista que viurà la ciutat comtal a principis de segle. Aquests últims artistes es van dedicar més a promocionar els cartells de l'àmbit escènic com per exemple l'any 1898 que s'estrenava als jardins del Laberint d'Horta l'obra de Goethe *Ifigènia a Tàurida*, traduïda per Joan Maragall. En aquesta mateixa línia, es comenten d'altres com Xavier Gosé, Llorenç Brunet, Ismael Smith o Pere Ynglada amb una breu biografia i les seves produccions descrites breument. Una altre apartat important són els concursos, exposicions i col·leccionisme, on com el títol indica ens parla dels requisits dels concursos, de qui es va presentar i per que no van ser escollits, de les recompenses econòmiques, de les exposicions que es van fer un cop guanyats aquests concursos... culminant amb l'Edat d'Or dels cartells. S'acaba amb un període que no avarca la meua investigació sobre el cartellisme fins i durant la Guerra Civil i el de postguerra.

---

<sup>4</sup> JARDÍ, Enric. *El Cartellisme a Catalunya*. Barcelona: Destino, 1983

Com he comentat abans, arrel d'aquest llibre anterior vaig tenir l'oportunitat de descobrir el següent: *From Manet to Toulouse – Lautrec*<sup>5</sup>. Em sembla rellevant destacar que és dels pocs llibres que no és catàleg que té unes fitxes tècniques completes dels gravats. Em refereixo que, apareix l'any, títol, les dimensions i la quantitat de tiratges fets. Informació que tot i ser un llibre de fa bastants anys no l'he trobat tant específica, sobre els tiratges i les proves d'estat no l'he trobat amb altres llibres més actuals, exceptuant algun catàleg d'exposició. És una recopilació de totes les litografies realitzades per artistes com: Courbet, Millet, Corot, Manet, Redon, Gauguin, Cézanne, Renoir, Cheret, Toulouse-Lautrec i Vuillard.

*Alfons Mucha*<sup>6</sup> de Renate Ulmer és un dels llibres més extensos i més ben desenvolupats des del meu punt de vista sobre l'artista txec. Comença explicant la seva biografia i com va anar a treballar a França. S'exposa el context en el que va viure ell i el moviment que sempre caracteritzarà la seva obra que serà l'Art Nouveau, també es dedica un apartat a l'influència simbolista que va rebre gràcies a la seva estada a París. De la mateixa manera que Casas, el tema de la dona torna a ser molt important i es dedica un capítol exclusiu a les deesses de la fortuna publicitàries que simbolitzaran una marca inconfundible als seus cartells. A mesura que avancem amb el temps ens trobem fins i tot Mucha joier i per acabar l'art total. És a dir, façanes de botigues com la Fouquet completament decorades per ell, fent del cartell i de l'art urbà una completa joia. És molt interessant i m'ha servit molt perquè cada cartell surt comentant al costat amb quines circumstàncies el va fer ell, per quin motiu, els concursos s'hi ha i recompenses.

En relació amb els catàlegs d'exposicions, ha sigut fonamental per a la realització d'aquest estudi sense cap dubte: *Ramon Casas i el cartell*<sup>7</sup>. És una exposició que forma part del projecte La imatge sobre el mur. Es centra en la figura del geni modernista com a cartellista pioner gràcies al concepte modernitat que va aplicar en les seves obres fent-les totalment úniques i diferents al que s'havia fet fins aleshores. Es considera un artista modern perquè tracta temes de la pròpia modernitat del moment com per exemple en la col·lecció de les rajoles *Els adelantos del segle XX*. Es dona un rellevant paper a la dona modernista, doncs molts altres artistes l'havien tractat anteriorment però serà amb Casas quan ens trobarem amb una dona diferent, que trenca els esquemes puritans i moralistes de l'època transformant-se en un mite.

No només es centra en la figura de Casas sinó que explica les circumstàncies en les que es trobava Europa que van fer possible l'aparició del cartell, des d'una vessant sociològica, urbanes i tècniques. Per altre banda, s'exposen els diferents concursos i premis que en va obtenir. Junt amb les impressions, on veiem diferents impremtes i les tècniques que utilitzaven cadascuna. Explica que havia d'haver una temperatura constant per mantenir el bon manteniment dels productes químics. És interessant destacar que es fa un recorregut per com eren cada impressió, que hi havia a cada pis i

---

<sup>5</sup> *From Manet to Toulouse – Lautrec. French lithographs 1860 – 1900*. Londres: British Museum Publications, 1978.

<sup>6</sup> ULMER, Renate. *Alfons Mucha*. Colònia: Taschen, 2002.

<sup>7</sup> MARTÍ RAMÓN, Marc (coord.). *Ramon Casas i el cartell*. València: Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat: Diputació de València: Caja de Ahorros del Mediterráneo, 2005.



al subsòl fent-nos així una idea de com deuria funcionar. Un exemple és la de Josep Thomas dedicada a cromolitografies o la coneguda Litografia Utrillo & Rialp, als baixos de la casa que la família Casas tenia al Passeig de Gràcia. Seguidament s'explica la difusió que tenien aquests cartells, no només a Catalunya sinó arreu del món, apartat exclusiu d'aquest catàleg.

Marc Martí Ramón escriu una aportació dedicada a l'Anís del Mono, cartell conegut internacionalment. Explica la història de la fàbrica de Badalona e inclús una còpia de la carta de Vicente Bosch exposant els 11 requisits per accedir al concurs i guanyar-lo. També hi apareix una còpia del veredictes el 6 d'abril de 1898 publicada per els diaris del país, tot i ser un dels cartells més reconeguts en els llibres anteriors i altres catàlegs es comenta de manera superficial. Doncs aquest ha sigut l'únic que realitza un anàlisis exhaustiu i que fins i tot, s'inclou informació directe de diaris de premsa o cartes entre el director de l'empresa de Badalona i Casas. Un dels últims capítols tracta la contribució de Casas al desenvolupament de l'art publicitari, on per exemple podem incloure la nova sensibilitat que va tenir alhora de fer les seves obres, els aspectes de la modernitat que incloïa com els que he comentat anteriorment, o bé, el reflex de la pròpia cultura de final de segle.

Seguint amb Casas, l'any 2006 es va realitzar l'exposició *El cartellisme de Ramon Casas*<sup>8</sup> a Girona. Aquest catàleg, ens aporta algunes novetats respecte l'anterior com per exemple un anàlisi exhaustiu no només del cartell de l'Anís del Mono, sinó que es realitza en la seva sèrie dels Toros, Pèl & Ploma i altres portades de revistes i Codorniu. També s'inclouen dibuixos preparatoris de cada tema anterior fet que en l'altre catàleg no hi havien. Un article important és el que escriu Santi Barjau que parla sobre els suports que va tenir la publicitat a l'època daurada del cartell. Explica que en alguns casos la part gràfica se la deixava al dibuixant i que la part més literària era confiada a escriptors més o menys professionals. Veiem com el cartellisme va ser la primera tipologia artística on es reuneixen diferents professionals per confeccionar una obra d'art i que va merèixer certa atenció per part de l'intel·lectualitat. Un fet interessant que fins ara no havíem trobat és que alguns cartells tant de Casas com d'altres artistes no van ser exposats al carrer per tant, l'idea de cartell – art urbà no la segueixen tot i que, s'inclouen dintre d'aquesta tipologia.

Per acabar de comentar els catàlegs d'exposicions més vàlids de Casas cito el que vaig poder adquirir durant la meua visita al CaixaForum Madrid. Pren per nom *Ramon Casas la modernitat anhelada* (2017), és rellevant ja que és l'últim catàleg on s'inclouen els seus cartells amb l'informació més recent contrarestada. Es pot dir que avui dia és un dels catàlegs més complets de l'artista i actual en el camp general de la seva obra. On predomina més les seves pintures modernistes que no pas els seus cartells, tot i així, apareixen els més significatius com *Putxinel·lis 4 Gats*, *Pèl & Ploma*, *Codorniu...*

Es tracten aspectes com el naturalisme eclèctic de Casas que van fonamentar a la construcció d'una identitat artística. També veiem la seva etapa modernista al Montmartre i els contactes amb Lautrec.

---

<sup>8</sup> BARJAU, Santi; CALZADA, Arcadi [et al.] *El cartellisme de Ramon Casas: exposició*. Girona: Fundació Caixa Girona, 2006.

És interessant perquè es realitza una comparació molt exhaustiva amb diferents cartells de Lautrec i Casas en quant als models e influències i la composició. Però, a partir del 1910 torna a Barcelona i s'allunya d'aquest ambient bohemí de París i veurem uns cartells molt més burgesos i relacionats amb l'ambient que es vivia a Barcelona en aquell moment. Els cartells no només van ser una pràctica a destacar en el modernisme sinó que van significar un gran auge econòmic en ple segle XX. En termes generals, la mentalitat bohèmia cristal·litza en un univers xifrat, un sistema de comunicació visual i escrita que es compartida per tot el cercle d'amics de l'artista, en el qual la ironia com veurem, es transforma en una eina d'ús social per establir relacions. En aquest llibre veiem certs aspectes tractats des d'una perspectiva més psicològica, s'explica que els autoretrats, certs cartells i caricatures de Casas van ajudar a explorar vessants desconegudes de la condició humana, algunes d'elles ajuden a la desinhibició.

Un capítol que es tracta de manera diferent a altres sobre la mateixa temàtica és el del repertori popular. Doncs, a diferència d'altres que hem vist que es comenten els cartells en aquest, explica perquè va decidir tractar aquests temes més populars i les relacions que va tenir amb les models. És el moment dels seus quadres de *Joves amb mocador*, *Petit descans* o *Angoixa*. Pel que fa als cartells realitzarà *Anís del Mono*, *Atelier Casas & Utrillo*, i cartells de toros destinat a un àmbit més popular. En aquest apartat també veiem com es dona certa importància i s'obren hipòtesis al paper de la multitud en diferents obres més pictòriques de Casas que no pas en cartells seus. Per altra banda, un dels últims capítols es dedica plenament a la figura de la dona, parlant d'identitats ambivalents i els models i tipològiques que va utilitzar. Es dona una important paper tant a la dona de les seves obres pictòriques com en les dels cartells, fins i tot s'estableixen paral·lelismes amb algunes obres que tenen molta influència a nivell iconogràfic.

Pel que fa a Toulouse-Lautrec, el catàleg *Toulouse – Lautrec*<sup>9</sup> obres del Museu d'Albi, és un catàleg idoni per el meu treball, perquè està exclusivament dedicat a cartells, dibuixos, litografies i una petita part a pintures. Tot i així, l'informació com a cartellista no és molt extensa i la trobem molt més desenvolupada en altres publicacions. Una d'elles és *Toulouse – Lautrec, l'origen del cartell modern*<sup>10</sup>. En aquest estudi trobem tota l'informació molt més desenvolupada i extensa que no pas en l'anterior. Apart també he de comentar que destaca que és dels mes actuals fins al moment sobre el cartellista francès. En ell ens trobem amb una ampla selecció dels cartells i litografies amb unes amplies fitxes tècniques, on s'exposa les dimensions i tècnica comentada exhaustivament. No només litografia, sinó que es comenta per exemple: litografia al carbonet, pinzell i *crachis* amb raspap, segona fase amb modificació del fons<sup>11</sup>. Així doncs, viem com els cartells estan organitzats en l'índex segons tipologies: nit, revistes i actes socials. La primera part del llibre va dedicada als plaers i les nits, que es relacionaria amb el món del cabaret, el circ, el teatre... La segona són revistes i portades de llibres com per exemple *Le Pendu*, *Au Pied de l'Echafaud* o *Reine de Joie*. És ideal

---

<sup>9</sup> GALLEGO, Julián; GIRALT – MIRACLE, Daniel [et al.] *Toulouse-Lautrec: obres del Museu d'Albi: cartells, dibuixos, litografies, pintures...* Barcelona: Caixa de Barcelona. Obra Social, 1985.

<sup>10</sup> QUÍLEZ, Francesc; FERRAZ, Eva [et al.] *Toulouse-Lautrec : l'origen del cartell modern : col·lecció del Musée d'Ixelles de Brussel·les*. Barcelona: Museu Nacional d'Art de Catalunya, 2006.

<sup>11</sup> QUÍLEZ, Francesc; FERRAZ, Eva [et al.] *Toulouse – Lautrec...*, p. 143.

perquè en cada gravat apart de la fitxa tècnica explica les diferents circumstàncies en les que es va trobar Lautrec per realitzar-los.

Altres catàlegs d'exposicions que m'han sigut útils han estat: *Barcelona 1900*<sup>12</sup>, m'ha servit per entendre la situació social, artística, política i cultural que es vivia a Barcelona a inicis de segle. Un moment de profunds canvis, amb diferents maneres de pensar, actituds o punts de vista que m'han ajudat a comprendre l'esperit de fi de segle. Es basa molt amb les innovacions a nivell industrial, comercial o econòmic que va patir la ciutat i les conseqüències que va portar això. Hi ha un apartat dedicat als creadors de l'art en aquell moment on es cita a Marià Fortuny, Casas, Rusiñol o Caterina Albert. Seguint amb la figura de Casas i des de les seves exposicions de la Sala Parés es dedica un capítol als 4 Gats. Amb les seves obres més importants i nombrant el significat que va tenir en la Barcelona d'inicis de segle. Veiem unes imatges exclusives de les exposicions realitzades a la Sala Parés on podem distingir alguns retrats de Casas i altres obres pictòriques de l'artista.

*Els orígens de la litografia a Catalunya*<sup>13</sup> ens ofereix una panoràmica de la tècnica des d'inicis del segle XVIII, amb les innovacions que es van portar a terme en el món del gravat però no serà fins al segle següent que s'aconseguirà el ple desenvolupament. S'explica com consisteix la tècnica de manera molt senzilla i conforme passen els anys s'anirà enriquint amb altres tècniques més avançades com la cromolitografia. També veiem la difusió a Europa, important perquè es citen impremtes, i com la tècnica anava evolucionant fins a una correcta utilització.

D'aquesta manera es citen els precursors de la litografia a Espanya: Carles de Gimbernat i Bartomeu Sureda, s'expliquen doncs, les seves vides, innovacions i primers passos en el camp del gravat. Un cop comentant el nivell espanyol, es realitza el mateix procés amb Catalunya. M'ha servit molt perquè potser és dels pocs llibres que parlin de manera tant ordenada i coherent sobre el procés litogràfic. Fins i tot veiem dibuixos de principis de segle de les primeres màquines d'estampar, ens parla de els suports de la qualitat de la pedra, de les llicències i privilegis de tenir una impremta. M'he trobat amb manuals que explicaven la tècnica i variants, però cap que ho fes a nivell històric i que expliqués el procés d'adaptació a cada territori i aspectes concrets com els que he comentat anteriorment.

---

<sup>12</sup> SALA, Teresa M. *Barcelona 1900*. Barcelona: Lunwerg, 2007.

<sup>13</sup> SUBIRANA, Rosa M. *Els orígens de la litografia a Catalunya*. Barcelona: Biblioteca de Catalunya, 1991.

### 3. El cartellisme a Europa a finals del segle XIX i inicis del XX

Amb la introducció de l'impremta i l'extensió de la cultura en la població, la propaganda és més àmplia i diversificada. S'imprimeixen edictes, proclamacions polítiques, anuncis de lleves militars, de representacions de teatre, de circ, etc. Representa un pas molt important en el camp de la propaganda seriada sobre paper la introducció el 1798 de la litografia per Aloys Senefelder. Procediment que consistia, en els seus orígens, en la fixació d'un dibuix mitjançant una base grassa damunt una pedra sobre la qual passen dos corrons; l'un, impregnat d'aigua, i l'altre, amb tinta impressora, únic element que és retingut pel dibuix incís sobre la pedra<sup>14</sup>. Al principi, la litografia, sistema en el qual aviat la pedra (*lithos*) fou substituïda pel zinc, només va permetre la impressió de dibuixos en negre sobre blanc, però l'avenç en la indústria editorial fou considerable. Arrel daixò es van publicar llibres amb il·lustracions de remarcables dibuixants que, en ser reproduïdes pel procediment litogràfic, amb la gran riquesa de matisos de tintes grises, conferien a aquelles obres molt més valor. És l'època en què a França es popularitzen els treballs de Daumier, de Gavarni, de Dévéria...

