

Strand 3. Les Fleurs du Mal: Style in a Troubled Age

CELEBRITATS A LA BELLE ÉPOQUE: A PROPÒSIT D'UNA TROBALLA CARTÒFILA

Mariàngels Fondevila i Elena Llorens

Resum

La troballa d'un material als Encants de Barcelona que aplega nombroses postals de principis del segle XX que presenten en el seu anvers dones que triomfaven en els diferents espectacles anomenats de "varietats", serveix de pretext per resseguir la influència de la baixa cultura en l'obra dels artistes de la Belle Époque. De l'obra de Picasso a la de Xavier Gosé, per esmentar tan sols dos artistes conspicus, s'explora el potencial "erotogràfic" de dones com Cléo de Mérode, la Bella Otero, la Bella Chelito, Blanquita Suárez o Stacia Napierkowska. La historiografia relativa al Modernisme català, que vindica amb veu alta la dona artista, ha passat més de puntetes sobre la petja que aquestes celebritats van deixar en l'art dels primers anys del segle XX.

Paraules clau: Cléo de Mérode, Bella Otero, Picasso, postals, Reutlinger, celebritats, cultura popular, cartofília, variétés

Abstract

An album found in Els Encants (Barcelona's antiques market) gathering a remarkable number of early twentieth-century postcards featuring "revue" stars is a pretext to carry out a mapping of the influence low culture had on the work of Belle Époque artists. From Picasso's oeuvre to Xavier Gosé's, to mention but two remarkable names, we explore the "erotographic" potential of such women as Cléo de Mérode, Bella Otero, Bella Chelito, Blanquita Suárez or Stacia Napierkowska. Historiography concerning Catalan *Modernisme*, which has been claiming aloud the role of women artists, has nonetheless cast a dimmer light on the mark such celebrities left on the art at the dawn of the twentieth century.

Keywords: Cléo de Mérode, Belle Otero, Picasso, postcards, Reutlinger, celebrities, popular culture, cartophily, variétés

La cartofília, una passió moderna

El 1873, després de passar una temporada a l'infern, Arthur Rimbaud va afirmar que li agradaven "les pintures idiotes, les sobreportes, els decorats, els telons de fons dels saltimbanquis, els rètols, les estampes populars; la literatura passada de moda, el llatí de missa, els llibres eròtics amb faltes d'ortografia, les novel·les de les nostres àvies, els

contes de fades, els llibrets de la infantesa, les velles òperes, els refranys cursis i els ritmes ingenus”; també va sostenir que li semblaven “insignificants les celebritats de la pintura i de la poesia moderna” i es va vanter “de posseir tots els paisatges possibles” (Alquímia del Verb). L’obra poètica de Rimbaud, visionària, revolucionària, conté la quinta essència del nou; és ociós insistir en la posició fundacional que ostenta en relació amb la modernitat. No ho és tant, en canvi, posar el focus en la reivindicació que va fer, en prosa poètica, de la cultura popular en aquest segon dels “Deliris” que componen *Una temporada a l’infern*. Tots els paisatges possibles que Rimbaud diu que posseeix contenen necessàriament totes les possibilitats. No renunciar a la vida implica que aquesta es dissemini en l’art. Les vores de la poesia parnassiana en la qual Rimbaud s’havia entrenat eren massa estretes per contenir-ho tot. I, doncs, el procés de desbordament esdevé inevitable: alliberar el llenguatge de les limitacions de la forma, explorar l’alteritat i abraçar els reversos i els cantells de la tradició. Oposant les “pintures idiotes” a la Pintura, el teló improvisat d’una *troupe* de saltimbanquis al Teatre o els “ritmes ingenus” a la Música, Rimbaud esbotzava la tanca que havia separat secularment l’“alta” cultura de la “baixa”.

El 1873, la postal il·lustrada i la febre de col·leccionar-la que es va desfermar als primers anys del segle XX ni tan sols eren una entelèquia, per això Rimbaud no va reivindicar-la com una altra de les formes artístiques “ex-cèntriques” que li plaiën. Tanmateix, podem estar gairebé segurs que l’hauria incorporada a la seva llista de “m’agrada” (fins i tot podem aventurar que el lloc de les estampes populars l’hauria ocupat la *carte postale fantaisie*) si, tot fent un salt en el temps de mig segle, prenem els surrealistes com a legítims hereus de Rimbaud en la valoració que fan de tot allò que resideix als marges, i revisem el paper que van concedir a la postal il·lustrada de la Belle Époque. En la seva “exploració ingènua de l’insòlit, en la seva llibertat de pensament i d’expressió, i en el seu erotisme”,¹ aquestes postals són portadores i transmissores d’una poesia naïf feta sovint de jocs de paraules, xocs visuals i bones dosis d’humor a partir de tècniques avantguardistes *avant la lettre* com el fotomuntatge, la deformació o la sobreimpressió, entre d’altres.² La postal brinda als surrealistes la

¹ Paul HAMMOND: *French Undressing. Naughty Postcards from 1900 to 1920*, Londres, Bloomsbury Books, 1976, p. 7.

