

# Ramon Casas, el cartellisme i el motor al Museu Abelló

Jorge Septién Rodero\*



Autor: Ramon Casas  
 Títol: L'automobilista  
 Any: primer quart segle XX  
 Material: Paper / Litografia  
 Mides: 144 x 71 cm  
 Número de registre FMJA<sup>1</sup>: 6606

Ramon Casas va ser el gran pintor català del fin de siècle, un dels grans exponents del modernisme i el principal impulsor de la renovació de la pintura catalana de finals del XIX.

Es pot considerar Casas com l'artista que va il·lustrar la modernitat. La seva obra, fortament influenciada per la seva etapa de formació al París de la segona meitat del XIX, és un clar reflex de la cultura i la societat de l'època, de la burgesia i de tots els canvis socials, polítics i econòmics que es van produir a les acaballes del 1800.

Una de les grans aportacions de Ramon Casas a l'art català, juntament amb Alexandre de Riquer, va ser el cartellisme. Aquest, estava fortament inspirat en la producció artística de Toulouse-Lautrec, que ambdós artistes havien pogut observar de prop durant les seves estades a París. És en aquesta modalitat artística –el cartellisme– on Casas reflecteix perfectament la modernitat, la dona contemporània i el moviment de masses.

Casas fou un dels grans publicistes de principi del segle XX, ja que tenia l'habilitat de transformar el seu art en un art publicitari. És a dir, un art que no creava per a ell mateix, sota la seva voluntat, sinó que el feia per encàrrec d'industrials i empresaris, normalment presentant-se als concursos que aquets mateixos convocaven per pro-

279

\*Historiador de l'art, jorgeseptien17@gmail.com

<sup>1</sup> Fundació Municipal Joan Abelló.

mocionar els seus productes. Casas se sentia molt orgullós dels seus cartells, és per això que sempre apareixen signats, ja que els atorgava el mateix valor que donava a les seves pintures.

El cartell va ser un gènere que gaudí d'un gran èxit i proliferà ràpidament a Catalunya, ja que, en tractar-se d'una de les formes més efectives de comunicació, ràpidament fou emprada pels empresaris per promocionar els seus negocis. Era un element molt visual, aportava un missatge clar i el seu cost de producció no era gaire elevat.

Un exemple d'aquests cartells dissenyats per Casas és aquesta petita joia que trobem al Museu Abelló i que us presentem per primera vegada. Ens trobem davant d'un dels cartells que gairebé ha desaparegut, ja que no es té constància que se'n conservi cap altre com aquest. Per tant, podem afirmar que és quasi una raresa.

És un cartell encarregat per la casa Hispano Suiza, empresa d'automoció i enginyeria catalana que destacà per la fabricació d'automòbils de luxe. Casas, com gran part de la societat

de la seva època, se sentia fascinat pel progrés, l'apassionaven els vehicles i el moviment constant d'una societat que es transformava a passes de gegant i es dirigia veloçment cap a la modernitat; modernitat que queda representada perfectament en els traços de l'artista.

A l'hora d'il·lustrar el cartell per a la Hispano Suiza, Casas s'inspirà en la *chauffeuse* que va conèixer durant una sortida que va fer a la serra de Guadarrama l'any 1904, aprofitant que es trobava a Madrid per pintar el retrat del rei Alfons XIII.

280



Figura 2. Aquesta fotografia va inspirar la pintura original del cartell de Casas, que es conserva al Museu del Castell de Peralada.

Tal com queda reflectit en la correspondència amb Miquel Utrillo, durant aquesta sortida, Casas li relata la dificultat que varen tenir els vehicles per poder arribar a l'Alt del Lleó. De fet, alguns cotxes van haver de tornar ja que no comptaven amb prou potència, però Casas va ser un dels que finalment arribà al cim, així que ho celebrà fent unes instantànies. Són aquestes mateixes fotografies les que inspiraren l'artista per crear aquest cartell.

L'element principal sens dubte és la *chauffeuse*, representada segons la indumentària que feien servir els xofers del moment: una gorra i un gran abric de pèl gran i espès per resguardar-se del fred. Alguns xofers també duïen unes ulleres de pilot, tot i que Casas en aquest cas en va prescindir.

El fet que la protagonista del cartell sigui una dona no és cap casualitat. Això que pot semblar tan obvi avui dia, a principi del segle XX no ho era. Casas entenia la figura femenina d'una manera molt avançada, a diferència del que pensava la societat de l'època. Quan observem les dones de Casas ens trobem davant d'una dona moderna per excel·lència; una

dona que llegeix, una dona culta, una dona que treballa i, òbviament, una dona que condueix.

Casas començà a treballar en aquest projecte l'any 1904, data en què va crear la pintura original del cartell, que es conserva al Museu del Castell de Peralada. També s'utilitzà la figura de la *chauffeuse* per il·lustrar les accions de la Hispano Suiza, i va crear així aquesta relació entre la imatge i l'empresa.

La gran aportació que va donar Casas a la publicitat va ser la marca. Fins llavors, la publicitat es referia només als productes, però Casas hi incorporà la marca, és a dir el nom de l'empresa. I no només va fer això, sinó que allò interessant és que ho associà a una imatge, en aquest cas a la *chauffeuse*, i crea així aquest vincle emocional.

Quan les persones observaven la fantàstica conductora, de seguida ho associaven amb la Hispano Suiza, connectant la *chauffeuse* amb una sensació de qualitat, de familiaritat, i és aquí on recau la veritable modernitat que va aportar Casas a la publicitat i al cartellisme.