El 1827 s'inventa la cromolitografia, la litografia impresa en diversos colors, novetat que comportà un pas gegant en les indústries gràfiques. Per altre banda, mentre la cromolitografia s'anava perfeccionant dia a dia, el 1869 va aparèixer a París, la primera obra que citen els historiadors del gènere com un autèntic cartell, vist que era una realització seriada amb finalitats propagandístiques i l'autor de la qual era no menys que el cèlebre pintor Édouard Manet. Pare del moviment impressionista que anuncià l'aparició del llibre de *Champfleury - Les chats* [Fig. 1] al preu de cinc francs. L'obra de Manet, però, consistia en una litografia en blanc i negre, tot i ser editada, com he indicat, un any en què ja era la litografia en colors. És una obra que consta exclusivament de formes planes. Qui va popularitzar però, la cromolitografia en la confecció de cartells pot ser considerat, per tant, el fundador del cartellisme modern va ser Chéret, el qual comentaré més endavant. Algunes de les causes de l'increment dels cartells van ser: la abolicció de la censura a França per fixar cartells l'any 1880, i els nombrosos concursos en que els cartells eren premiats i tenien més popularitat. Tot això va fomentar el desenvolupament del col·leccionisme en l'última dècada del segle XIX. Aquest fenomen va tenir una autèntica febre a tota Europa i Espanya, com a nou objecte col·leccionable diferent de la pintura, que era un col·leccionisme al que només podien accedir una minoria.

---

<sup>14</sup> JARDÍ, Enric. *El Cartellisme...*, p. 6.

### 3.1 El pioner: Jules Chéret (1836 – 1932)

El seu naixement coincideix amb l'aplicació de la cromolitografia que va tenir una intensa producció a Gran Bretanya. Per aquest motiu va marxar a terres angleses des del 1859 fins el 1866. Va realitzar alguns cartells que no han tingut una transcendència històrica amb la denominació comercial Imprimerie Chéret<sup>15</sup>. L'any 1869 va emprendre el tiratge de *Bal Valentino (pare, masqué et travesti)* [Fig. 2] que va tenir un èxit extraordinari.

La gran innovació va ser que, en comptes de realitzar-los sobre un mural a l'interior, va buscar un nou lloc per ells: el carrer. Combinen la tècnica i la interpretació tradicional dels murals, amb un element nou i essencial que és el sentit d'allò que és popular. En aquesta obra destaca per l'alegria dels colors emprats i sobretot, per la simpatia que emanava de la figura femenina de la protagonista de l'obra: una ballarina de cabells rossos<sup>16</sup>. Aquest tipus de personificació de la joia de viure, que ell anirà repetint al llarg dels anys, va ser tant popular a França que es van anomenar "chérettes".

Durant els anys 1880 va utilitzar la línia negra amb colors primaris com el vermell, groc i blau. Amb aquests va aconseguir una vitalitat gràfica i una subtil sobreimpressió va permetre una escala sorprenent d'efectes i colors. La seva composició típica és una figura central o figures amb gesticulacions animades envoltades de remolins de color, figures secundàries i cartell atrevits que sovint són una ressonància de les formes i gestos de la figura. Les "chérettes", eren prototips d'una generació de dones franceses que es vestien i aparentaven un estil de vida com forma d'inspiració.

Arrel d'aquí, ha sigut conegut com el pare de la alliberació femenina<sup>17</sup>. En la seva producció cartellística, va crear cartells per cabarets i teatres com El Dorado [Fig.3], Paris Olympia, el Folies Bergère [Fig.4], el Teatre de l'Òpera, el Alcazar d'Ete [Fig.5] i el Moulin Rouge. Si ens fixem tots els cartells mantenen una mateixa tipologia i estructura, fins i tot pel que fa a la gamma cromàtica. A més a més, va produir alguns cartells de grans dimensions fins arribar als 2.3 m d'alçada, imprimint la imatge en seccions per ser ajuntades després sobre la paret. La tirada total anual de tots els exemplars sumats de tots els seus cartells va arribar a les 200.000 còpies<sup>18</sup>. A causa d'aquesta gran demanda va ampliar el seu negoci, creant anuncis per a les representacions de companyies itinerants, festivals municipals, i després per a les begudes i licors, sabons, cosmètics i productes farmacèutics.

El 1881, s'associà sota la denominació M.Chaix et Compagnie, empresa va atendre la gran demanda d'encàrrecs que rebia, cartells amb una composició esbiaixada com la dels mestres de la pintura barroca.

---

<sup>15</sup> JARDÍ, Enric. *Op Cít.*, p. 7.

<sup>16</sup> Inspirada en una autèntica model danesa, danzarina bastant coneguda en els ambients frívols de París.

<sup>17</sup> BARNICOAT, Joan. *Los carteles...*, p. 28.

<sup>18</sup> JARDÍ, Enric. *El Cartellisme...*, p. 10.

<<El crític Félix Fénéon – assenyala Enric Jardí - va sentenciar, amb força exageració, que Chéret era una mena d'hereu de Giambatista Tiepolo. [...] No se li pot discutir l'animació que donà a la via pública amb la presència de tants cartells seus d'una discreta qualitat artística, fins al punt que Edmond de Goncourt definí Chéret com el “creador d'una galeria d'art al carrer”.>><sup>19</sup>

### 3.2 El cartellisme preciosista d'Alfons Mucha (1860 – 1939)

Seguint amb l'estilització del cartell francès va ser practicada per molts artistes d'altres països, en aquest cas em refereixo a Alfons Mucha, artista molt representatiu en l'Art Nouveau o Modernisme. No només va ser pintor i dibuixant també es va ocupar de l'escultura, de l'art útil o aplicat a l'indústria, del disseny de joies i de diversos projectes d'arquitectura interior. No obstant, el seu talent es va desplegar en el camp de les arts gràfiques decoratives, una disciplina que va desenvolupar i mantenir fins avui la fama de l'artista.

D'origen txec, però va treballar a França la major part de la seva vida, concretament com a dibuixant a la litografia de Lemercier. Allà va realitzar *Gismonda* [Fig. 6] (1894) pel montatge del Théâtre de la Renaissance, veiem a la gran tràgica dempeus amb una branca a la mà, una roba majestàtica d'amples plecs, com una túnica bordada i una corona de flors cenyint la seva imponent cabellera rossa. Ens recorda com si fos un mosaic o un luxós esmalt litúrgic. És un estil que es caracteritza per la profusió de detalls decoratius i d'arabescos.

<<El txec iniciava la seva brillant obra de cartellista, que alguns arribaren a qualificar de “bizantina” per la riquesa ornamental que, com he dit, molts tractaren d'igualar però ningú no fou capaç de superar<sup>20</sup>.>>

En la seva obra veiem l'estil de vida de la gran metròpoli artística francesa en a brillant etapa de transició entre dos segles: la filosofia de vida del Fin de siècle i de la Belle Époque, amb els seus trets característics, aficions i nostàlgies. L'estil personal e inconfundible de Mucha, van provocar un efecte convincent sobre Sara Bernhardt que li va oferir immediatament un contracte d'exclusivitat per sis anys. Els cartells teatrals per *La Dame aux camélias* (1896), *Lorenzaccio* (1896), *La Samaritaine* (1897), *Médée* (1898), *Hamlet* (1899) y *Tosca* (1899) van constituir un cicle tancat. Amb el seu estret format, en general de dos metres d'alçada, la representació frontal de les figures amb contorns estilitzats, les inscripcions als marges superior e inferior de la imatge i la estructuració ornamental de la superfície, tots aquests cartells obeeixen a un principi estilístic i de composició de caràcter unitari. Per altre banda, de la mateixa manera que

---

<sup>19</sup> JARDÍ, Enric. *Op Cit.*, p. 9

<sup>20</sup> ULMER, Renate. *Alfons Mucha*. Colònia: Taschen, 2002, p. 6

Chéret i Toulouse - Lautrec va rebre influència de l'Àsia oriental, redescoberta a finals del segle XIX. Per els representants de l'Art Nouveau va tenir un caràcter determinant sobretot el gravat sobre fusta japonès, amb un estil lineal i pla, així com la utilització de formes naturals modificades i estilitzades. No obstant, per Mucha una de les influències més importants va ser el simbolisme. Doncs, va trobar en pintures contemporànies d'Odilon Redon, Carlos Schwabe i Gustave Moreau, entre altres, la imatge femenina que es trobava entre la *femme fatale* i la princesa somiadora.

Eren dones missatgeres dels supremes plaers de la vida, heroïnes d'expressió absorta i somiadora que continuaven sent essers atemporals. El producte que anunciaven, ja fos licor, dolços, papers per cigarrets, detergents o bicicletes, estava representats discretament per mitjà d'una inscripció i un atribut concret. Pel contrari, un dels elements destacats e irrenunciabls en la configuració ornamental dels seus cartells era l'esplèndida cabellera de les dones. Eren realitzats a mode d'arabescos que emmarcaven la figura, convertint-se la majoria de cops en el centre de la composició. Els fantàstics drapejats, atemporals i ajustats al cos, accentuaven amb els seus ornaments plecs de caràcter pla i decoratiu de la composició.

Després de l'èxit dels cartells per Sarah Bernhardt, l'impremta Champenois de París va començar a editar els coneguts "*panneaux décoratifs*", realitzats sobre paper gruixut i seda, que eren emmarcats com quadres o utilitzats per la decoració de paravents, segons la moda imperant d'aquella època. En general, es tractava de series de 4 quadres, impresos en grans tirades i que van tenir una gran difusió. Es trobaven entre l'art útil i el quadre lliure, podien estar representats escènicament sobre un podi, com quadres vius. Des del punt de vista formal, s'orientaven segons esquemes derivats dels cartells teatrals, però en general tenien paisatges que aportaven una nova atmosfera i una nota lírica. L'any 1896 van sorgir els primers panells: la sèrie *Les quatre estacions*, a la van seguir les simbolitzacions de *Flors* (1898), *Arts* (1898), *Pedres precioses* (1900), *Estrelles* (1902), i fora d'aquesta sèrie de quatre, *Els mesos* (1899). Les obres de diferents prerafaelites anglesos, admirats per Mucha i molts altres artistes de l'època, van aportar impulsos essencials en la creació d'aquestes series. Les grans decoracions de l'artista pictòrica Hans Makart, com per exemple *Els cinc sentits*, van exercir una gran influència sobre l'artista txec. De la mateixa manera que Makart, utilitzava fotografies que prenia dels seus models com base per la composició de les obres.

En l'any 1897 va realitzar uns cartells per *Cigarrillos Job* [Fig.7], on podem veure una de les sibil·les del fresc pintat per Miquel Àngel a la Capella Sixtina, que va servir de model per aquesta dona asseguda. No obstant, la seva llarguíssima cabellera, amb alguns d'ells fets amb la tècnica de l'arabesc eren coneguts com *maccaroni*, característica clara de l'estil de Mucha. El monograma de la firma, entrellaçat com ornament, apareix com un adorno discret però omnipresent en el motiu del fons que suggereix un paper pintat, en l'agulla que porta la dona i també en l'estoig per paper de la seva mà.

*La primavera desperta en el Mediterrani* [Fig.8], és el tema d'aquest exemple de publicitat turística. Mucha simbolitza l'encant d'aquesta estació de l'any en l'exuberant vegetació mediterrània de la Costa Brava a través la figura d'una graciosa noia que cobreix amb el seu blanc vestit la terra com si fos neu. D'aquest "camp nevat" brota un autèntic foc d'artifici amb plantes i rodes de flors. El cartell va ser realitzat originalment per l'empresa de ferrocarrils Mònaco Monte-Carlo, de la línia París - Lyon - Marsella, però també va ser ofert - sense text publicitari - als col·leccionistes d'obres gràfiques.

Un dels últims cartells més rellevants que comentaré, és *Bleu Deschamps* [Fig.9] (1898). On veiem una dona al·legòrica i apartada de la condició terrenal, és un cartel per un producte blanquejador de roba que conté la representació més bé popular d'una jove contemporània. Amb una mirada aprovadora, la noia comprova la pulcritud dels blancs llençols col·locats en la fusta.

<<El color, com deia Baudrillard, està carregat d'al·lusions psicològiques i socials. El negre, el blanc, les tints color pastel, constitueixen en certa manera els signes exteriors de respecte, bon gust i discreció. Els tons vius, al contrari, estan molt desvaloritzats. Resulten culpables, cridaners, vistosos, juvenils...<sup>21</sup>>>

Així doncs, el color blau, que també apareix en el nom del producte, determina l'accent cromàtic de la composició, és un to suau que es contraposa de manera lleugera amb el blanc dels llençols que dona èmfasi al producte que s'els escuts del marge superior del cartell porten les inicials "D.F." corresponents al fabricant M.Freund - Deschamps<sup>22</sup>.

### 3.3 Leonetto Cappiello, John Hassall i Ludwig Hohlwein

Leonetto Cappiello (1875 – 1942), va ser un publicista e il·lustrador italià. Va rebre influència dels cartells de Chéret<sup>23</sup> però va aplicar l'ús de l'arabesc per atraure, retenir i subsistir en la memòria de l'observador. Estigué vinculat a l'Art Decó i les seves composicions estaven formaves per un fons negre o de qualsevol altre color que aïllaven el tema central. Destaquen *Bitter Campari* [Fig.10] (1920), *Pâtes Ferrari*<sup>24</sup> [Fig.11] (1904), *Kub* [Fig.12] (1931). En la seva obra Vermouth Cinzano, anunciat amb un estrany cavall amb aparença de zebra i muntat per un home gairebé nu que engrapa una ampolla del cèlebre aperitiu, va adquirir una gran anomenada a París, des que, el 1909, ideà una mena de pallaso que escup foc com a propaganda del producte farmacèutic *Le*

---

<sup>21</sup> Citat per ENEL, Françoise. *El Cartel: lenguaje, funciones y retórica*. Valencia: Fernando Torres, 1977, p. 60.

<sup>22</sup> ULMER, Renate. *Op Cit.*, p. 55

<sup>23</sup> RENNERT, Jack. *The Posters of Cappiello*. New York: The Poster Art Library, 2004, p. 42.

<sup>24</sup> Es representen d'esquerre a dreta diferents actors de l'època com: Mounet-Sully, Ève Lavallière, Baron, Jane Harding, Coquelin aîné, Réjane, Albert Brasseur, Charles Le Bargy, Jeanne Granier, Lucien Guitry, Coquelin cadet, Marthe Brandès.



*Theromogène*. Cappiello adquirí un gran nom repetint la mateixa formula: una figura en actitud dinàmica destacant-se sobre un fons llis.

John Hassall (1868 – 1948), va ser un pintor, il·lustrador, xilògraf i cartellista anglès. Va estudiar Art a l'Acadèmia de Belles Arts d'Anvers i a l'Académie Julien de París. Durant aquest temps va ser influenciat pel famós cartellista Alfons Mucha. Els seus primers dibuixos van apareixer el 1890 a The Daily Telegraph. El 1895 va començar a treballar com a artista de publicitat de David Allen & Sons, una feina que va durar cinquanta anys i va incloure tan coneguts projectes com el cartell *The Mummy* (1901) [Fig.13]. Fent ús de colors plans delimitats per línies gruixudes en negre, colors cridaners i fons pla que ens recorda al gravat de Manet *Champfleury – Les Chats* (1869). Podem observar com predomina l'efecte visual de les grans taques de color contrastades amb d'altres de negres, tinta que també utilitzà per a accentuar ostensiblement els perfils. Altres cartellistes importants a Gran Bretanya van ser: Dudley Hardy, James Pryde i William Nicholson.

Ludwig Hohlwein (1847 - 1949) va ser un dels cartellistes més importants per el desenvolupament del cartell contemporani, pel que fa la modulació de la llum i el color. Va estudiar Arquitectura a la Universitat Tècnica de Munich i l'any 1925 ja tenia més de 3.000 cartells realitzats. En els seus cartells veiem formes geomètriques senzilles junt amb els colors plans sense cap tipus de volum. En els seus cartells no existeix la gradació total per donar la sensació de volum, en aquest cas vindria a ser com Hassall o Cappiello, a diferència de Mucha o Chéret. Tampoc veiem la sensació de perspectiva que permetia traslladar la il·lusió d'espai tridimensional. Les figures es superposen sobre el fons donant-nos un primer pla i el fons, darrere sense res més però amb un resultat espectacular. Pel que fa a la lletra, s'utilitza tant serif, sans-serif com tipografies gòtiques segons la matèria que es representa. Sempre es troba agrupada en unes poques línies, sovint formant un quadrat i de manera llegible. Va realitzar cartells per: Audi, BMW, Leitz, Henkel, Görtz, Shoes, Hag... Les seves imatges mostren una visió optimista de la vida de la classe mitjana contemporània [Fig. 14 i 15].

### 3.4 El cartellisme de Toulouse-Lautrec

Si com a pintor es considera un precursor la manera de fer de Van Gogh, Cézanne i Gauguin, en el món del gravat i de les arts de l'estampació va tenir un paper semblant Toulouse – Lautrec. Representa una manera de fer sintètica, eficaç, culta i refinada que a més a més, tenia la qualitat d'arribar a tota mena de públic.