² Vegeu Clément CHÉROUX (ed.): *La photographie timbrée. L’inventivité visuelle de la carte postale photographique* (catàleg d’exposició), París/Göttingen, Jeu de Paume/Steidl, 2007.

possibilitat d'explorar i interrogar de nou els límits i la definició mateixa de l'art. Paul Eluard, col·leccionista obsessiu de postals, va escriure amb gran perspicàcia: “les postals (...) són la xavalla de l'art i de la poesia, una xavalla que tanmateix dona a vegades la idea de l'or”.³

Aquesta cartofília militant, que Eluard compartia amb Breton, Dalí, Miró⁴ o Cornell, i que en tantes ocasions va suposar que la postal es convertís en part integrant de l'obra d'art (o en model), ens parla i ens remet necessàriament a una determinada cultura visual que va marcar la mirada i la imaginació dels europeus a la primera del segle XX. En els seus vagarejos per encants i llibreters de vell a la recerca de l'insòlit – d'exemplars de postals com més insòlits millor, direm aquí –, els surrealistes van recrear involuntàriament la viva excitació que havia despertat entre els europeus la possessió d'aquest material efímer. París, amb els seus elegants bulevards i concorreguts *passages* on es concentraven els principals estudis de fotografia, així com els punts de venda de postals i estampes de tota mena, va ser un dels centres neuràlgics de producció i distribució d'aquest nou suport per a l'intercanvi epistolar que no va tardar a convertir-se en un dels mitjans de comunicació més emblemàtics (i democràtics) de l'època: barat, ràpid, pràctic i sense barreres de gènere, sexe o classe. De retop, es va convertir en un terreny fèrtil perquè s'hi desplegués una rica imatgeria i la inventiva popular i, amb l'entrada del nou segle, va oferir a la fotografia un suport privilegiat per a la seva difusió de masses. En aquest sentit, la postal no pot ser obviada o menystinguda en cap cas a l'hora d'escriure “una història de la mirada, de la cultura o de la imaginació visual de l'Europa de començaments del segle XX”.⁵ Durant aproximadament dos decennis, del 1890 a l'esclat de la Gran Guerra, la postal fou un veritable fenomen de masses que, pel seu caràcter “transitori, fugisser i contingent”, s'erigeix en una de les cares de la modernitat, en una de les “meitats de l'art” de què parlava Baudelaire a *El pintor de la vida moderna*.

³ Paul ELUARD: “Les plus belles cartes postales”, *Minotaure*, 3-4, 1933, p. 86.

⁴ Per Sebastià Gasch sabem la mena de postals que Miró col·leccionava: “(...) és un client assidu d'aquella botiga del carrer Nou, l'únic establiment de Barcelona on encara es troben postals de començaments de segle. (...) col·lecciona àvidament aquestes postals adorables i delicioses, inefables. (...) de la Bella Chelito, buscant-se la *pulga*, (...) brodades, (...) de cel·luloide, (...) de peluix (...)”. “L'estil targeta postal”, *Mirador*, 137, 17 setembre del 1931, p. 7.

⁵ Clément CHÉROUX (ed.): *La photographie timbrée...*, p. 10.

Malgrat que queda fora de l'abast d'aquest text desgranar la història de la targeta postal,⁶ sí que és convenient recordar que el seu naixement oficial com a nou mitjà de correspondència breu va tenir lloc el 1869 en territori austrohongarès, una novetat que es va escampar ràpidament per tots els racons del món: Alemanya, el Regne Unit i Suïssa la va adoptar el 1870; Espanya, França, els Estats Units o el Japó el 1873. Si bé la forma que adoptà els primers temps fou de simple suport llis per a l'escriptura, en una cara del qual calia estampar-hi el segell i consignar-hi el nom i l'adreça del destinatari, no és tan clar el moment en què la imatge va robar el protagonisme a la lletra: a la dècada del 1870 ja circulaven postals amb vistes d'establiments hotelers, ciutats i monuments famosos, mentre que les diferents exposicions universals van ser un dels principals catalitzadors per a la implantació definitiva de la postal il·lustrada (Podem imaginar que més d'un visitant a l'Exposició Universal de París del 1889 va sospirar alleujat al moment de trametre una postal amb la imatge de la Torre Eiffel per tal com s'estalviava de descriure aquella meravella de l'enginyeria moderna en ferro. La imatge, en casos com aquest, valia més que mil paraules). Mentrestant, alguns comencen a intuir que aquest nou mitjà té altres possibilitats més enllà de les merament epistolars: pot convertir-se també en instrument didàctic per apropar realitats llunyanes o fins i tot exòtiques, en eina d'educació estètica (i "sentimental") i en vehicle publicitari. Tanmateix, igual que va passar amb el cartell i la premsa il·lustrada, sense l'empenta final de la tècnica, la postal il·lustrada no hauria viscut el fabulós desenvolupament industrial i comercial que va viure a partir de la dècada del 1890: gràcies a la cromolitografia i la fototípia, els països que formaven part de la Unió Postal Universal van quedar literalment envaïts⁷ per les targetes postals en tot el seu ampli ventall temàtic (des de vistes de ciutats, monuments i tipus fins a les postals de fantasia, les de reproduccions d'obres d'art, de polítics o d'actualitats) i en tots els registres comunicatius imaginables: de felicitació, de record, d'aniversari, de condol, d'invitació,

⁶ Són nombrosos els llibres que s'ocupen d'aquesta història; vegeu, entre d'altres, Richard CARLINE: *Pictures in the Post. The story of the picture postcard*, Londres, Gordon Fraser, 1971; Claude FRÈRE; Aline RIPERT: *La Carte postale, son histoire, sa fonction sociale*, París, CNRS éditions, 2001. Amb caràcter més monogràfic: Eliseu TRENC: *Las artes gráficas de la época modernista en Barcelona*, Barcelona, Gremi d'Indústries Gràfiques, 1977; Giovanni FANELLI; Ezio GODOLI: *Art Nouveau Postcards*, Oxford, Phaidon, 1987; Carlos TEIXIDOR: *La tarjeta postal en España, 1892-1915*, Barcelona, Espasa, 1999.

⁷ Només el 1894 en van circular prop de dos milions, i uns 140 mil milions en tot el món entre el 1894 i el 1919! En el cas concret d'Espanya, entre el 1910 i el 1920 en van circular 133 milions (Bernardo RIEGO [ed.]: *España en la tarjeta postal. Un siglo de imágenes*, Barcelona, Lunwerg, 2010).

etcètera. No ha d'estranyar, doncs, que els principals editors de postals no dubtessin a contractar els serveis d'artistes i fotògrafs de renom per tal d'afegir un plus "artístic", llaminer, al seu producte.

No podem deixar de banda, encara que sigui breument, el context sociohistòric en què neix i es desenvolupa la postal il·lustrada. Cal no oblidar que som en una època d'hegemonia de la burgesia (amb el seu revers, el proletariat) a la qual les diferents onades de la revolució industrial ha apoderat econòmicament i cultural fins al punt de transformar les seves formes de vida, la seva escala de valors i, de retruc, els seus hàbits de consum i lleure. A la llum del dia i de cara a la galeria es porta anar en bicicleta o cotxe, beure vermut o assistir a les curses de cavalls, i a casa hom s'entreté llegint o, de manera creixent, col·leccionant tota mena de materials impresos que la puixant indústria de les arts gràfiques posa en circulació com una mercaderia més al servei del capitalisme. La figura en altre temps elitista i aristocràtica del col·leccionista d'estampes queda desbancada per la més transversal i popular del col·leccionista de postals o de cromos. Les fonts de l'època ja parlen dels àlbums com la moda, la mania de l'època;⁸ en aquest cas, la indústria ho va posar fàcil perquè es desfermés una tal febre: molts d'aquests productes eren editats en forma de sèries per tal que el col·leccionista no deixés mai de sospirar per completar-les (explotació del desig sempre insatisfet), alhora que va posar en circulació àlbums de notable exquisidesa que feien inevitable voler conservar aquelles bagatel·les de 9 × 14 cm, que a més semblaven tenir el do de la ubiqüitat per tal com es venien pertot arreu, des dels quioscos i les estacions de tren fins als establiments hotelers o de forma ambulant pels carrers i cafès.