Henri de Toulouse – Lautrec (1864 – 1901) va ser un pintor i cartellista francès. Destaca per la seva presència en la vida nocturna parisenca de finals del segle XIX. Va utilitzar la litografia per realitzar gravats, il·lustracions i també amb fins pràctics, com cartes de restaurants, però les seves litografies més famoses són els *affiches*<sup>25</sup>. Donat que el primer cartellista, Jules Chéret va produir més d'un miler, la trentena de cartells que va

---

<sup>25</sup> ADRIANI, Götz. *Toulouse-Lautrec: obra gráfica completa*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981, p. 25.

realitzar Lautrec no són tants, però són obres de gran força i originalitat, que es considerat de forma unànime el representant més brillant d'aquest mitjà artístic. El cartell es va imposar com forma artística gràcies a les millores introduïdes en la segona meitat del segle XIX en les tècniques d'impressió, que van permetre la realització a un cost reduït, de grans litografies en color sobre paper. Això com bé sabem, va permetre produir en sèrie millars de cartells a un preu molt baix.

<<Tot i alguns intents de gravats amb l'aiguafort, per ell no molt satisfactoris, la litografia mono i policroma, serà el seu mitjà d'expressió més important. La seva producció avarca al voltant de 350 litografies, de les quals 30 corresponen a cartells.<sup>26</sup>>>

El geni de Toulouse – Lautrec com cartellista residia en la seva capacitat per reduir una imatge a audaces formes planes amb pocs colors. Els seus cartells tenien tanta força i espontaneïtat que va destacar per sobre d'altres cartellistes del moment. El fet més innovador recau en la més sincera representació del sexe, l'ambient bohemí i dels prostíbuls. Com per exemple la seva sèrie de litografies *Elles* [Fig.16], que il·lustraven de forma natural, sense estridències, la vida quotidiana d'un prostíbul, realitzada l'any 1896. Va ser una sèrie revolucionària pel seu tema com per l'ús delicat i subtil dels mitjans litogràfics. En contraposició als colors forts i contraposats dels cartells inicials, ideats per captar l'atenció, els escollits per aquesta sèrie són tons mitjos, delicats, originalment combinats. Els matisos de claroscurs i l'estructuració de les àrees s'enriqueixen junt amb ombres i superfícies compostes de taques petites i salpicades. Els contemporanis de Lautrec – sobretot els Nabis i Munch – van imitar aquesta tècnica en produccions litogràfiques de gran importància.

Els cabarets i les sales de ball de Montmartre, junt amb la varietat de personatges que atreïen van constituir el centre de vida i obra cartellística de Lautrec. Entre 1870 i 1890, Manet i els impressionistes van fer del món un espectacle amb la nit parisenc com a tema principal. Manet havia pintant el *Folies – Bergère*, Seurat amb la seva obra *El Chahut* (1890), Renoir el *Moulin de la Galette*, mentre que Degas es va centrar en els cafès-concert, com l'*Ambassadeurs* i en les ballarines de l'Opera<sup>27</sup>. A finals de segle, el món de l'espectacle estava dominat per personatges com la Gouloue, Valentin-le-Désossé, Jane Avril, Yvette Guilbert i Aristide Bruant<sup>28</sup>, on sovint les seves actuacions eren anunciades per Lautrec. Amb les seves poques línies i extraordinària capacitat per plasmar l'essència d'un personatge o espectacle, l'artista va contribuir a difondre la seva fama i es va convertir en el més cèlebre cartellista de la capital, i un dels més importants de tots els temps.

Les litografies cobraven vida després d'innumerables estudis preparatoris. El camí passava per esbossos ràpids, dibuixos minuciosos, estudis en aquarel·la, oli o tremp – per lo general sobre cartró - fins i tot de vegades es feien quadres sencers preparatoris sobre llenç. També es podria donar el cas de que estan ja a l'impremta, Lautrec es

---

<sup>26</sup> ARNOLD, Matthias. *Henri de Toulouse – Lautrec. El teatro de la vida*. Koln: Taschen, 1987, p. 29.

<sup>27</sup> BOURET, Jean. *Toulouse – Lautrec...*, p. 63

<sup>28</sup> MARIANOVICH, Ana. *Grandes maestros de la pintura: Toulouse Lautrec*. Barcelona: Altaya, 2001, p. 25.

confiés de la seva memòria visual i ho dibuixés, sense cap estudi previ, directament sobre la pedra. El seu fort era la línia rapida, precisa, abstracte en la seva concepció i tan perfecte en el reflex d'allò que representava. Sabem que anava a diferents impremtes parisenques com per exemple: Chaix, Verneau i sobretot Ancourt i Stern.

<<Coetànis de Toulouse - Lautrec en la creació cartellística seran Steinlen, Willette, Ibels, Grasset, Mucha, Ramon Casas, Beardsley, etc., però cap d'aquests no aporta un gran tan elevat d'originalitat i audàcia creativa com ell, molt probablement degut al seu caràcter vitalista, a l'autenticitat de la seva obra, i al to irònic i penetrant que sap donar al seu cartell i a la seva gràfica en general.<sup>29</sup>>>

### 3.4.1 *Moulin Rouge* (1891)

*La Goulue al Moulin Rouge* [Fig.17], fou el seu primer cartell per el Moulin Rouge i és evident, les similituds de l'extrem esquerre amb la composició de la part central de *Ball en el Moulin Rouge* (1889) [Fig. 18]. És una litografia impresa en dos colors i de la qual se'n van fer fins a 3.000 exemplars. Lautrec va acceptar l'encàrrec de Louis Weber, coneguda com La Goulue<sup>30</sup> protagonista que balla amb gran dinamisme en el centre de la composició. A mode de fris i com uns ombres xineses uns espectadors queden retallats i sobre ells, una filera de llums grogues animen el ritme de l'obra. La influència de les estampes japoneses ukiyo-e està present en l'obra a l'hora d'esquematitzar les formes i aplicar de nou, com hem vist, el color pla. Per altre banda, la relació entre el text i la imatge resulta molt atractiu, complint així l'objectiu comunicatiu del cartell<sup>31</sup>. Veiem com també torna a utilitzar l'arabesc que ja havíem pogut observar amb Alfons Mucha en les seves llargues cabelleres. És un cartell, que des del meu punt de vista i a diferència d'altres que hem vist, tot i ser bàsicament pla i amb poca profunditat ens transmet una sensació de frescor, de vitalitat i alegria. Que és el mateix que ens transmeten les obres relacionades amb els ambients bohèmics de París i el Montmartre.

Utilitza els tres plans compositius amb figures a contrallum al fons. En un primer pla també utilitza el recurs de la silueta retallada a contrallum, fet que provoca una acceleració visual cap a la Goulue. La gran novetat de Lautrec és la utilització de la fotografia, els espectadors es disposen en cercle, inverteix els esquemes tradicionals de representació que havíem vist en artistes anteriors, i practica la contraposició de figures estàtiques i en moviment.

La impressió del cartell, feta als tallers de Charles Levy, superposa com he dit quatre colors. A partir de la pedra de negre, dibuixada primer per Lautrec, es van calcar les zones dels altres 3 colors. El groc, imprès en primer lloc, cobreix en *crachis* el segon terme, el terra i el rostre de la Gouloue. La seves cabellera i les lluminàries són de colors llisos. En la segona passada, el vermell dibuixa en *crachis* la silueta de Valentin i la brusa de la Gouloue, les seves mitges, també en *crachis*, però molt més dens, mentre

<sup>29</sup> GALLEGO, Julián; GIRALT – MIRACLE, Daniel [et al.] *Toulouse-Lautrec...*, p. 19

<sup>30</sup> ADRIANI, Götz. *Op Cit.*, p. 89

<sup>31</sup> SANTOS, Ramón. *El cartel*. Barcelona: Argos, 1949, p. 15 – 17.

que la lletra del rètol és plana. El blau té un paper determinant en la modulació de les tintes. Superposat en proporcions diferents a la silueta de Valentin, a la brusa i mitges de la Gouloue, produeix una gamma de violetes. Combinat amb el groc, modifica la lluminositat dels fons i del parquet. Amb un color pla intensifica el negre del gris d'espectadors. Finalment, il·lumina amb un toc l'ull de la Gouloue. El les dimensions del cartell (195 x 122 cm) superaven les de les pedres litogràfiques arrel d'això l'impressor va utilitzar-ne tres, el resultat són dos fulls de 84 x 122 cm – es percep l'empalmament a nivell del mentó de Valentin - i, a la part de dalt una tira de 27 cm<sup>32</sup>.

### 3.4.2 *Aristide Bruant (1892)*

Va ser el tercer cartell que va dibuixar, de gran simplicitat, potser mai superada en l'història del cartell. Aristide Bruant (1851 – 1923) era un dels cantants del cabaret més popular de l'època, famós per la desbordant vulgaritat dels seus espectacles. Era un gran admirador del pintor, qui va fer per ell altres cartells com *El Dorado* [Fig. 19 i 20], i va projectar un cinquè que mai es va arribar a imprimir. Aquest, el primer, va escandalitzar al director del Ambassadeurs, el cabaret on actuava Bruant, que el va qualificar de «repugnant<sup>33</sup>» i es va negar a exposar-lo. Però Bruant, amb la mateixa prepotència que va tant bé va saber captar Toulouse, el va amenaçar amb retirar el seu numerari si no l'exposava i el director es va veure obligat a cedir.

Mostra una manera d'innovar amb diferents tipus de lletres, és més important la suggestivitat del cartell, la reducció d'àrees i la concentració en els tres colors bàsics: blau, vermell i groc. L'estudi preliminar sembla més viu per estar fet amb línies soltes i serveix de clara explicació del procés de treball de Lautrec. L'any 1893, tindrà lloc un tiratge d'un cartell d'*Aristide Bruant dans son cabaret* [Fig. 21], de dimensions més grans que els anteriors i amb una composició totalment diferent. Doncs, no veiem cap fons ni inscripció a la part de dalt, sinó que només apareixen a la part inferior donant protagonisme a Bruant. Aquest cartell de la mateixa manera que l'anterior, no era resultat d'una improvisació o d'una il·luminada raixa, sinó la conseqüència de molts anys de contacte amb el món del cabaret, d'estudi directe dels seus personatges, d'haver-ne anotat els gestos i tot el moviment de persones i ambients que es produeix en una sala d'espectacles<sup>34</sup>. No tot van ser cartells de grans dimensions sinó que, Lautrec a dur a terme un de petit format, on Bruant, reconeixible solament per la seva silueta, està d'esquena [Fig.22]. D'aquest cartell, hi ha tres variants cadascun amb un text i color diferent. Danièle Devynck, qui ha analitzat amb detall la progressió d'aquesta seqüència, remarca que més que enllà la seva funció de cartell; aquesta darrera imatge ha estat represa per il·lustrar una recopilació de textos de Bruant i, des de 1893, per a la portada d'un llibre que li havia dedicat.

<sup>32</sup> QUÍLEZ, Francesc; FERRAZ, Eva [et al.] *Toulouse-Lautrec...*, p. 38 - 39

<sup>33</sup> MARIANOVICH, Ana. *Op Cit.*, p. 30

<sup>34</sup> MATTHIAS, Arnold. *Henri de Toulouse – Lautrec*. Hamburgo: Benedikt Taschen, 1987, p. 35.

<<Així es podria explicar – escriu Eva Ferraz - el fet que aquesta versió final estigui més a prop d’una il·lustració de llibre que d’un cartell, havent integrat Lautrec, des de la creació, la possibilitat d’usos diversos.<sup>35</sup>>>

### 3.4.3 *Divan Japonais* (1893)

Cartell realitzat per la reobertura d’un cafè-concert de la mà d’Édouard Fournier<sup>36</sup>, que el va convertir en un cabaret amb ambicions literàries i artístiques. En el centre, la cantant Jane Avril, i el crític musical Édouard Dujardin; la cantant del fons és Yvette Guilbert, amb el cap tallat per “l’enquadrament” [Fig.23]. Dibuixat en color negra pla del qual emergeix el fi perfil i la resplendor taronja de la cabellera, la silueta arbitràriament hipertrofiada de la jova s’inspira directament en la tècnica dels gravadors japonesos, igual que l’oblic prosceni sobre el qual es retalla el fris que alinea els màstils dels instruments i els braços aixecats del director. Destaca l’enginy enlluernador de Lautrec, doncs ha unit en un mateix pla vertical tractat en *crachis*<sup>37</sup> i del qual es destaquen els dos protagonistes, la rampa d’escena, l’orquestra i, a penes suggerida per dos traços de pinzell, la taula on Jane Avril es repenja.

A la influència japonitzant, cal afegir el model d’una obra molt presa de Degas [Fig.24] – també influenciat fortament per l’art nipó. La *Divan Japonais*, testimoni de la seva admiració, va fer una adaptació de l’obra de Degas però amb una diferència, el que Lautrec ha dut a terme aquí no és l’orquestra, sinó Jane Avril i el seu company<sup>38</sup>. Però, reprenent l’estructura de la tela de Degas, ha substituït les ballarines per la silueta d’Yvette Guilbert, els guants negres de la qual eren suficients per identificar-la. Ella apareixia aquí, per primera vegada en la seva obra. Aparició, a més, paradoxal, ja que no anuncia una propera actuació de la cantant al *Divan Japonais*. Serà un personatge que seguirà sortint en altres cartells seus com *L’estampe Originale* (1893) o *Troupe de Mille Élegantine* (1896). Aquest últim cartell va ser un encàrrec d’urgència de la mateixa Jane Avril, ella es trobava a Londres als inicis de 1896 actuant per la companyia d’Églantine Demay. La seva actuació era al Palace Theatre, al qual havia de seguir una gira per Anglaterra. Sabem que Lautrec va rebre una fotografia de la companyia i l’orde de disposició que calia respectar<sup>39</sup>. Ha invertit el lloc de Jane Avril, que es reconeix a l’extrem esquerre, i aquest de Mille Églantine, mentre que l’escriptura, deguda a una altre mà, és d’acord amb les prescripcions. D’altre banda, l’agitació dels mirinyacs ha inspirat a Lautrec l’arabesc continu que travessa l’escena, compassada per l’alineació de les cames enfundades de negre, que indiquen la perspectiva i que prolonguen verticalment els plomalls dels barrets.

---

<sup>35</sup> QUÍLEZ, Francesc; FERRAZ, Eva [et al.] Op Cít., p. 58.

<sup>36</sup> QUÍLEZ, Francesc; FERRAZ, Eva [et al.] Op Cít., p. 66.

<sup>37</sup> Entenem per *crachis*, petites taques de tinta que apareixen durant el procés litogràfic.

<sup>38</sup> ROGER-MARX, Claude. Les lithographies de Toulouse-Lautrec. Paris: F. Hazan, 1948, p. 85.

<sup>39</sup> JULIEN, Édouard. *Toulouse-Lautrec: cartels*. Barcelona: Gili, 1965, p. 70.

### 3.4.4 Jane Avril (1893)

Jane Avril era una de les ballarines més populars de París que va establir una estreta amistat amb Toulouse – Lautrec. Protagonitzarà diversos quadres i cartells com *Jane Avril ballant* o bé *Jane Avril sortint del Moulin Rouge*. Aquest local era el seu lloc habitual d'actuació però al juliol de 1893 va debutar al cafè-concert Jardí de París, on va encarregar per aquesta ocasió aquest cartell [Fig. 25], degut a l'èxit que va tenir Lautrec amb els de Bruant. Es va fer una tirada de 3.000 exemplars que van decorar els carrers de la ciutat, sent una obra molt preuada per la crítica francesa.

La ballarina apareix sobre l'escenari amb un frenètic moviment, en un primer pla veiem un violoncel i la mà del músic, sent una estampa on s'aprecien certs aires modernistes que emmarquen la figura de la protagonista. Henri va aconseguir donar profunditat al cartell de manera molt subtil perquè la ballarina cridi més la nostre atenció va col·locar les lletres en la part superior. Tornem a veure la influència japonesa en la plenitud dels colors utilitzats, predominant la línia en tota la composició. Les siluetes en la reserva encerclades amb la delineació del seu contorn, corresponen a la tècnica de l'Hara-Oshi<sup>40</sup>, que es pot traduir per “impressió de buit” ho veiem en *La Gitane*. O la utilització de la diagonal que dona sensació de profunditat i l'obertura òptica desplaçada que dirigeix la vista de l'espectador ocultant un dels costats de la imatge com en la de Jane Avril. O encara més, la vista des de dalt a partir d'un element trucant, tractat en el primer terme del qual el *Divan Japonais* ofereix un bell exemple. I certament, el monograma inscrit en un cercle, adoptat per Lautrec a semblança dels segells japonesos. Més que influències em sembla necessari parlar d'un diàleg entre els dos universos plàstics.

Sis anys més tard al 1899, Jane Avril encarrega per darrera vegada, un cartell a Lautrec, que realitza aquesta figura singular que trencarà amb les composicions anteriors [Fig. 26]. S'ha de veure aquesta unió del cos de la dona amb la serp alguna cosa més que un diàleg plàstic de dues formes sobre el tema de l'ondulació?