Ha nascut una estrella: el culte a la celebritat com a forma de consum de masses

De nit, en canvi, el consum i el lleure es traslladen al carrer, als molts cafès i restaurants que es van obrir a les principals capitals europees, als balls i espectacles de tota mena que van sorgir amb la finalitat de convertir l'excedent de temps en entreteniment. En aquest àmbit, el referent europeu indiscutible del moment és París, amb les seves dosis inacabables de disbauxa i *bonheur de vivre*, de llibertinatge i extravagàncies, d'art, amor

⁸ J. F. SANMARTÍN: "Los álbums", *La Ilustración*, 470, 3 de novembre del 1889, p. 695.

i venalitat.⁹ A tall d'exemple, un retall de la crònica que n'oferia al públic espanyol el setmanari *La Vida Galante*: “Mientras el Odeón continúa arruinándose con el gran arte de Racine, los teatros del boulevard se enriquecen gracias a los menudos artificios de una legión adorable de mujeres bonitas que no saben recitar versos líricos y que apenas saben cantar coplas ligeras, pero que conocen, en cambio, la ciencia eminentemente parisina y (...) moral de desnudarse ante el público”.¹⁰ Per primera vegada, a París, l'oci nocturn es converteix en consum de masses, i a redós seu floreix una productiva indústria que, des d'una profunda estructura masculina i patriarcal, transforma en diner, entre d'altres, la relaxació de la moral convencional; dit ras i curt, l'erotisme (i les seves diferents declinacions com pot ser la feminitat sofisticada i decorativa o el sexe més explícit) ven i serveix també per vendre (d'aquí que la publicitat recorri obertament o subtil a formes i imatges eròtiques femenines per vendre des de cigarretes i cotxes fins a caps de llumins).

En un París que consumeix sexe i modernitat a glopades i on el grau de sofisticació el donen la mida dels barrets i les voltes dels collarets de perles, la fama duradora d'altres temps ha deixat pas a la celebritat evanescent. El món de l'espectacle és un dels principals proveïdors d'aquestes formes i imatges femenines alternatives destinades a excitar la imaginació masculina (i convocar, de passada, la identificació femenina). Tenint en compte que en aquella època a París hi havia vora 300 cafès-concert, no cal dir que la nòmina d'actrius i ballarines susceptibles de convertir-se en reclam/mercaderia és llarga (No insistirem en el potencial eròtic de la dansa). Tanmateix, només unes poques van assolir el podi més alt, en gran mesura per la seva indiscutible bellesa i sensualitat, però per damunt de tot gràcies a la construcció que van fer de la seva pròpia imatge i llegenda (i en molta menor mesura, pels seus dots artístics). Cléo de Mérode, la Bella Otero, Liane de Pougy, Mata Hari, Émilienne d'Alençon, Stacia Napierkowska, són les reines de la Belle Époque, de les seves nits i els seus excessos; “la seva vida és un perpetu desvestir-se”, es llegeix a *Le Cri de Paris* a propòsit de la Bella Otero. Els nous temps reclamen noves “dames de les camèlies”, cortesanes en sintonia amb l'emergent societat de masses per a les quals la llengua

⁹ Vegeu *Splendeurs & misères. Images de la prostitution, 1850-1910* (catàleg d'exposició), París, Flammarion / Musée d'Orsay, 2015.

¹⁰ E. GÓMEZ CARILLO: “El desnudo en el teatro”, *La Vida Galante*, 45, 10 de setembre del 1899, p. 652.

francesa els té reservada la paraula *cocotte*. La literatura preferirà la nomenclatura clàssica: Hetaira, Friné (“Ha pasado el entreacto y va a començar el ‘ballet’ en que resplandece e impera la Reina de las Cortesanas, la Princesa de las Hetairas. Friné la griega, o sea Cleo la parisiense, la perilustre y famosa Cleo de Merode”, escrivia Rubén Darío¹¹). En ocasions voregen l’arquetip de la *femme fatale*; en d’altres s’acosten al prototipus de reines de concurs de bellesa, i sovint compleixen el rol de model d’artista.¹²

Si bé, doncs, la funció d’aquestes dones al si de la societat patriarcal occidental s’havia anat perpetuant, pràcticament intacta, des de l’antiguitat, no és menys cert que els temps van imposar alguns canvis en els requisits que havia de complir la dona que volia arribar a cortesana (*mantinguda* és un altre dels termes que comencen a circular en aquest moment): donant per descomptada la seva condició de dona bella i lliure, va deixar de ser imprescindible tenir una vasta cultura per poder “acompanyar” els homes d’un cert nivell. En contrapartida, s’exigeix fama, notorietat, celebritat. Ja s’ha dit que el món de l’espectacle n’és un dels principals subministradors, en espera que el cinema fabriqui el seu *star system*. Tanmateix, la fama, que no és cap virtut innata, cal cultivar-la, fins i tot fabricar-la. I totes aquestes dones van saber treure profit dels recursos que la modernitat posava a la seva disposició, especialment la fotografia, per fer ambdues coses.