<<Baudelaire - escrivia Francesc Quílez – ha celebrat “La serp que balla”; Mélinité<sup>41</sup> és en certa manera també la serp que balla.<sup>42</sup>>>

Arrel d'aquest moviment que té la figura es relacionarà anys més tard amb Freud i el seu anàlisi sobre la histèria femenina. Per altra banda, Lautrec experimenta una tècnica d'estampació que reprendrà poc després, per al seu darrer cartell [Fig. 27], on utilitzarà el tiratge de dos colors en una sola passada. A la pedra del traç per al negre i a la pedra de vermell se n'afegeix una tercera, que imprimeix alhora el groc i el blau; una subtileza que els litògrafs anomenen la tècnica dels tinters<sup>43</sup>. Aquest cartell de *La Gitane*, era una obra protagonitzada per Marthe Mellot, al Théâtre Antoine el gener de 1900.

Els color pla verd oliva, sobre el qual es destaquen les figures accentua la diferència entre l'estatura imponent, en angles, de la dona arrogant i la línia tortuosa que dibuixa el

<sup>40</sup> QUÍLEZ, Francesc; FERRAZ, Eva [et al.] *Op Cít.*, p. 110 – 111.

<sup>41</sup> Sobrenom de Jane Avril.

<sup>42</sup> QUÍLEZ, Francesc; FERRAZ, Eva [et al.] *Op Cít.*, p. 72.

<sup>43</sup> Coneguda també com *technique des ecriers*.

comparsa menyspreat. Per recordar que es tracta de teatre, una sola indicació: l'ombra que posa una mascara sobre el perfil de l'actriu, es tracta d'un procés que restitueix el contrast lluminós creat per les llànties de l'escenari i talla els rostres. Però aquí, l'ha utilitzat no per necessitat realista, sinó amb finalitat purament gràfica, i crear una transició entre el blanc del rostre menut, col·locat sobre el coll desmesurat i el negre profund de la cabellera. Igual que havia fet en el seu cartell *Jane Avril* com bé he comentat, on torna a utilitzat la tècnica dels tinters. L'ombrejat fosc de la silueta masculina i dels dos primers nivells de lletres – Théâtre Antoine –, així com el vermell de les lletres següents, tintades sobre la mateixa pedra, han estat impresos alhora.

## 4. El cartellisme a Catalunya

Els artistes modernistes eren majoritàriament burgesos, que es revelaven amb les seves famílies i decidien dur una vida bohèmia. Volien canviar el món, i ho volien fer a través de l'art. La riquesa dels colors, la utilització d'un repertori ornamental molt variat i l'ús de solucions compositives atrevides, caracteritzen l'art publicitari dels primers anys del segle XX. Els cartells reflecteixen els gustos, la moda i els somnis d'aquesta època. Si en un primer moment anunciaven sobretot esdeveniments lúdics i culturals, com els espectacles de cabaret, cap al canvi de segle, amb l'incipient societat de consum, es va fer cada vegada més freqüent publicitari productes que no eren de primera necessitat. Així, els carrers es van omplir d'anuncis de begudes de cacau, cigarrets, begudes alcohòliques, llet per a nens, sanatoris o viatges en transatlàntic. Però els treballs cartellístics superaren aviat la funció publicitària per a la qual van ser inicialment concebuts i passaren a convertir-se en autèntiques obres d'art.

Així doncs, el cartell modern cromolitogràfic no va néixer amb el modernisme, sinó uns vint anys abans, però la seva gran expansió i la seva vertadera categoria artística només es van assolir a Catalunya els darrers anys del segle XIX. Com se sap, la gran difusió del cartell del segle XIX obeïa a un fet tècnic i a un fet industrial i sociològic. La introducció de la cromolitografia als grans cartells publicitaris, que cal situar entre 1860 i 1880<sup>44</sup> va suposar un gran avenç per la difusió dels cartells. D'altra banda, es produeix el gran desenvolupament de la revolució industrial, que portà com a conseqüència la comercialització, la promoció i la venda de molts articles de consum que utilitzaren el cartell com a mitja publicitari. Té aquesta doble vessant d'objecte artístic i de propaganda comercial, esdevingué una prova de la qualitat artística de les arts aplicades, i això fou possible per la seva gran popularitat a l'època i el seu prestigi, que va ésser canalitzat per diversos mitjans com els concursos de cartells i la generalització dels encàrrecs dels industrials catalans; les exposicions de cartells, el col·leccionisme i el ressò de tot això en la premsa.

En el camp de la edició la ciutat vivia un moment de gran vitalitat, llibertat i entusiasme. La il·lustració gràfica i el cartellisme publicitari reflexen l'art del seu temps, amb la participació dels creadors com Ramon Casas o Riquer que representen una línia artística realista – sintètica. Casas, com veurem, va ser el guanyador de dos concursos de cartells notables: el de la casa de *champagne* Codorniu i el de l'Anís del Mono<sup>45</sup>. Contrasta amb aquests dos el dibuix del cartell destinat a la temporada de primavera de 1899 del Teatre Íntim d'Adrià Gual, d'estètica simbolista, que representa el rostre d'una dona que subjecta una màscara. Una altre mostra de sensibilitat simbolista és el cartell dibuixat per Ramon Pichot per els Concerts de Maria Gay a la

---

<sup>44</sup> FONTBONA, Francesc i MIRALLES, Francesc. *Del Modernisme al Noucentisme 1888-1917. Història de l'Art Català*. Volum VII. Barcelona: Edicions 62, 1985, p. 89 – 90.

<sup>45</sup> SALOM, Manel. "El cartel en Cataluña", *D'art*, núm. 5, 1979, p. 89 – 90.



Sala Parés. Riquer dibuixa per el Cercle de St.Lluc un cartell de caràcter prerrafaelita en el que apareix una damisel·la contemplant un gira-sol<sup>46</sup>.

## 4.1 Els inicis

Sabem que la cromolitografia es va introduir a Barcelona pels volts de 1875. Alguns investigadors citen com el primer cartell imprès a 4 tintes el que dissenyà un autor anònim per anunciar les Festes de la Mercè de l'any 1877<sup>47</sup>. Eusebi Planas (Barcelona, 1833 – 1897), va ser un dels primers litògrafs que aprengué la tècnica a París, dibuixant prolífic i molt popular, realitzà el 1878, un cartell en colors dels balls de disfresses del Liceu<sup>48</sup>. En aquesta especialitat de propaganda en cromolitografia de festes organitzades per entitats d'esbarjo barcelonines com La Poma o El Mochuelo cal esmentar també els treballs d'Apel·les Mestres (Barcelona, 1854 – 1936) i del deixeble i, més tard, fill polític de Planas, Lluís Labarta i Grañé (Barcelona, 1852 – 1924), del qual es conserven en bon estat uns cartell de toros i del Tibidabo [Fig. 28]. Els dels toros corresponen amb la novillada del 12 de juny de 1898 a la Plaça de la Barceloneta, paper imprès al taller d'A. López Robert, del carrer Nou de la Rambla núm. 63. Un altre gravador important va ser Josep Lluís Pellicer (Barcelona, 1842 – 1901) que confeccionà un anunci vertical, en color, que tenia com a motiu central l'Arc de Triomf d'obra vista que per a aquella celebració projectà l'arquitecte Josep Vilaseca. Amb unes banderoles i inscripcions laterals al·lusives a les distintes activitats representades en aquell certamen que tanta significació tingué en la creixença del Cap i Casal de Catalunya<sup>49</sup>.

Poc després de l'Exposició, concretament de l'any següent, daten els cartells encarregats per una fàbrica de raspalls, La Cepilleria Barcelonesa<sup>50</sup>, a un pintor de moda especialitzat en temàtica militar, Josep Cusachs (Montpeller, 1850 – Barcelona, 1909), tal vegada perquè els articles anunciats eren d'aplicació als cavalls, que l'artista plasmava amb molta traça. Alexandre de Riquer (Calaf, 1856 – Ciutat de Mallorca, 1920), serà un dels grans artistes junt amb Ramon Casas que participarà com veurem en el següent apartat amb un gran nombre de concursos. Va viatjar a París, Roma i Londres, on va tornar familiaritzat amb la producció dels prerrafaelites i l'Arts and Crafts Movement que inspirà William Morris. D'aquest i del seu seguidor Walter Crane, n'admirà l'interès per la dignificació estètica dels objectes industrials: vidrieres, teixits, estampats, rajoles, llibres i altres productes de les empreses tipogràfiques. Per això, en tornar a la seva terra, es destacà com a il·lustrador molt sovint d'obres pròpies, en vers i en prosa, director artístic de publicacions, projectista de relligadures, dibuixant i gravador d'ex-libris, una especialitat que, pràcticament, introduí a Catalunya i en la qual adquirí una fama mundial.

---

<sup>46</sup> SALA, Teresa M. *Barcelona 1900*. Barcelona: Lunwerg, 2007, p. 43.

<sup>47</sup> JARDÍ, Enric. *Op Cít.*, 1983, p. 18.

<sup>48</sup> Teatre per al qual confeccionà altres tipus de material gràfic, com targetes d'invitació, etc.

<sup>49</sup> FONTBONA, Francesc; VIVES, Rosa, ALDEGUER, Nuria [et al.] *El Gravats en el temps : del segle XV als nostres dies: octubre 1991-març 1992*. Girona: El museu DL, 1991, p. 25.

<sup>50</sup> BARRAL, Xavier; ALCOY, Rosa [et al.] *Arts del llibre : manuscrits, gravats i cartells*. Barcelona: L'isard, 2000, p. 50 – 51.

Una de les seves realitzacions més conegudes va ser el cartell anunciant la 3<sup>a</sup> Exposició General de Belles Arts i d'Indústries Artístiques de 1896, manifestació de la qual també es va confiar la propaganda a Josep Lluís Pellicer. L'obra de Riquer presentava a dues noies vestides i pentinades a la manera cara als preraphaelites, amb les quals el projectista havia volgut simbolitzar les muses, oferien a Barcelona, representada pel seu escut, una paleta de pintor, una petita estàtua i un gerro delicat, les belles arts i les indústries artístiques a què feien referència, així com ho indicaven altres dades pertinents al certamen en una extensa retolació molt ben resolta per Riquer en forma horitzontal.

## 4.2 Els concursos<sup>51</sup>

L'any 1896 serà el més important pel cartell català, ja que fins aleshores llevat d'aquestes realitzacions comercials de Riquer, els cartells es destinaven a anunciar les exposicions oficials, els espectacles i les publicacions literàries, i generalment, es feien per encàrrec<sup>52</sup>. Com per exemple el de Miquel Utrillo per a la representació de *La fada* [Fig. 29] de Jaume Massó i Torrens amb música d'Enric Morera, del 1897, o el de Miquel Utrillo i Ramon Casas per als espectacles d'ombres xineses als Quatre Gats (1897). Però, imitant el que es feia a l'estranger, dos industrials catalans del ram de les begudes alcohòliques convoquen dos importants concursos de cartells, esplèndidament dotats econòmicament. això va determinar que artistes de categoria s'interessessin per aquesta modalitat artística, aleshores encara considerada menor, i es donà a conèixer aquest nou art aplicat al públic, atès que després del veredict del jurat s'organitzava generalment una exposició dels projectes. Es pot dir, doncs, que l'any 1898 Barcelona entra a l'era de la publicitat.

El primer concurs comercial a Catalunya és el d'Anís de Mono, realitzat gràcies a la iniciativa del propietari Vicenç Bosch. Convocat al final del 1897, el veredict fou dictat pel senyor Bosch el 6 d'abril de 1898. Els tres premis, de 1.000, 500 i 250 pessetes, atragueren un gran nombre d'artistes. Es van rebre 162 projectes; Ramon Casas, que va presentar-ne quatre, va obtenir amb les seves cèlebres *manolas* el primer premi i un accèssit. Riquer, el segon i el tercer fou per Alfred Roig i Valentí. Un altre gran concurs va ser el de Manuel Raventós, convocat el setembre de 1898 per xampany Codorniu. Es celebrà a Madrid i estava dotat de 5 premis, de 1.500, 500, 200 i 100 pessetes. Es van presentar 173 projectes. El jurat, format per artistes i crítics acadèmics, decidí donar el primer premi al madrileny Tubilla. Casas obtingué el segon i el segon premi suplementari. Dels cinc premis, doblats, els artistes catalans Casas, Ramon Pítxot, Llisals, Casals, Josep Triadó i Francisco de Cidón, establert a Barcelona aleshores, n'obtingueren set, la qual cosa demostra el predomini de l'art del cartell a Catalunya en relació amb la resta d'Espanya.

---

<sup>51</sup> Per tot aquest tema de concursos segueixo la informació que es pot trobar a: Panyella, Vinyet. *Miquel Utrillo i les Arts*. Sitges: Ajuntament de Sitges, 2009, p. 20. I, CASALS, Nuria. "El cartellisme i l'Anís del Mono", *Revista anuari del Museu de Badalona*, núm. 18, 2000. 8 – 12 p.

<sup>52</sup> MARTÍ RAMÓN, Marc (coord.). *Ramon Casas i el cartell*. València: Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat: Diputació de València: Caja de Ahorros del Mediterráneo, 2005, p. 50.

El febrer de 1900 s'obre un altre concurs de cartells per a la casa Fiter i Planas, fabricants d'encaixos, dotat amb tres premis de 1.000, 500 i 250 pessetes, més tres accèssits de 100 pessetes. La influència dels propietaris en el concepte del cartell, que havia d'ésser sobrecarregat de medalles, de premis i de text, donà com a resultat un conjunt de projectes mediocres. Això es veu clarament en el cartell d'A.Coll que segurament va guanyar el concurs, ja que fou imprès. Els únics cartells que Pel & Ploma elogià foren els de Previsión y Socorro, Compañía Española de Seguros. Els premis eren de 1.000, 500 i 250 pessetes<sup>53</sup>. Els resultats del concurs es judicaren també força mediocres. Triadó obtingué el primer premi i Adrià Gual el tercer. Malgrat que s'hagués celebrat a l'Argentina, el concurs dels Cigarrillos París<sup>54</sup>, organitzat l'any 1901 per Manuel Malagrida, un català emigrat i propietari de l'esmentada marca, va tenir certa incidència en el panorama del cartellisme català, ja que hi van participar diversos artistes catalans.

Els projectes des cartells premiats s'exposaren a la Sala Parés. El concurs de Cigarrillos París, fou un dels concursos més importats dels convocats fins aleshores fins al punt d'arribar a la quantitat fabulosa per a l'època de 20.000 francs li donà un ressò mundial. Els vuit premis oscil·laven entre els 10.000 francs per al primer i els 500 del vuitè, i hi havia set accèssits. Es van rebre 555 projectes de tot el món i el veredictes es féu públic el 23 d'octubre del 1901. El primer premi s'atorga a l'artista milanès Aelardo Villa, el segon a un altre mestre italià del cartellisme, Leopoldo Metilcovitz, i el tercer, de 2.000 francs, a Ramon Casas, amb a seva suggeridora composició Montmartre. Els projectes dels cartells premiats formen part del patrimoni artístic català, ja que es conserven avui dia al Museu Comarcal de la Garrotxa, Olot, la ciutat natal de Manuel Malagrida. Dos catalans més, Laureà Barrau i Xavier Gosé, van obtenir accèssits. Tots els següents concursos van ser molt més modestos i van atreure cada vegada menys artistes.

Per l'octubre de 1902, el concurs per al paper de cigarretes de la casa Eduardo Roca, de Ciutat de Mallorca, era dotat amb tres premis de 1.000, 300 i 200 pessetes. Encara s'hi van presentar dos-cents dos projectes i guanyà el concurs Josep Triadó, davant de Tamburini i Joan Vallhonrat. Triadó va guanyar també un altre concurs, el de les festes de la Mercè del mateix any. En aquests moments Riquer o Casas ja no es presentaven a concursos sinó que rebien encàrrecs directes d'institucions o dels industrials<sup>55</sup>.

Al febrer de 1903 es celebrà un concurs per els perfums Ladiufer, que va guanyar Francisco de Cidón amb un cartell modernista, aquesta vegada reeixit i molt elegant. El mes de febrer de 1906 es declarà desert el concurs que se celebrà per a l'Exposició Nacional de Belles Arts de Barcelona una bona prova de la manca d'interès dels artistes. Tanmateix, un cartell acadèmic de Joan Llimona anuncià l'exposició. Pel novembre de 1907 el Cercle Artístic de Barcelona organitza un concurs de cartells per a una exposició de retrats. Santiago Ferrer i Joan Vallhonrat s'endugueren els premis. A partir

---

<sup>53</sup> Panyella, Vinyet. "Miquel Utrillo i les Arts". Sitges: Ajuntament de Sitges, 2009, p. 25 – 30.

<sup>54</sup> Per tot aquest tema del concurs per Cigarrillos París segueixo la informació que es pot trobar a: *Els concursos de cartells dels Cigarrillos París (1900 – 1901)*. Museu de la Garrotxa: Olot, 2013, p. 10 – 15.

<sup>55</sup> BARJAU, Santi; CALZADA, Arcadi [et al.] *El cartellisme de Ramon Casas: exposició*. Girona: Fundació Caixa Girona, 2006, p. 26 – 28.

dels anys 1907 i 1908 els concursos que s'organitzen no atrauen els artistes i són pocs ells comentaris que la premsa hi dedica.

Pel gener del 1909 l'organisme barceloní Comissió d'Atracció de Forasters<sup>56</sup> organitza un concurs de cartells que es declara desert. Reincideix pel juny del 1909, amb la intenció de promoure el turisme d'hivern a Barcelona mitjançant un concurs, aquesta vegada internacional, amb el lema *Barcelona, ciudad de invierno*. S'hi van donar quatre premis, i es dos primers correspongueren a dos dels cartells modernistes més reeixits dels que es van imprimir a Catalunya; el primer se'l va endur el gran cartellista britànic John Hassall, molt vinculat a Catalunya, arran de la seva relació privilegiada amb Lluís Plandiura, i el segon el va aconseguir el cartellista madrileny Carlos Verger. L'any 1910 l'Ajuntament de Barcelona celebrà una exposició de pintures i dibuixos de retrats antics i moderns per a l'anunci de la qual convocà un concurs de cartells que guanyà Vicenç Borràs Abella. El segon premi se l'emporta Francisco de Cidón. L'any 1911 s'organitzà un concurs de cartells per a l'Exposició Internacional d'Indústries Elèctriques, que s'havia de celebrar a Barcelona l'any 1915 i que no fou convocada a causa de la Primera Guerra Mundial. Els tres premis foren per a tres pintors, Joan Llimona (5.000 pessetes), Dionís Baixeras (2.000 pessetes) i Josep Triadó (1.000 pessetes), que feien uns cartells massa pròxims a la pintura, al·legòrics i acadèmics, però que tenien la preferència dels jurats conservadors dels concursos convocats per l'Ajuntament de Barcelona. Amb el concurs per a la xocolata Amatller, l'any 1914, es clou el període del cartell modernista, que es pot considerar com una època daurada del cartellisme a Catalunya.

Si els concursos van tenir importància per al reconeixement públic del cartell i per l'incentiu que van representar per a una societat que entrava en l'època del consum i de la necessària propaganda dels nous productes industrials mitjançant la publicitat, des del punt de vista quantitatiu només representen la punta de l'iceberg de la producció cartellística catalana entre 1895 i 1907-8. Sabem que en aquests 15 anys es van editar a Barcelona uns 500 cartells que corresponen a l'època del modernisme. Això es deu a l'existència d'uns comitents convençuts i entusiastes, la nova burgesia industrial catalana, la indústria de l'espectacle en plena expansió aleshores, les institucions, etc., però també a un nombre important d'artistes que es van dedicar al cartellisme, i en aquest aspecte els concursos van beneficiar tant els artistes ja consagrats els darrers anys 1890, com Riquer, Casas o Antoni Utrillo, com els principiants, a molts dels quals els va servir per fer-se conèixer, com per exemple Adrià Gual, Francesc Mirabent, Feliu de Lemus, Francisco de Cidón, Josep Triadó, Joan Llaverias, Llorenç Brunet, Xavier Gosé, Joan Vallhonrat, etc. I finalment, aquesta producció no hauria existit sense una indústria de les arts gràfiques moderna i de gran capacitat, la primera d'Espanya, que va muntar uns grans tallers de cromolitografia, entre els quals els més productius pel que fa al cartellisme van ser la casa Henrich & Cia, la impremta més important de Barcelona, la litografia L'Art de la casa Utrillo & Rialp, Joseph Thomas, Riusset, la impremta Barral hnos., que venia de l'establiment litogràfic Gual i Barral, i Enric Aleu.

---

<sup>56</sup> Per tot aquest tema del concurs de *Barcelona, ciudad de invierno*, segueixo la informació que es pot trobar a: *Crits de Paper: joies del cartellisme publicitari*. Barcelona: Palau Robert, 2006. 10 – 17 p.

### 4.3 L'art d'imprimir

Sabem que l'any 1849 hi havien 14 establiments de litografia a la Barcelona intramurs abans del desplegament de la ciutat pel pla que segueix el projecte d'Eixample d'Ildefons Cerdà. L'any 1907 hi havien 75 tallers de litografia, dels quals 39 formarien part d'establiments més grans dedicats també a la impressió tipogràfica, mentre que els 36 restants es dedicarien de forma exclusiva a l'estampació litogràfica. Sabem que hi havien 1.100 obrers i que hi haurien fàbriques de calcomanies, gravadors litògrafs<sup>57</sup>, tallers d'impressió sobre llauna (per a envasos) i, finalment, un taller dedicat a preparar i polir planxes de zinc per a usos litogràfics.

Pel que fa als establiments dedicats a la impressió sobre llauna trobem 6 establiments<sup>58</sup>, entre els quals destaca la casa Rieusset i la badalonina de Gottardo de Andreis. La xifra de litografies a la ciutat de Barcelona augmenta a 97 en l'edició del 1928. La major part dels establiments es trobaven a Ciutat Vella i al sector central de l'Eixample. Sabem els salaris setmanals fixats per aquesta categoria de treballadors, segons les dades de l'Anuari Estadístic de la Ciutat de Barcelona i el Museu Social: un cap de taller litogràfic entre 35 i 60 pessetes, un conductor de màquina de 30 a 45; un transportista també; un premsista de 20 a 30; un toscador de 30 a 50; mentre que les tarifes per als dibuixants litògrafs eren variables. Els aprenents cobraven entre 3 i 15 pessetes setmanals. La jornada era de nou hores i tant hi havien adults com nens<sup>59</sup>. En el camp tècnic del sector de la litografia sembla totalment deutor de l'estranger, amb l'excepció indubtable de petites millores assajades pes maquinistes en l'exercici de la seva activitat<sup>60</sup>.

<<Un fet important és la rapidesa amb què els industrials de Catalunya assimilaren les innovacions tècniques de l'estranger. Com que el nivell cultural i científic del país era tan baix que no consentia la creació de noves formes industrials, com que els capitals que manejava la indústria eren sempre insuficients per dedicar bona part dels beneficis a la recerca tècnica, l'única actitud possible era la de no perdre de vista els avenços i perfeccionaments que es realitzaven més enllà dels Pirineus.<sup>61</sup>>>

Tallers més importants:

#### Ramírez > Henrich > Artes Gráficas

És un dels establiments més antics de la ciutat on es van estampar les primeres mostres de la història del cartellisme català. Va ser fundada per Narcís Ramírez i Rialp fundada el 1846, la seva impremta disposava de 33 màquines, entre tipogràfiques i litogràfiques, a més de seccions de foneria, estereotípia i galvanoplàstia, enquadernació i fabricació de

<sup>57</sup> És a dir, dibuixants freelance no vinculats als tallers.

<sup>58</sup> FONTBONA, Francesc; VIVES, Rosa, ALDEGUER, Nuria [et al.] *El Gravat en el temps : del segle XV als nostres dies: octubre 1991-març 1992*. Girona: El museu DL, 1991, p. 27.

<sup>59</sup> MIRALLES, Francesc. *Sobre el cartellisme català*. Barcelona: Argos, 2002, p. 55.

<sup>60</sup> SUBIRANA, Rosa M. *Els orígens de la litografia a Catalunya*. Barcelona: Biblioteca de Catalunya, 1991, p. 29 – 30.

<sup>61</sup> QUÍLEZ, Francesc. *El cartell modern a les col·leccions del MNAC*. Barcelona: MNAC, 2008, p. 69.

naips. Quan Ramírez i Rialp morí el succeirà Manuel Henrich i Girona, que traspasarà la fàbrica al carrer Corsega 346, un edifici de més grans dimensions<sup>62</sup>. Era una fàbrica formada per soterrani, planta baixa, tres pisos i altell, comptava amb 200 màquines i 800 operaris, entre les diferents especialitats, i estava dotada de dues màquines de vapor amb una força de 120 cavalls. Va ser responsable dels següents cartells: *Exposició Universal de Barcelona* (1888) obra de Josep - Lluís Pellicer; *festes de la Mercè* (1892) de Josep Pascó; *Anís del Mono* (1899) de Casas; *Ja sou de l'Associació Protectora de l'Ensenyança Catalana?* (1922) de Josep Obiols. Un cop Henrich es jubilà passarà a formar part d'Artes Gráficas S.A, que realitzarà els innovadors cartells turístics de Josep Morell dels anys trenta [Fig. 30].

### Bobes

Els tallers de Litografía y Grabado Mecánico Enrique de Bobes van anar canviant d'ubicació al ritme del creixement de les seves activitats. Es trobaven al carrer de l'Aglà 3-5 i va ser fundada per Enric de Bobes l'any 1896. Va ser el primer taller en tenir una màquina òfset a Barcelona, sabem que hi haurien unes 130 en tota Espanya. Es dedicaven al petit imprès publicitari, és a dir, etiquetes, paper de carta, embolcalls entre altres accions. Destaquen els grapats de cartells estampats per Bobes de la Fira de mostres de Barcelona dels anys trenta.

### Affiches Barral + Tipo - Litografía Seix > I.G Seix & Barral Herms

Els germans Barral i el taller de Victorià Seix es van ajuntar en un únic taller especialitzat en treballs litogràfics, però també amb seccions de tipografia i d'altres, en va resultar una de les empreses més actives del primer i segon terç del segle XX. Va agrupar camps com el llibre infantil i escolar, teatrins i d'altres joguines de cartró, l'edició d'art, el petit imprès publicitari i naturalment, en el camp del cartell litogràfic<sup>63</sup>. Alguns dels gravadors van ser: Pere Montanyà Saumell, Pasqual Capuz, Lluís Garcia Falgàs, Joan Seix, Rosa M. Seix, Josep Narro, Lau Miralles, Ricard Giralt Miracle... Destaca la producció de cartells turístics i de les festes de la primavera, també els de la celebració de *l'Exposició Internacional de Barcelona* (1929) obra de Francesc Galí.

### J. Bargaño y Cía.

Fundat l'any 1925 estava especialitzat en calendaris i també feia reproduccions d'art i productes ludicopedagògics per a infants, com ara teatrins, abecedaris o cromos. Aquests darrers posaven en escena temes tòpics de la història d'Espanya, bel·leses de la natura, contes populars, receptes i coneixements útils per a nenes, etc<sup>64</sup>. Destaca els retallables de *Titina y Titín* [Fig. 31], nen i nena proveïts de diversos vestits com l'indi, pallasso... La seva producció de cartells no sembla pas gaire abundant, tot i que se'n coneixen alguns de la Guerra Civil, entre els quals un de destacat és de Josep Renau per al PSUC.

---

<sup>62</sup> PLA, Vicente. *La Ilustración gráfica del siglo XIX : funciones y disfunciones*. València: Universitat de València, 2010, p. 85.

<sup>63</sup> QUÍLEZ, Francesc. *Op Cít.*, p. 72.

<sup>64</sup> PLA, Vicente. *Op Cít.*, p. 55.

## Thomas

Fundada l'any 1876 va tenir diverses ubicacions finalment es va assentar al Carrer Mallorca amb un edifici aixecat per l'arquitecte Domènech i Montaner encara avui dia existents<sup>65</sup>. Es deu a Josep Thomas la introducció del fotogravat i especialment la fototípia, de la qual els seus tallers van ser uns conreadors consumats, no sols en revistes d'art i edicions bellament il·lustrades amb fotografies, sinó també en el camp del cartell, ja que es va encarregar de bona part de la producció de Ramon Casas. El 1890 assajava per primer cop la tricromia<sup>66</sup>.

---

<sup>65</sup> SATUÉ, Enric. *El disseny gràfic a Catalunya. Els llibres de la frontera*. Col·lecció "Coneguem Catalunya". Sant Cugat del Vallès: Arxiu Municipal, 1987, p. 63.

<sup>66</sup>TRENC BALLESTER, Eliseu. *Les arts gràfiques de l'època modernista a Barcelona*. Barcelona: Gremi d'Indústries Gràfiques de Barcelona, 1977, p. 20.

## 5. Ramon Casas i l'art del cartell

Si parlem de Ramon Casas (1866 – 1932) parlem dels 4 Gats. Aquest local no va ser únicament un centre d'exposicions sinó que amb el temps es va convertir en un centre d'esdeveniments culturals. Casas, el 1897 va iniciar la seva faceta com a cartellista amb un cartell per un espectacle d'ombres xineses [Fig. 32] per els Quatre Gats. No va ser fins el 1898 quan va aconseguir un lloc preeminent i consolidat en aquest camp, sobretot gràcies a dues proporcions: la de *l'Anís del Mono* i la del *Champagne Codorniu*. En tots dos casos, com veurem, va seguir la moda europea donant un protagonisme total a la figura femenina<sup>67</sup>. Seran obres on simplifica les formes al màxim, usa colors vius, abandona tipografies curvilínies del modernisme per les de pal sec o romanes, molt més llegibles i treballa a partir de la dona inclús amb mascotes com el mico<sup>68</sup>.

### 5.1 Portades de revistes: *Pèl & Ploma* (1899)

El cartell *Pèl & Ploma* [Fig. 33] parteix d'una publicació de la revista (1899 – 1903) que té el mateix títol. Representa una litografia que va sorgir d'una pintura a l'oli que va realitzar un any abans. A l'obra, apareix una dona estirada sobre coixins verds, vestida amb un llarg vestit negre i un fulard rosa, i descriu aquella dona que Cases volia representar en les seves obres, la dona sofisticada<sup>69</sup>.

La dona sosté uns fulls a la mà esquerra, els quals els està mirant, mentre que a la mà dreta té una ploma i un pinzell que fan referència al nom de la revista. La ploma representa l'escriptura que recull la mateixa revista sobre l'actualitat artística, que redactava Miquel Utrillo. El pinzell simbolitza les litografies que es troben dins la publicació, fetes per Ramon Casas Carbó<sup>70</sup>. Al fons esquerre trobem el títol de la revista, i a la part inferior apareixen altres lletres que ens permeten saber el cost de la revista, 10 cèntims<sup>71</sup>. Tots els subscriptors de la revista, tenien a casa seva aquest cartell. Tant les lletres com la imatge femenina, estan realitzades mitjançant línies rectes. A més, l'elecció de la tonalitat de colors, i la simplicitat de la composició de les formes, permeten la facilitat d'arribar a tothom i comunicar el que s'ha volgut representar.

---

<sup>67</sup> BORNAY, Erika. *Ramon Casas. El otro personaje*. Barcelona: Historia y Vida, 1991, p. 15 – 16.

<sup>68</sup> MARTÍ RAMÓN, Marc (coord.). *Ramon Casas i el cartell*. València: Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat: Diputació de València: Caja de Ahorros del Mediterráneo, 2005, p. 47.

<sup>69</sup> COLL, Isabel. *Ramon Casas. Una vida dedicada al art. Catàleg raonat*. Murcia: de la Cierva, 2002, p. 110.

<sup>70</sup> COLL, Isabel. *Ramón Casas: Museo Camón Aznar de Ibercaja, del 28 de febrero al 8 de abril de 2006*. Zaragoza: Museo Camón Aznar de Ibercaja, 2006, p. 70.

<sup>71</sup> FUENTES, Sergio. “Les exposicions de Pèl i ploma a la sala Parés”, *L'avenç*, núm. 337, juliol 2008, p. 46.



<<S'ha enviat a tots els subscriptors de fora de Barcelona i s'ha començat a distribuir als d'aquí, per rigorós ordre alfabètic, la qual cosa suposa una repartició important d'aquest cartell a Barcelona, però també a París mitjançant els establiments de Sagot i de Boyveau & Chevillet, rue de la Banque, 22, i a Londres, mitjançant els establiments d'Emmile Pelletier, 30 Goodge Street Tottenham Court Road.<sup>72</sup>>>

## 5.2 Sífilis (1900)

Cartell realitzat per el sanatori del Dr. Abreu [Fig. 34], molt efectista i per tant, comercial. En aquest cas Casas manté el seu refinament en el tractament de la figura femenina i en l'al·lusió a la malaltia, que representa metafòricament amb una serp, sense fer cap connotació desagradable. Una proposta bonica, que enquadra acuradament amb un *passe-partout* verd, on emplaça amb lletres modernistes la llegenda publicitària<sup>73</sup>. El cartell és de l'any 1900, abans de la introducció de l'arsefenamina<sup>74</sup>, sabem que abans que aparegués el tractament la incidència de morts era molt alta. Es calcula que afectava entre un 15 i un 20% de la població<sup>75</sup>.