Col·leccionar retrats fotogràfics en format targeta de visita de personalitats del món cultural, polític o social, feia temps que estava de moda. Els principals fotògrafs de totes les capitals comptaven amb una “galeria de contemporanis” que els donava molt rèdits. Cap a finals de segle, aquest producte, que semblava destinat a morir, va viure una revifada gràcies en part al fet que aquestes *cocottes* necessitaven entrar a formar part del panteó de la fama. Els fotògrafs, al seu torn, van veure en elles un nínxol de mercat a explotar: la retroalimentació perfecta. Els àlbums de “famoses” que es conserven de la casa Reutlinger de París, un dels estudis fotogràfics amb més solera del

¹¹ Rubén DARÍO: “Friné”, *Parisiense*, Madrid, 1907, p. 133-134.

¹² No falta la bibliografia que s’ocupa d’aquestes “reines del París del 1900”; entre els llibres més recents, vegeu Catherine AUTHIER: *Femmes d’exception, femmes d’influence. Une histoire des courtisanes au XIXe siècle*, París, Armand Colin, 2015; Michael D. GARVAL: *Cléo de Mérode and the Rise of Modern Celebrity Culture*, Surrey, Ashgate, 2012; Catherine GUIGON: *Les Cocottes. Reines du Paris 1900*, París, Parigramme, 2012.

moment,¹³ són el testimoni que Cléo de Mérode, la Bella Otero, Liane de Pougy, etc., posaven regularment davant la càmera en sessions fotogràfiques molt estudiades que és de suposar que elles controlaven segons la imatge (o imatges) que cadascuna volia vendre d'ella mateixa: així per exemple, la Bella Otero solia explotar l'estereotip racial bé com a Carmen amb mantó de Manila o bé vestida de torera, que compaginava amb una altra de més sofisticada, exòtica i provocadora a base de joies espectaculars i poca roba, mentre que Cléo de Mérode, que va arribar a ser la dona més fotografiada del moment, projecta sempre una imatge d'elegància, refinament, reserva i virginal innocència que no fa més que acréixer el misteri de què sempre es va envoltar (Fig. 1). En tots els casos, joies, vestuari, lligadures i poses són indestruïbles d'una hipersexualització conscient (No oblidem que el patrimoni d'aquestes dones era directament proporcional al desig que despertaven entre les més grans fortunes del món, entre les quals unes quantes testes coronades europees).

Fig. 1 Algunes de les postals trobades als Encants de Barcelona amb Émilienne d'Alençon, Liane de Pougy, Cléo de Mérode, Mata Hari i la Bella Chelito.

Construïda la imatge, faltava l'últim pas, donar forma a la llegenda. Històries de paper cuixé a banda, l'aliança entre fotografia i indústria de les arts gràfiques consumada a finals del segle va ser proverbial per aconseguir-ho. Com ja s'ha dit, les postals i altres materials efímers impresos van circular a milions per tot el planeta, i les Cléos, Oteros, Mata Haris... van passar a ser ubiqües, omnipresents, omnipotents. Els editors de postals van posar-hi de la seva part per fer-ho possible en desplegar, en una superfície tan reduïda, una capacitat infinita d'inventiva formal, material i iconogràfica. Així, com més postals circulaven, més creixia la seva fama; i com més cèlebres, més gent s'identificava/projectava en elles, en un cercle viciós i reditici, al capdavant, que ja no tindria aturador i al qual els artistes plàstics també van contribuir. Referent a això, no es pot negligir el paper de la premsa, el principal mitjà de comunicació de massa del moment, el qual a França vivia una veritable edat d'or des que el govern de la Tercera República havia relaxat les lleis en matèria de censura el 1881. De les nombroses

¹³ Vegeu Jean-Pierre BOURGERON: *Les Reutlinger. Photographes à Paris 1850-1937*, París, 1979.

publicacions que van veure la llum aquells anys, les de caire satíric van proliferar de manera especial pel fet que comptaven amb una llibertat major per escometre la sàtira de la societat contemporània. *Le Rire*, *Le Frou-Frou*, *L'Assiette au Beurre*, *La Vie parisienne* o *Le Gil Blas Illustré* van atraure una legió d'artistes que amb el seu llapis humorístic copsen, juntament amb altres afers d'actualitat, aquestes celebritats: els seus escàndols, els plets amb els seus creditors, les seves ludopaties, les seves conquestes amoroses, les seves purgues de làudanum o el seu potencial lasciu. Mitjans seriosos com *The New York Times*, *La Vanguardia*, *Daily News* o *Le Figaro* també se'n van fer ressò. A les portades i pàgines centrals d'aquests mitjans hi ha retrats fotogràfics o pictòrics, cartells i anuncis d'espectacles al Folies Bergère, al Moulin Rouge o l'Olympia, on debuten aquestes artistes (Fig 2).

Fig. 2. Cléo de Mérode (fotografia) i obra gràfica vària amb la Bella Otero, Liane de Pougy i Cléo de Mérode.

Ressonàncies de les “noves Madones” en les arts

Al seu torn, les galeries s'adaptaren a l'èxit de les revistes il·lustrades i van organitzar nombroses exposicions de dibuixants; és el cas, per exemple, de la galeria de Berthe Weill, que va obrir les portes el 1901 al número 25 de la Rue Victor Massé, a Montmartre, secundada per l'industrial i corredor català Pere Mañach.¹⁴ Weill va exposar l'obra d'una legió de dibuixants talentosos com Abel Faivre, Leal de Camara, Lionetto Cappiello, Caran d'Ache, Forain, Leandre, Roubille, Steinlen, Toulouse-Lautrec, Villon o Xavier Gosé, acabat d'arribar a la capital francesa amb motiu de l'Exposició Universal. Un rastreig dels catàlegs d'aquestes exposicions, sistematitzades per Pierre Sanchez,¹⁵ revela la coincidència de títols: “cocottes”, “danseuse espagnole”, “music hall”, “Folies Bergère”, “dansa gitana” i “Belles Oteros”.

¹⁴ Per a un estudi més aprofundit de la figura de Pere Mañach, vegeu Mariàngels FONDEVILA: “Pere Mañach, un agent clau de la modernitat. Apunts per a una trajectòria”, *Col·leccionistes que han fet museus*, Barcelona, Museu Nacional d'Art de Catalunya, 2018, p. 86-107.

¹⁵ Pierre SANCHEZ: *Les Expositions de la Galerie Le Barc de Boutteville (1891-1899) et du Salon des Cent (1894-1903). Répertoire des artistes et de leurs oeuvres*, Dijon, Echelle de Jacob, 2012; *Les Expositions de la Galerie Berthe Weill (1901-1942) et de la Galerie Devambez (1907-1926): repertoire des artistes et liste de leurs oeuvres*, Dijon, Echelle de Jacob, 2009.

No cal insistir en el fet que l'Exposició Universal de París de 1900, pol d'atracció d'artistes d'arreu del món, fou també una plataforma de difusió d'espectacles de tota mena: des de les danses serpentines de Loïe Fuller, les cambodjanes de Cléo de Mérode, les *performances* de l'actriu i *geisha* japonesa Sadayakko fins a les espanyolades de la Bella Otero. No és sobrer posar aquí l'accent en la labor de l'empresari teatral català Josep Oller, principal propietari del Moulin Rouge i de bona part dels locals del París de la Belle Époque. Oller havia fet erigir el 1889 a la Rue Pergolèse una arena de fusta on actuaven picadors, toreros i sevillanes i, durant l'Exposició, la Bella Otero tenia en cartellera l'espectacle *Une fête à Séville* al Théâtre Marigny. La seva bellesa meridional i les seves contorsions folklòriques, que perpetuaven l'imaginari estètic de l'espanyolada, arquetip d'una cultura perifèrica (el mite de Carmen), reverberen en l'obra de nombrosos artífexs del període. A tall d'exemple, convé destacar el *Retrat de Pere Mañach* de Picasso (1901, National Gallery of Art, Washington), qui fou el seu "marxant" i responsable de la seva primera exposició a les galeries Vollard el 1901. En una primera versió, Picasso el va pintar disfressat de torero. Finalment, va repintar la tela i va retratar Mañach amb camisa blanca i corbata vermella en record de la festa espanyola (el grana és el més taurí de tots els colors). Qui sap si aquestes darreres actuacions de la Bella Otero, que reprenien la tradició de la tauromàquia que havia posat de moda Eugenia de Montijo, quedaren fixades en la retina de Picasso, un andalús i amant d'aquesta festa.