El cartell està dividit en tres parts. La zona superior està ocupada per un títol amb una única referència a la malaltia. La "S" de sífilis (que en realitat recorda a la forma d'una serp, en al·lusió al perill i virulència de la malaltia, que es troba en els indrets més amagats del cos). La zona central està ocupada per la figura d'una dona. Seminua, només coberta parcialment per un mantó de Manila, com altres "chulas" que apareixen en altres cartells com veurem de Casas<sup>76</sup>. La dona apareix en una postura insinuant, oferint una flor amb la seva mà esquerra (podria ser la temptació, tot i que també s'ha interpretat com la esperança de la curació). Mentre que la mà dreta amaga una serp (en forma de "S"), simbolitzant novament la sífilis. La dona apareix desmillorada i pàl·lida, prima i anèmica, amb el cabell despentinat, com una personificació de la malaltia. La tercera zona està ocupada per la llegenda en la que veiem la eficàcia del sanatori (curació absoluta i radical...) i dades sobre la seva direcció<sup>77</sup>.

## 5.3 Cigarrillos París (1901)

L'empresa Cigarrillos París va ser fundada per l'olotí Manuel Malagrida (industrial i promotor de l'Eixample Malagrida d'Olot) qui, després de viure a Barcelona i París, va viatjar a Argentina, on va crear aquesta empresa de tabac. Per donar a conèixer la marca, va convocar dos concursos de cartells publicitaris que van tenir un gran èxit,

---

<sup>72</sup> QUÍLEZ, Francesc. *Op Cít.*, p. 54.

<sup>73</sup> MARTÍ RAMÓN, Marc (coord.). *Op Cít.*, p. 49.

<sup>74</sup> El medicament descobert per Paul Ehrlich l'any 1906 que es podia considerar el primer tractament per la malaltia.

<sup>75</sup> *Crits de Paper: joies del cartellisme publicitari*. Barcelona: Palau Robert, 2006, p. 15.

<sup>76</sup> Com per exemple els de *l'Anís del Mono*, veure punt 5.5.

<sup>77</sup> BARJAU, Santi; CALZADA, Arcadi [et al.] *El cartellisme de Ramon Casas: exposició*. Girona: Fundació Caixa Girona, 2006, p. 25.

sobretot a Europa, on aquest format estava molt de moda. Hi van participar artistes molt destacats i va servir per promocionar-ne d'altres. Més endavant, Malagrida va donar els cartells participants en aquests concursos al Museu de la Garrotxa<sup>78</sup>. La col·lecció consta de 46 cartells d'autors tan destacats com Ramon Casas, Laureà Barrau, Manuel Mayol o Xavier Gosé. El jurat del segon concurs internacional convocat per Cigarrillos París, en què hi van participar 555 cartells, concedí el tercer premi a Casas per un projecte [Fig. 35] molt més afrancesat en el seu tema i en la seva retòrica, per bé que l'autor continua valent-se d'una dama, que en aquesta proposta emmarca en un fons presidit per Montmartre.

Conté una tipografia sinuosa vinculada al modernisme imperant, que li va impedir guanyar el primer premi, d'acord amb la carta que Manual Malagrida, l'empresari d'origen olotí instal·lat a l'Argentina i promotor dels premis, va enviar a Ramon Casas<sup>79</sup>. Sabem que es van fer diferents variacions del cartell però totes amb el lema "los cigarrillos París son los mejores". En el cas del cartell de Casas, veiem a una dona burgesa com la de *Pèl & Ploma*, no una "chula" més popular com la d'*Anís del Mono*. La veiem vestida amb un vestit vermell llarg, un mocador i un barret que indiquen el seu estat social, per així donar més prestigi al producte. Veiem com va triar una figura femenina que mirava a l'espectador mentre fumava una cigarreta, avant un fons de la ciutat de París. D'aquesta manera s'accentuava la coincidència del nom de les cigarretes amb la ciutat francesa i la independència i modernitat de la dona.

#### **5.4 Xampany Codorniu (1898)**

L'any 1898, és l'any dels concursos i Codorniu també en convoca un per a definir la iconografia que l'ha de distingir. Podia participar qualsevol artista espanyol i es concedien premis de 1.500, 500, 250 i 100 pessetes. El primer premi va ser per Julio Tubilla, amb un cartell titulat *Industria*<sup>80</sup>. El segon per a Ramon Casas. Aquest hi participà amb un projecte [Fig. 36] que substitueix la "manola" associada a la dona espanyola per una nova tipologia de dona, moderna, elegant i sofisticada. Malgrat que les seves propostes no guanyen el concurs, sí que aconseguen un segon premi i un premi suplementari i es converteixen en les imatges preferides de la societat barcelonina que té el seu punt de trobada al Liceu.

Utilitza una estratègia diferent a la del cartell d'*Anís del Mono*, en aquí, representa una dama de la societat barcelonina i recorre a la sofisticació per atreure els possibles compradors, un recurs que la publicitat generalitzarà a partir d'aquell moment. És curiós destacar que encara que no va guanyar el primer premi del concurs convocat per Reventós, sí que van ser els més divulgats per l'empresa i els que es van fer més

---

<sup>78</sup> *Els concursos de cartells dels Cigarrillos París (1900 – 1901)*. Museu de la Garrotxa: Olot, 2013, p. 25.

<sup>79</sup> CALZADA, Arcadi; ORENES, Francesc [et al.]. *Els cartells de cigarrillos París*. Girona: Fundació Caixa Girona, 2003, p. 30.

<sup>80</sup> BENABARRE, Lluís. *Cartells i publicitat del cava, 1898 – 1936*. Barcelona: La Sala, 1994, p. 58.

populars. Del projecte de Casas resulta evident que l'autor es va adonar que la finalitat del cartell havia de ser la de promocionar una beguda més elegant i fina que l'anís. Amb aquests cartells cases va ser considerat com el Cheret català<sup>81</sup>. Va sotmetre's intel·ligentment a la llei fonamental del cartell: oferir el màxim efecte amb el mínim de tintes possibles. Efectivament, l'artista només n'utilitza dues o tres, i sempre de colors vius sense que fossin, però, estridents. Tenia en compte la simplicitat de la composició perquè el missatge fos fàcilment assimilable i cridés l'atenció, fins i tot des d'una certa distància, de tot tipus de gent, encara que no tinguessin sensibilitat artística: es tractava d'impulsar l'observador a comprar el producte anunciat. Casas va reconèixer, des del primer moment, que era necessària una extrema síntesi de tots els components del cartell per tal d'intensificar l'assimilació del contingut. Per això, en el cas del cartell de *l'Anís del Mono*, com veurem a continuació va utilitzar la figura del primat que s'assimilava ràpidament amb el nom de la beguda.

### **5.5 Anís del Mono (1898 / 1900)**

El concurs de cartells per anunciar l'Anís del Mono es va convocar a principi de 1898. S'hi van presentar 162 projectes. Aquest considerable nombre de concursants no va ser només pel fet que hi hagués molts artistes a Catalunya que es dediquessin al cartellisme, sinó també a causa de la quantitat que hi havia en premis: 1.000 pessetes per al primer classificat, 500 per al segon i 250 per al tercer<sup>82</sup>. El termini per presentar els originals va ser fixat el dia 16 de març i el dia 31 del mateix mes es va inaugurar l'exposició, a la Sala Parés. La casa Vicente Bosch, elaborava el licor, era el que havia convocat el concurs. Aquest certamen va servir perquè quedés demostrat que els artistes catalans estaven capacitats per realitzar cartells de gran qualitat i amb un caire propi. Entre els participants hi havia apart de Casas, Feliu de Lemus, Riquer, Rusiñol o Utrillo entre altres. Els tres primers dies, només van poder accedir a l'exposició les persones invitades per la Casa Bosch, però a partir de l'endemà i fins al 10 d'abril, l'entrada va ser lliure<sup>83</sup>.

Anís del Mono va ser una empresa pionera en la investigació i també en allò que avui en diríem la imatge corporativa, amb una cura especial pel material publicitari i de promoció. Sabem que la casa elaborava també cava, amb noms afrancesats com ara Excelsior, Sport, Duc de la Croix, que però deixaria de produir arran de la Gran Guerra, com també d'altres aiguardents i licors<sup>84</sup>.

<<Los que tomen parte en el concurso deberán sujetarse a las siguientes:

1. El proyecto no está sujeto a medidas, formas ni figura determinada, quedando en completa libertad el artista para exponer sus ideas; siendo potestativo de la casa

---

<sup>81</sup> COLL, Isabel. *Ramon Casas: una vida dedicada al arte: catálogo razonado*. Murcia: de la Cierva, 2002, p. 112.

<sup>82</sup> CASALS, Nuria. "El cartellisme i l'Anís del Mono", *Revista anuari del Museu de Badalona*, núm. 18, 2000, p. 8 – 9.

<sup>83</sup> QUÍLEZ, Francesc. *Op Cít.*, p. 111.

<sup>84</sup> BARJAU, Santi; CALZADA, Arcadi [et al.] *Op Cít.*, 30.

Bosch el reducirlo a las dimensiones que le convenga, puesto que el objeto principal a que debe destinarse es para anuncio de los establecimientos.

2. Una de las circunstancias que influirán en la elección de los proyectos, será su originalidad.
3. Los señores artistas deberán remitir sus Trabajos por todo el día 15 de marzo próximo a la fábrica de Badalona o al despacho de Barcelona, calle de Baños Nuevos, nº 15, acompañado de pliego cerrado y con el lema correspondiente.
4. Al hacer entrega del pliego que acompañe al proyecto, la casa Bosch librará un resguardo que deberá conservarse para en su día recogerlo en caso de no resultar premiado.
5. Todos los proyectos que se reciban, se expondrán en un local a propósito de la Ciudad de Barcelona durante ocho días, terminados los cuales se procederá a la concesión de premios, continuando la exposición algunos días más, para que se conozca el resultado del concurso.
6. El Sr.Bosch, previamente asesorado por personas de reconocida competencia, procederá a la designación de premios.
7. Quedarán de propiedad absoluta del señor Bosch los proyectos que resultaren premiados, con facultad de poderlos modificar como estime conveniente.
8. Las recompenses se harán efectives a los quince días del fallo, en la citada Sucursal de Barcelona, Baños Nuevos, 15, considerándose caducado el derecho al cobro transcurridos seis meses al del concurso.
9. Los cartel·les no premiados seran devueltos a sus autores, mediante la presenttación del correspondiente resguardo, en la citada Sucursal de Barcelona, y se cinsiderarán abandonados los que no sean recogidos transcurrido un mes de la fecha del cierre del concurso.
10. El Sr.Bosch quedará facultado para reproducir y publicar en fotograbado o fototípia los proyectos que se presentaren a concurso a excepción de los que sus autores manifiesten en nota escrita en el sobre del pliego su disconformidad.
11. El que suscribe se considerará muy honrado si los señores artistas espanyoles concurren a su primer certamen, en el cual si no puede animarles lo modesto de los premios ofrecidos puede servirles de estímulo la idea que abriga de protección al arte nacional, por considerar que en España no faltan artistas de ingenio y condiciones bastantes para satisfacer los deseos de los Industriales más exigentes.

Badalona, 1º de enero de 1898. VICENTE BOSCH.<sup>85</sup>>>

---

<sup>85</sup> QUÍLEZ, Francesc. *Op Cít.*, p. 85.

Casas va presentar 4 composicions basades en figures femenines: tres vestides de “chula” i l’altre amb barret i esclavina; aquesta ultima estava asseguda al costat d’una taula a la platja, i, de manera elegant aixecava el vel del seu barret per beure la seva copa de licor d’anís. Els seus cabells foscos destacaven sobre el fons blau del mar i el color ocre de l’arena. Pel que fa als altres 3 projectes, n’hi havia un en el qual la protagonista estava d’esquena i portava una faldilla vermella i verda amb un mantó rosa amb tons blancs, que es titulava *Con una falda de percal planchá* [Fig. 37]. En un altre, titulat *Dios los cría y ellos se juntan*, la noia portava un vestit blau amb un mocador blanc i negre, sobre un fons groc, aixecava amb una mà una ampolla del licor i amb l’altra aguantava una safata on hi havia una mona asseguda a la gatzoneta.

En el tercer, la “chula” [Fig. 38] portava una mona agafada de la mà, anava vestida de negre, amb un mantó groc brodat i amb serrells blancs, que contrastaven amb el blau intens del fons, i el títol del cartell era *Mono i Mona*. Va obtenir el primer premi i a més dos accèssits amb aquest últim cartell. A partir d’aquest moment tothom reconeixia Casas amb les noies d’amplis mantons de Manila<sup>86</sup>. En relació amb l’ornamentació de la roba de la “chula”, el desembre del 2012 al Museu del Vestit de Madrid<sup>87</sup> es va realitzar una exposició dedicada al mantó de Manila<sup>88</sup>, on es podia veure l’exemplar utilitzat pels cartells de Casas.

Pel que fa a la figura del mico, prové del mateix Vicenç Bosch que en tenia un tancat en una gàbia que els clients podien veure quan hi anaven a comprar<sup>89</sup>.

<<La tria d’un mico amb cara humanoide ha estat objecte de debat: alguns l’atribueixen al darwinisme del Sr. Bosch; d’altres, més encertadament al nostre parer, hi veuen la ridiculització pròpia del conservadorisme i les idees religioses imperants, d’aquella teoria, donada, entre altres coses, la semblança amb la cara del mateix Darwin: una semblança que trobem també en diverses il·lustracions de l’època, com ara a Anís el León [Fig. 39]. Casas, recordem-ho aquí, no hi dóna aquesta personalització i opta per una visió més figurativa<sup>90</sup>.>>

El guanyador va ser *Mono y mona*, el segon premi se’l va endur Alexandre de Riquer amb un cartell sense micos, que es va reproduir en format de postal i no se’n coneix cap d’imprès com a cartell<sup>91</sup>. Casas hi va tenir també dos accèssits, sempre amb la imatge de la “chula”, tan utilitzada per ell i els autors modernistes de l’època, acompanyant el

---

<sup>86</sup> ARTIGAS, Jordi. *El temps de Ramon Casas en cartells* [en línia]. Barcelona: El núvol. Sa Il·lustríssima, 2016. [Consulta: febrer 2017]. Disponible a: <<https://www.nuvol.com/noticies/el-temps-de-ramon-casas-en-cartells/>>.

<sup>87</sup> Museo del Traje. *Anís del Mono: un cartel histórico de Ramon Casas* [en línia]. Madrid: Centro de Investigación del patrimonio etnológico, 2012. [Consulta: febrer 2017]. Disponible a: <[http://www.mcu.es/cultura20/web/guest/agenda/cultural/mcu/listado/detalle?p\\_p\\_id=MCU\\_AGENDA\\_13&p\\_p\\_lifecycle=0&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-2&p\\_p\\_col\\_pos=1&p\\_p\\_col\\_count=2&p\\_r\\_p\\_564233524\\_event=325384](http://www.mcu.es/cultura20/web/guest/agenda/cultural/mcu/listado/detalle?p_p_id=MCU_AGENDA_13&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&p_r_p_564233524_event=325384)>

<sup>88</sup> El “mantón de Manila” és una peça de roba associada al port de Manila (Filipines), però d’origen xinès. Brodada a mà, aquestes robes van ser un símbol de les relacions entre Espanya i l’Orient i representants de la cultura espanyola, associades ràpidament al folklore andalús.

<sup>89</sup> QUÍLEZ, Francesc. *Op Cít.*, p. 79.

<sup>90</sup> QUÍLEZ, Francesc. *Op Cít.*, p. 80.

<sup>91</sup> QUÍLEZ, Francesc. *Op Cít.*, p. 87.

mico. Els cartells van ser impresos per Henrich & Cia., una casa especialitzada en impressions de gran format. El veredict del concurs va ser publicat pel Sr. Bosch als diaris del país el 6 d'abril de 1898.

La figura de la "chula" amb el mantó de Manila aporta una formes popular i tradicional de vestir que serviria i encara avui dia ha servit per identificar la imatge publicitària del producte<sup>92</sup>. En són una mostra els exemples següents: al carrer Provença amb Pau Claris hi havia un rètol esmaltat de grans dimensions d'Anís del Mono amb fons blau, també podem veure un a Can Murrià, al carrer València [Fig. 40] el guanyador, segurament un dels millors d'Europa<sup>93</sup>.

Vicenç Bosch va ser un home creatiu pel que fa a la publicitat del seu producte, no solament per haver convocat el concurs o haver registrat les marques, sinó també per haver utilitzat tota mena de mitjans al seu abast. En són exemples el quiosc de begudes que encarrega al reconegut arquitecte Puig i Cadafalch i la seva botiga al carrer Ferran de Barcelona, obra de Salvador Alarma, el millor escenògraf de l'època; la participació en fires internacionals amb els seus estands i a les rues de Carnaval. En tots els casos hi apareix el mico, representat sovint en tres dimensions i de forma prominent. Destaquem també el disseny de les ampolles, probablement tret d'un perfum francès, obsequi de Vicenç a la seva dona arran d'un dels viatges a París. L'ampolla tenia forma quadrada, però ell la va preferir rodona.