Altres pintures de Picasso presentades *chez* Vollard respiren, en canvi, una temàtica boulevardiana: prostitutes, actrius, cantants, ballarines i clients de cafès, tot fent-se ressò de l'efervescent cultura de les celebritats.¹⁶ Cal afegir un detall gens menor: els títols de les obres presentades, segons Pierre Daix,¹⁷ van ser ideades pel crític d'art Gustave Cocquirot, conegut pels seus escrits mundans a *Le Gil Blas Illustré* i autor del pròleg del catàleg. Cal destacar la gran pintura de Picasso que retrata l'esmentat Cocquirot (1901, Centre Pompidou) a manera de Llucifer de la nit parisenca, amb un teló de fons de ballarines exòtiques, probablement al Moulin Rouge, on la dansa

¹⁶ Max JACOB: "Souvenirs sur Picasso contés par Max Jacob", *Cahiers d'Art*, 6, 1927, p. 199: "À son arrivée à Paris, il y a mené la vie très turbulente des apprentis [...]. Il fréquentait le Moulin Rouge, le Casino de Paris et autres music halls alors à la mode Liane de Pougy, Otero, Jeanne Bloch et faisait d'elles des portraits très ressemblants".

¹⁷ Pierre DAIX; Pierre BOUDAILLE: *Picasso. 1900-1906. Catálogo razonado*, Barcelona, Blume-Nauta, 1967.

del ventre era una de les atraccions més suggestives. Cocquiot, que freqüentava el cercle de Liane de Pougy, va compartir moments d'oci en cabarets i *music halls* amb Pere Mañach i Picasso, les vivències dels quals el malagueny va traduir en nombrosos esbossos. Picasso, així mateix, va compartir amb els seus amics catalans i, especialment amb Carles Casagemas, “el flirteig amb la vida en aquesta capital dels plaers”. Però Casagemas no va tenir sort ni en la seva pintura ni en la seva vida amorosa; es va suïcidar per un fracàs amorós mentre la Bella Otero –segons els escrits de Ricard Opisso– movia les natges diabòlicament al Folies Bergère entusiasmant el públic com mai.

Fig. 3. Xavier Gosé, *Retrat de Napierkowska*, c. 1911. Museu Jaume Morera de Lleida / Stacia Napierkowska a *Les Vampires*, de Louis Feuillade, 1915

Les sensacions del París de la Belle Époque, dominat per aquestes reines de la galanteria, van ser finament traduïdes en tinta, llapis i guaix per Xavier Gosé.¹⁸ *Voyeur* de les passions humanes, la seva obra constitueix un arxiu documental de la societat burgesa en vigílies de la Primera Guerra Mundial on abunden, també, prostitutes de luxe que emulaven l'estil de vida d'aquestes celebritats. Als títols o llegendes de les il·lustracions de Gosé sovintegen els noms de Liliane de Pougy, Charlotte Wilhe, Monna Delza i, sobretot, Stacia Napierkowska, ballarina i principal actriu de la casa Pathé Frères i icona del ball de la sèrie *Les Vampires*. Gosé la va retratar amb espectaculars barrets i lluint vestits dels principals *couturiers* de París a les curses de Longchamp, on es presentaven les darreres creacions de la moda (Fig. 3). Convé recordar que en una de les gires que Napierkowska va fer per Amèrica amb el seu ballet *Arabian Pantomine*, Francis Picabia, que viatjava en el mateix transatlàntic, va quedar fascinat per Napierkowska i les seves danses, el moviment de les quals van inspirar-li unes pintures al caire de l'abstracció. Això a banda, Juan Gris, coetani de Gosé, va retratar així mateix nombroses *cocottes* guarnides amb barrets de plomes i aportava en els seus dibuixos l'aire i les fragàncies del París de la Bella Otero. Aquesta producció

¹⁸ Vegeu Mariàngels FONDEVILA; Jesús NAVARRO: *Xavier Gosé (1867-1915): il·lustrador de la modernitat*, Barcelona, Museu Nacional d'Art de Catalunya, 2015.

gràfica va ser ocultada pel seu marxant, el galerista Daniel-Henry Kahnweiler, en benefici de la seva aportació com a pintor d'avantguarda.