D'altra banda, el producte es presentava amb ampolles de diverses mides i formes, fins i tot en la petaca o els famosos "frasquitos"<sup>94</sup>. Actualment, encara s'utilitza l'ampolla endiamentada, que van copiar molts elaboradors i amb què encara avui dia alguns volen confondre l'usuari aprofitant-se de la tant reconeguda marca Anís del Mono. He de dir també que els primers rètols lluminosos de l'estat els va instal·lar la firma a Madrid i Barcelona<sup>95</sup>.

<<La projecció a nivell internacional d'aquest cartell de Casas el va portar a ser un dels màxim cartellistes del seu temps, del nivell de Cheret, Mucha, Toulouse – Lautrec, Grasset, Privat Livemonet i Steilen, etc. Actualment, a les diferents cases de subhastes de París o Londres aquest cartell és un dels més cotitzats i se n'han arribat a pagar més de 15.000 euros. Això demostra que després de més de 100 anys continua sent una icona irrefutable del nostre país.<sup>96</sup>>>

---

<sup>92</sup> Museo del Traje. *Anís del Mono: un cartel histórico de Ramon Casas* [en línia]. Madrid: Centro de Investigación del patrimonio etnológico, 2012. [Consulta: febrer 2017]. Disponible a: <[http://www.mcu.es/cultura20/web/guest/agenda/cultural/mcu/listado/detalle?p\\_p\\_id=MCU\\_AGENDA\\_13&p\\_p\\_lifecycle=0&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-2&p\\_p\\_col\\_pos=1&p\\_p\\_col\\_count=2&p\\_r\\_p\\_564233524\\_event=325384](http://www.mcu.es/cultura20/web/guest/agenda/cultural/mcu/listado/detalle?p_p_id=MCU_AGENDA_13&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&p_r_p_564233524_event=325384)>

<sup>93</sup> QUÍLEZ, Francesc. *Op Cít.*, p. 90.

<sup>94</sup> TRENC BALLESTER, Eliseu. *Ramon Casas, grafista modernista*. Barcelona: Centre Cultural del Palau de la Virreina, 1982, p. 53.

<sup>95</sup> QUÍLEZ, Francesc. *Op Cít.*, p. 99.

<sup>96</sup> QUÍLEZ, Francesc. *Op Cít.*, p. 103.

## 6. Els cartells de Ramon Casas en relació amb altres artistes del cartell

Jules Chéret va ser el creador d'innovar i portar els cartells al carrer, a partir d'ell el seguiran tot un ampli ventall d'artistes que partiran de la mateixa base i aniran progressant la tècnica amb el pas del temps. Si ens fixem en els cartells del geni francès busquen el divertiment, la festa, allò popular... tot això ho aconsegueix amb les "chérettes" i utilitzant un missatge clau que anuncia el producte o espectacle. Ho veiem per exemple a: *El Dorado* (1894); *Folies Bergère* (1893) i *Alcazar d'Éte* (1890). Ramon Casas també va utilitzar elements populars, però hi ha excepcions, ens trobem que segons la demanda del producte utilitza unes característiques més burgeses amb ambients i vestimentes més refinades.

A diferència de Chéret no utilitza colors alegres i cridaners com el groc o vermell per captar més l'atenció, sinó que té una gamma cromàtica variada segons allò que s'anuncii. En quant a qüestions més tècniques, Casas va seguir els passos de Chéret pel que fa a la impressió, doncs els cartells eren de tant grans dimensions fins arribar als 2.31 m. d'alçada que la imatge devia ser impresa per seccions i després ser ajuntada sobre la paret o el suport final. Ramon Casas va seguir el mateix model amb *Con una falda de percal planchá* (1898) o *Anís del Mono* (1900). Si que m'agradaria destacar que hem vist que en l'època de Casas i en concret a Catalunya hi havien gran quantitat de concursos que les grans marques patrocinaven, en canvi, a la França de Chéret, es regien per contractes amb un únic artista.

La rendició de la figura femenina en *Pèl & Ploma*, l'ambient parisenc de *Cigarrillos París*, els mantons de Manila d'*Anís del Mono* i *Sífilis...* ens poden portar a parlar de l'essència que desprenien les dones d'Alfons Mucha. Sí és cert que en l'obra de Casas són figures molt més esquemàtiques, sense tanta decoració ni arabescos, potser un dels cartells més decorats en l'àmbit català seria un realitzat per *l'Ajuntament de Barcelona* de Riquer [Fig. 41]. De la mateixa manera que Chéret, realitzarà impressions de més de 2 m. d'alçada a la litografia Lemercier. Obtindrà trets característics com la llarga cabellera de les dones que també podem veure amb Eugene Grasset (1845 - 1917), artista francès que seguirà la tendència bizantina de Mucha.

Les dones de Casas són temporals, ens transmeten a una realitat directe de la Barcelona modernista. En canvi, l'artista txec ens deixa com en una realitat paral·lela, com en uns llimbs atemporals. En Mucha, es dona molta més importància a la dona<sup>97</sup> que no pas al producte, també podria passar això amb Lautrec que ens representa més ambients nocturns. Casas aconsegueix la síntesi perfecte entre la dona i allò que promociona, no hi ha cap tipus de desequilibri. Probablement per aquest motiu, fou el guanyador de la

---

<sup>97</sup> Mucha pot realitzar una pròpia transformació de les "chérettes" de Chéret en els seus cartells.

majoria de concursos que es presentava del territori i el major cartellista amb més èxits.

Seguint amb la línia de la utilització de l'arabesc, Leonetto Capiello seguirà els passos de Mucha i Chéret. Però si que m'agradaria destacar que es desvincula d'aquest preciosisme i ambientació del cartell, i utilitza els grans recursos de la publicitat que encara avui dia estan en ple auge. Com vaig apuntar, les seves composicions es caracteritzen per un fons negre o d'un sol color i la imatge que promociona el producte. Amb aquest aspecte veig grans paral·lelisme amb el que Casas farà uns anys més tard en gran part dels seus cartells. Ludwig Hohlwein seguirà el mateix camí, cartells que obeeixen la seva funció que és: promocionar-se de manera clara i concisa, sense cap tipus de distracció.

Amb això com veiem es poden diferenciar dos grans blocs, uns cartells de caire més artístic o en una fase més experimental i on encara la publicitat i la demanda no exigien tant com serien els de Manet, Chéret, Mucha o Grasset. Per altre banda, ens trobem amb uns cartells molt més moderns que segueixen com hem vist els mateixos criteris publicitaris que avui dia veiem com podrien ser els de Casas, Ludwig Hohlwein o Cassandre (1901 - 1968). Aquest últim grup, es troba tant a l'ordre del dia com per exemple els cartells de Milton Glaser [Fig. 42] (1929 - NY) on tornem a veure una imatge que promociona el producte, un missatge sobre aquest, tot en colors vius i sense cap tipus de degradació o volum. Són composicions bastant simples, però, com han de ser, doncs si estan exposades pels carrers de Nova York o qualsevol altre ciutat, es necessita un missatge ràpid i clar.

Un artista que personalment es troba entre els dos grups anomenats anteriorment és Toulouse – Lautrec. Com hem pogut veure retrata ambients de la nit parisenca de finals del segle XIX, però tampoc dona una importància primordial al producte que anuncia sinó que fa com una fusió dels dos. Doncs Retracta prostitutes com en la seva sèrie *Elles* o bé altres cartells promocionant teatres o diferents espectacles de la capital francesa. Casas podria seguir aquesta línia, però des del meu punt de vista es posiciona més cap a una vessant més publicitària. Pel que fa a la producció, Jules Chéret va produir més d'un miler, la trentena de cartells que va realitzar Lautrec no són tants, però són obres de gran força i originalitat, que és considerat de forma unànime el representant més brillant d'aquest mitjà artístic. Toulouse es caracteritzava per produir molts cartells però a un preu molt baix. A diferència de Ramon Casas que, produïa gran quantitat de cartells però a un preu molt elevat com em vist en l'apartat dels concursos. Casas mai va retratar en els seus cartells la classe més baixa i marginada de la societat, sinó que sempre va retratar en relació a la seva funció publicitària dels productes una classe burgesa. A nivell de producció, Casas en va produir molt més que no pas l'artista francès doncs només va fer-ne 30 cartells diferents.



En relació a la tècnica, Lautrec utilitzava l'aiguafort, però preferia la litografia. En canvi, Casas utilitzava només per els seus cartells la litografia i la fototípia en alguns casos. Les litografies cobraven vida després d'innombrables estudis preparatoris. El camí passava per esbossos ràpids, dibuixos minuciosos, estudis en aquarel·la, oli o tremp – per lo general sobre cartró - fins i tot de vegades es feien quadres sencers preparatoris sobre llenç. De la mateixa manera, Casas també realitzava molts esbossos preparatoris i fins i tot com en el cas de *Pèl & Ploma* en va realitzar un quadre prèviament. Un fet rellevant és que Lautrec utilitza la fotografia en els seus cartells, diferents plans i enquadraments que no havíem vist fins aleshores, Casas també adoptarà aquesta nova manera de fer més moderna. Com he comentat abans amb Mucha, al ser de tant grans dimensions amb Lautrec s'havien d'utilitzar varies pedres (inclús fins 3), veiem que serà un recurs que s'anirà utilitzant alhora de realitzar la impressió.

## 7. Conclusions provisionals i possibles vies d'investigació

Influenciat per la manera de fer dels grans mestres, Ramon Casas esdevingué una figura excepcional que donà un nou concepte, estètic, original i rejuenit del cartellisme català. Al final d'aquest treball hem pogut descobrir la figura de Ramon Casas, en concret dels seus cartells en relació a altres artistes del cartell. El punt clau ha sigut començar a estudiar la situació del cartell a Europa i Catalunya a finals de segle. Per així anar-nos endinsant fins arribar als artistes comentats anteriorment i veure la relació de Casas amb els altres protagonistes.

Seguint l'estudi realitzat, constato que la tecnologia litogràfica va permetre grans tiratges de cartells en formats grans i colors vistosos. Els grans artistes, atrets pel nou mitjà d'expressió, pels diners de la publicitat o per ambdues coses, van entrar en el món del cartellisme publicitari i, més endavant, del disseny publicitari. La llibertat creativa del cartell, pel contrast amb la política restrictiva dels editors dels diaris, que limitaven el contingut dels anuncis: no s'hi podien incloure il·lustracions i volien normativitzar-los de manera que fossin similars. Trencant aquesta política, els cartells van tenir una llibertat total a tota Europa esdevenint veritables obres d'art, totes elles plenament originals i úniques. També cal destacar que la baixa alfabetització de la població feia que els cartells, basats en grans il·lustracions i poques lletres ben visibles, facilitessin l'accés a la informació. És a dir, eren com un antecedent dels mitjans de comunicació de la segona meitat del segle XX.

El treball m'ha permès veure les diferents maneres de treballar de cada artista, els diferents sistemes d'impressió, tècniques, i les preferències per uns temes i unes maneres de fer davant d'uns altres. Relacionat amb això he pogut veure com Casas aprofità les influències de cada artista i les va adaptar al seu terreny personal. Pel que a la impressió i tècnica utilitzaven els mateixos criteris, però sí que he pogut veure més variacions en les temàtiques i composicions. Cal destacar les influències de cada artista propi que porta en el seu bagatge i coneixements, això ho aplicaran d'una manera u altre a les seves obres. Sabem que Chéret o Mucha van viatjar molt més que no pas Hohlwein o Cappiello. Pel que fa a les limitacions del treball, he tingut un fàcil accés als cartells més coneguts com Anís del Mono, però per sorpresa meva m'ha sigut més complicat poder accedir a informació específica i concreta com els tiratges de cada planxa, els concursos, requisits d'aquests o els premis i accèssits que van obtenir. Tot i així, he aconseguit molta informació gràcies a l'ajut del Departament de Patrimoni i Cultura que em van facilitar exemplars de llibres i articles més concrets.

Per altra banda, com comentava en el punt anterior, al final del treball he proposat una classificació establint dos grans grups de cartellistes. Tot i que això no ho he trobat a cap llibre ni manual, he deduït després del meu estudi que hi ha un grup més artístic o experimental que serien els cartells de Manet, Chéret, Grasset o Mucha. Són autors que no segueixen unes lleis de la publicitat tant estrictes com les que podem trobar amb Ramon Casas. De fet, en la majoria de contractes es cita el tema a representar, però no hi ha cap tipus de condicions i requisits com veurem més endavant. Per altra banda, ens trobarem amb aquests cartells que comento de la mà de Hohlwein, Cassandre, o Casas. Composicions simples però que es regeixen a les normes publicitàries, i que ens

transmeten un missatge directe i clar, sense cap tipus d'atmosfera decorativa com podríem trobar amb Chéret.

També he pogut demostrar que els cartells de Ramon Casas compleix totes les funcions que ha de tenir un cartell, fet que no podria dir dels altres artistes estudiats. Així doncs veiem la funció estètica, doncs tots tenen en ells una bellesa intrínseca; la creativa, ja que tots ells són diferents e innovadors; la pública i urbana, perquè es converteix en un element de l'escenari urbà. De desig, doncs amb el producte per exemple de *Codorniu* busquem l'evasió de lo quotidià, el prestigi, el luxe... És com un antídote de la realitat, una porta oberta cap a la fantasia que ens presenta, un univers utòpic on tot és harmoniós i fàcil. Per tant, aporta una compensació a les frustracions de la vida en societat i permet al individu evadir-se dels models tradicionals d'existència. És a dir, proposa una solució mecanicista de la felicitat. També té una funció educadora, doncs és molt més complex que la venda d'un producte ja que modifica la nostre sensibilitat i la nostre manera de reaccionar amb l'entorn com per exemple amb el cartell de *Sífilis*.

Casas és un artista que s'allunya d'allò establert per a realitzar allò original e innovador. Va refusar els llenguatges plàstics i els temes iconogràfics proposats per la tradició i va crear unes obres admirables que es caracteritzen pel color i l'atmosfera, seguint els passos dels seus mestres francesos Chéret i Toulouse – Lautrec. Catalogar a Ramon Casas només com “artista del modernisme” potser és simplificador, doncs penso que tot el que va aportar tant a nivell temàtic com tècnic no es pot catalogar només dintre d'aquest moviment artístic. Casas va ser un promotor cultural, sobretot en el desenvolupament dels Quatre Gats i la revista *Pèl & Ploma*. També cal destacar el seu virtuosisme en el món del cartell i la seva capacitat per absorbir diferents estils de diferents artistes, i que, com hem vist els va adaptar en la seva trajectòria de manera brillant.

## 8. Annex

Fig. 1: Édouard Manet, *Champfleury – Les Chats* (1869)

### CHAMPFLEURY – LES CHATS



Un volume illustré, Prix 5 Francs  
En Vente ici.

Fig. 2: Jules Chéret, *Bal Valentino* (1869)



**Fig. 3, 4 i 5:** Jules Chéret, *El Dorado* (1894); *Folies Bergère* (1893) i *Alcazar d'Été* (1890)



**Fig. 6:** Alfons Mucha, *Gismonda* (1894). Litografía en color (216 x 74.2 cm)



**Fig. 7:** Alfons Mucha, *Cigarrillos Job* (1897)

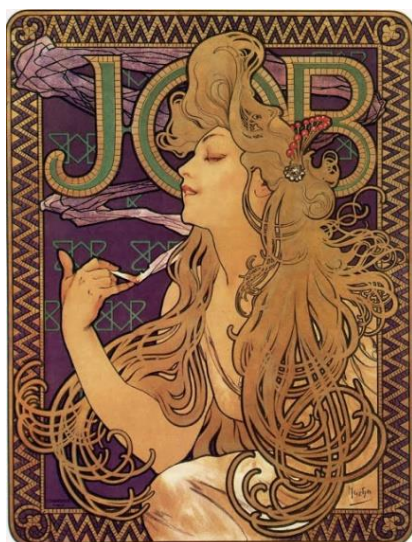






Fig. 8: Alfons Mucha, *La primavera desperta en el Mediterrani* (1897)

Fig. 9: Alfons Mucha, *Bleu Deschamps* (1898)

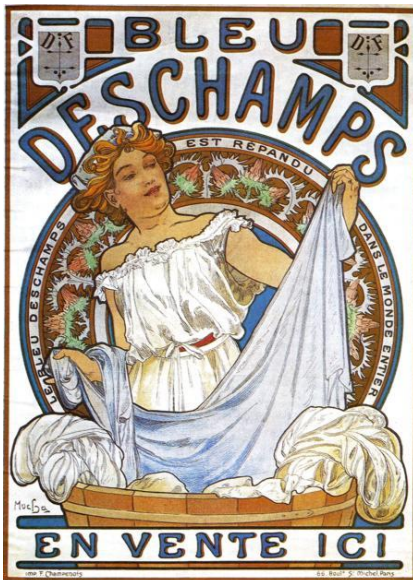


Fig. 10, 11 i 12: Leonetto Cappiello, *Pâtes Ferrari* (1904); *Bitter Campari* (1920) i *Kub* (1931).



**Fig. 13:** John Hassall, *The Mummy* (1901). Litografía en color sobre paper (76 x 50 cm)



**Fig. 14 i 15:** Ludwig Hohlwein, *Schokolade Pralinen* (1928); *Mercedes* (1926)



**Fig. 16:** Toulouse – Lautrec, *Elles* (1896)

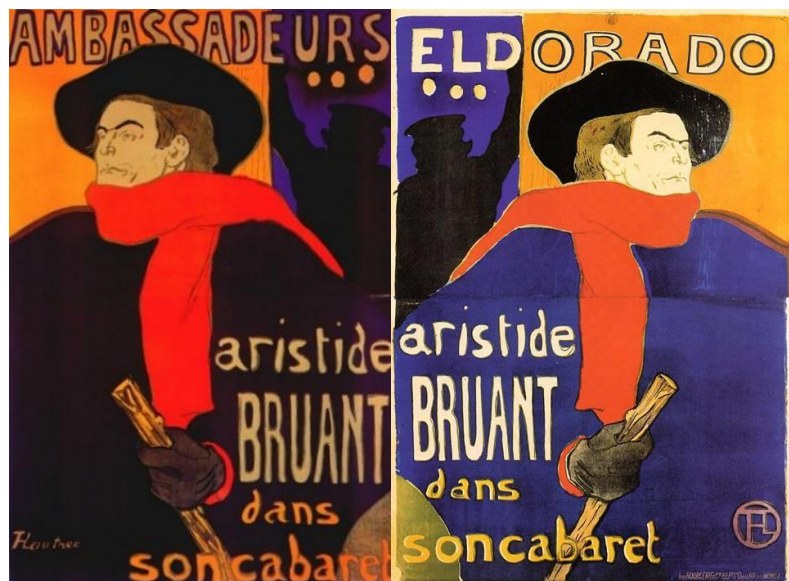




**Fig. 17 i 18:** Toulouse – Lautrec, *La Gouloue al Moulin Rouge* (1891) litografia a pinzell i crachis; en 4 colors (189.99 x 116.51 cm) Musée de la Publicité (París); i *Ball en el Moulin Rouge* (1889), pintura a l'oli (115 x 150 cm), Museum of Art (Filadèlfia)

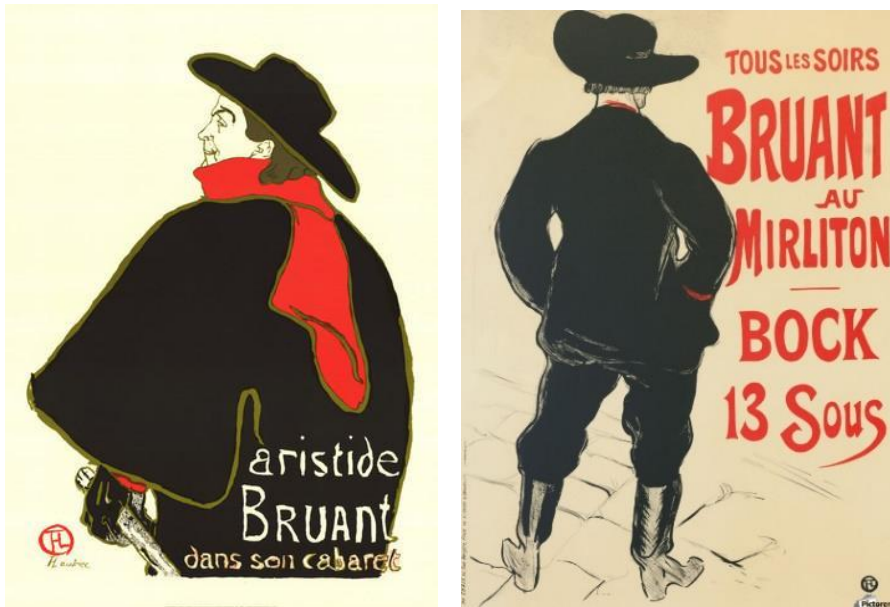


**Fig. 19 i 20:** Toulouse-Lautrec, *Ambassadeurs*, Aristide Bruant (1892), Litografia a pinzell i crachis en sis colors (132.9 x 91 cm) Musée Toulouse – Lautrec (Albí); i *El Dorado*, Aristide Bruant (1892), litografia a pinzell i crachis, en sis colors (138 x 96 cm) Musée d'Ixelles (Brussel·les)





**Fig. 21 i 22:** Toulouse Lautrec, *Aristide Bruant dans son cabaret* (1893), litografia a pinzell i crachis en quatre colors (127 x 92.5 cm) Musée d'Ixelles (Brussel·les). *Bruant au Mirliton* (1893), litografia al carbonet, pinzell i crachis, en quatre colors (81 x 59.5 cm) Musée d'Ixelles (Brussel·les)



**Fig. 23 i 24:** Toulouse – Lautrec, *Divan Japonais* (1893) Litografia al carbonet, pinzell i crachis, amb trama litogràfica, en quatre colors (80 x 60 cm) Musée d'Ixelles (Brussel·les). Edgar Degas, *L'orchestre de l'Opéra* (1869) Oli sobre tela (56.5 x 46 cm) Musée d'Orsay (París)



**Fig. 25 i 26:** Toulouse – Lautrec, *Jane Avril* (1893) Litografia a pinzell sobre tres colors en tres pedres (128 x 94 cm) Art Museum San Diego. *Jane Avril* (1899) Litografia a pinzell, en quatre colors sobre tres pedres (54.5 x 36 cm) Musée d'Ixelles (Brussel·les)



**Fig. 27:** Toulouse Lautrec, *La gitane* (1899) Litografia al carbonet, pinzell i crachis, en cinc colors sobre quatre pedres (91 x 63.5 cm) Bibliothèque Nationale (París)



**Fig. 28:** Lluís Labarta, Col. S.A. *El Tibidabo* (99 x 70 cm)

**Fig. 29:** Miquel Utrillo, *La fada* (1897)



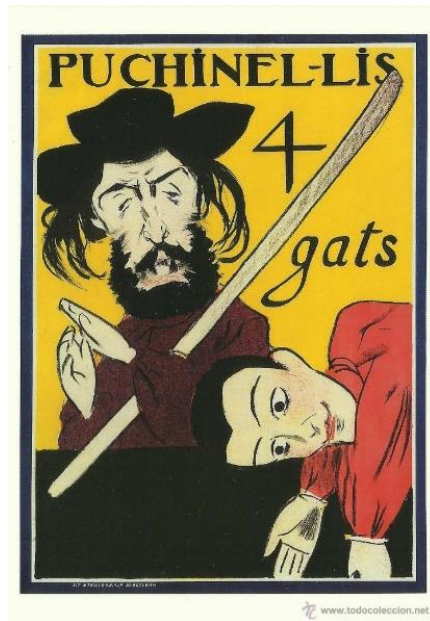
**Fig. 30:** Josep Morell, *Santander* (1930)



**Fig. 31:** J. Barguño y Cía. *Titina y Titin* (1929)



**Fig. 32:** Ramon Casas, *Puchinel·lis 4 Gats* (1899) Cromolitografia sobre paper (53.5 x 39 cm) Utrillo & Rialp, Col·lecció Marc Martí.



**Fig. 33:** Ramon Casas, *Pèl & Ploma* (1899) Litografia (62 x 88 cm) Museu Abelló (Mollet del Vallés)



**Fig. 34:** Ramon Casas, *Sífilis* (1900) Fototípia (80 x 34.3 cm) J. Thomas. MNAC

**Fig. 35:** Ramon Casas, *Cigarrillos París* (1901) Dibuix fet amb llapis, conté pastel i tinta sobre paper (130 x 90 cm) Museu Comarcal de la Garrotxa (Olot)



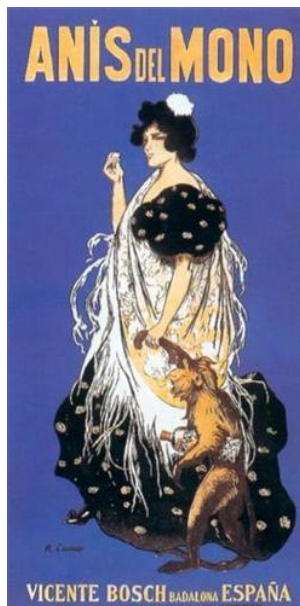
**Fig. 36:** Ramon Casas, *Xampany Codorniu* (1898) Litografia sobre paper (55.8 x 81.4 cm) Donació casa Codorniu 1982, MNAC.



**Fig. 37:** Ramon Casas, *Con una falda de percal planchá* (1898) Litografía (218 x 111 cm) Lit. Henrich & Cía. Barcelona. Col·lecció Marc Martí. Y *Dios los cría y ellos se juntan* (1898) Litografía (51 x 27 cm) Lit. Henrich & Cía. Barcelona. Col·lecció Marc Martí.



**Fig. 38:** Ramon Casas, *Anís del Mono* (1900) Litografía (225 x 110.5 cm) Col·lecció Marc Martí.



**Fig. 39:** Anís el León, Manuel de Argueso (Jerez)



**Fig. 40:** Can Murrià, casa de queviures al C/ València.



**Fig. 41:** Alexandre de Riquer (1856 - 1920), 3ª Exposició de Belles Arts e Indústries Artístiques (1896). MMBCN



**Fig. 42:** Milton Glaser (1929 – NY)



## Bibliografia

- ADRIANI, Götz. *Toulouse-Lautrec: obra gràfica completa*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- ARNOLD, Matthias. *Henri de Toulouse – Lautrec. El teatro de la vida*. Koln: Taschen, 1987.
- BARJAU, Santi; CALZADA, Arcadi [et al.] *El cartellisme de Ramon Casas: exposició*. Girona: Fundació Caixa Girona, 2006.
- BARNICOAT, Joan. *Los carteles. Su historia y lenguaje*. Madrid: Gustavo Gili, 1999.
- BARRAL, Xavier; ALCOY, Rosa [et al.] *Arts del llibre : manuscrits, gravats i cartells*. Barcelona: L'isard, 2000.
- BENABARRE, Lluís. *Cartells i publicitat del cava, 1898 – 1936*. Barcelona: La Sala, 1994.
- BORNAY, Erika. *Ramon Casas. El otro personaje*. Barcelona: Historia y Vida, 1991.
- BOURET, Jean. *Toulouse – Lautrec*. Barcelona: Daimón, 1968.
- CALZADA, Arcadi; ORENES, Francesc [et al.]. *Els cartells de cigarrillos París*. Girona: Fundació Caixa Girona, 2003.
- CASALS, Nuria. “El cartellisme i l’Anís del Mono”, *Revista anuari del Museu de Badalona*, núm. 18, 2000. 2 - 12 p.
- COLL, Isabel. *Ramon Casas: una vida dedicada al arte: catàlogo razonado*. Murcia: de la Cierva, 2002.
- COLL, Isabel. *Ramón Casas : Museo Camón Aznar de Ibercaja, del 28 de febrero al 8 de abril de 2006*. Zaragoza: Museo Camón Aznar de Ibercaja, 2006.
- Crits de Paper: joies del cartellisme publicitari*. Barcelona: Palau Robert, 2006. 1 – 17 p.
- Els concursos de cartells dels Cigarrillos París (1900 – 1901)*. Museu de la Garrotxa: Olot, 2013.
- ENEL, Françoise. *El Cartel: lenguaje, funciones y retórica*. Valencia: Fernando Torres, 1977.
- FONTBONA, Francesc. *Casas*. Col·lecció Gent nostra. Barcelona: Edicions de nou art Thor, 1979.



FONTBONA, Francesc i MIRALLES, Francesc. *Del Modernisme al Noucentisme 1888-1917*. Història de l'Art Català. Volum VII. Barcelona: Edicions 62, 1985.

FONTBONA, Francesc; VIVES, Rosa, ALDEGUER, Nuria [et al.] *El Gravat en el temps : del segle XV als nostres dies: octubre 1991-març 1992*. Girona: El museu DL, 1991.

*From Manet to Toulouse – Lautrec. French lithographs 1860 – 1900*. Londres: British Museum Publications, 1978.

FUENTES, Sergio. “Les exposicions de Pèl i ploma a la sala Parés”, *L'avenç*, núm. 337, juliol 2008. 46 – 51 p.

GALLEGO, Julián; GIRALT – MIRACLE, Daniel [et al.] *Toulouse-Lautrec: obres del Museu d'Albi: cartells, dibuixos, litografies, pintures...* Barcelona: Caixa de Barcelona. Obra Social, 1985.

JARDÍ, Enric. *El Cartellisme a Catalunya*. Barcelona: Destino, 1983.

JULIEN, Édouard. *Toulouse-Lautrec: cartels*. Barcelona: Gili, 1965.

MARIANOVICH, Ana. *Grandes maestros de la pintura: Toulouse Lautrec*. Barcelona: Altaya, 2001.

MARTÍ RAMÓN, Marc (coord.). *Ramon Casas i el cartell*. València: Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat: Diputació de València: Caja de Ahorros del Mediterráneo, 2005.

MATTHIAS, Arnold. *Henri de Toulouse – Lautrec*. Hamburgo: Benedikt Taschen, 1987.

MIRALLES, Francesc. *Sobre el cartellisme català*. Barcelona: Argos, 2002.

PANYELLA, Vinyet. *Miquel Utrillo i les Arts*. Sitges: Ajuntament de Sitges, 2009, p. 17-49.

PLA, Vicente. *La Ilustración gráfica del siglo XIX : funciones y disfunciones*. València: Universitat de València, 2010.

QUÍLEZ, Francesc; FERRAZ, Eva [et al.] *Toulouse-Lautrec : l'origen del cartell modern : col·lecció del Musée d'Ixelles de Brussel·les*. Barcelona: Museu Nacional d'Art de Catalunya, 2006.

QUÍLEZ, Francesc. *El cartell modern a les col·leccions del MNAC*. Barcelona: MNAC, 2008.

RENNERT, Jack. *The Posters of Cappiello*. New York: The Poster Art Library, 2004.

ROGER-MARX, Claude. *Les lithographies de Toulouse-Lautrec*. Paris: F. Hazan, 1948.

SANTOS, Ramón. *El cartel*. Barcelona: Argos, 1949.

SALA, Teresa M. *Barcelona 1900*. Barcelona: Lunweg, 2007.

SALOM, Manel. “El cartel en Cataluña”, *D’art*, núm. 5, 1979. 78 – 100 p.

SATUÉ, Enric. *El disseny gràfic a Catalunya. Els llibres de la frontera*. Col·lecció “Coneguem Catalunya”. Sant Cugat del Vallès: Arxiu Municipal, 1987.

SUBIRANA, Rosa M. *Els orígens de la litografia a Catalunya*. Barcelona: Biblioteca de Catalunya, 1991.

TRENC BALLESTER, Eliseu. *Les arts gràfiques de l’època modernista a Barcelona*. Barcelona: Gremi d’Indústries Gràfiques de Barcelona, 1977.

TRENC BALLESTER, Eliseu. *Ramon Casas, grafista modernista*. Barcelona: Centre Cultural del Palau de la Virreina, 1982.

ULMER, Renate. *Alfons Mucha*. Colònia: Taschen, 2002.

## Webgrafia

ARTIGAS, Jordi. *El temps de Ramon Casas en cartells* [en línia]. Barcelona: El núvol. Sa Il·lustríssima, 2016. [Consulta: febrer 2017]. Disponible a: <<https://www.nuvol.com/noticies/el-temps-de-ramon-casas-en-cartells/>>.

Museo del Traje. *Anís del Mono: un cartel histórico de Ramon Casas* [en línia]. Madrid: Centro de Investigación del patrimonio etnológico, 2012. [Consulta: febrer 2017]. Disponible a: <[http://www.mcu.es/cultura20/web/guest/agenda/cultural/mcu/listado/detalle?p\\_p\\_id=MCU\\_AGENDA\\_13&p\\_p\\_lifecycle=0&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-2&p\\_p\\_col\\_pos=1&p\\_p\\_col\\_count=2&p\\_r\\_p\\_564233524\\_event=325384](http://www.mcu.es/cultura20/web/guest/agenda/cultural/mcu/listado/detalle?p_p_id=MCU_AGENDA_13&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&p_r_p_564233524_event=325384)>.