Fig. 4. Picasso, *L'Hetaire*, París, 1901. Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli (*esquerra*); postals de Liane de Pougy i Carolina Otero; i Picasso, *Dona amb collar de pedreria*, París, 1901. Col·lecció Ayala Sam Zacks, Toronto (*dreta*)

L'eco d'aquestes galants o “material girls” ressona en altres pintures de l'època blava de Picasso (que Roland Penrose anomenà “l'etapa cabaret”),¹⁹ com és el cas de *Dona amb collaret* o *L'hetaira* (1901, Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli, Torí, fig. 4) o *La Gommeuse* (1901, subhastada per Sotheby's el 2015). Pel que fa a la primera, es tracta del retrat d'una prostituta amb un gran capell i un collar de pedreria que realça un escot generós, la qual du els dits plens d'anells seguint la moda de la Bella Otero i de l'escriptor i dandi Jean Lorrain, aquest darrer, amic de la cortesana Liane de Pougy,²⁰ rival de l'Otero com recorden les il·lustracions del caricaturista francès Georges Goursat (*Sem*). Les nostres targetes postals trobades fixen la Bella Otero lluint un collaret de fileres de gemmes llegendari que, segons sembla, havia pertangut a Maria Antonieta i, fins i tot, segons la premsa, un acabalat americà de la saga dels Vanderbilt li havia ofert joies de Tiffany.

Quant a *La Gommeuse*, segueix el mateix model que *L'hetaira*, però, en aquest cas i seguint Pierre Daix, figura nua en espera de satisfer els plaers carnals dels seus clients. Al revers hi figura un retrat indecorós de Pere Mañach –ocult durant molts anys– disfressat d'egipci, asexual i amb una estranya lligadura en què destaquen les quatre barres catalanes, en correspondència amb el seu catalanisme militant. No descartem la possibilitat que Picasso es deixés influir per la cultura mil·lenària de la vall del Nil que va descobrir a les renovades sales del Museu del Louvre o bé per l'art

¹⁹ Roland PENROSE: *Picasso*, Madrid, Ediciones Cid, 1966. A banda, algunes d'aquestes obres van ser presentades per Pere Mañach a la galeria Berthe Weill el 1902: *5me Exposition organisée par P. Mañach* (n. 2 Hétaïre). Entre les obres presentades, cal destacar *Le tub* (cat. núm. 14, *L'habitació blava*, The Phillips Collection, Washington, D.C), on representa la seva cambra al bulevard de Clichy. No passa desapercebut el cartell de la cantant i dansarina americana May Milton de Toulouse-Lautrec penjat a la paret i que fou publicat a *Le Rire* el 1895. Com recordava l'esmentat Opisso, “el retrat de May Milton era la nostra cançó de bressol en el temps dels Quatre Gats”.

²⁰ Gabriella ASARO: “Liane de Pougy et le charme de l'ambiguïté à la Belle Époque”, *Histoire par l'image* [en línia], consultat el 23 juliol 2018. Accessible a: <http://histoire-image.org/de/etudes/liane-pougy-charme-ambiguite-belle-epoque>

performatiu amb relació a l'òpera *Aida*, on va intervenir Cléo de Mérode, o *Cleòpatra*, protagonitzada per Sarah Bernhardt. En un altre ordre de coses, no deixa de ser casual la procedència de *La Gommeuse*. Durant un temps va ser propietat del director de cinema Josef von Sternberg, per a qui va tenir una gran significació i qui l'havia adquirit poc després de dirigir la pel·lícula *L'àngel blau* (1930), amb Marlene Dietrich en el paper de Lola Lola, cantant estrella del cabaret homònim. Dietrich, actriu de l'*star system* (present als àlbums trobats), va compartir amb Cléo de Mérode o la Bella Otero la passió per la fama, la sensualitat en estat pur i la llibertat d'esperit.

Fig. 5. Joan Vidal Ventosa, Fernande Olivier, Picasso i Ramon Reventós a l'interior d'El Guayaba, 1906 / Postal de Cléo de Mérode.

Si en el retrat de Pere Mañach hi suposem reminiscències de Cléo de Mérode, la seva presència és "real" a la instantània amb què Joan Vidal i Ventosa va immortalitzar Picasso i Fernande Olivier de pas a Barcelona de camí cap a Gósol (Fig. 5). Acompanyats de Ramon Reventós, apareixen asseguts a l'interior del Guayaba –el cenacle d'artistes i intel·lectuals de la desapareguda plaça de l'Oli– contra un fons de paret on hi ha penjades diverses postals amb reproduccions de pintures cèlebres (*La Gioconda*, *Les tres Gràcies* de Rubens o el *Retrat d'Erasmus de Rotterdam* de Hans Holbein), de les quals destaca especialment la de Cléo de Mérode amb rostre de madona (en paraules de Rubén Darío, "com una sacerdotessa del plaer semblant a un Fra Angelico"). La bellesa de Cléo de Mérode fascinava aquells joves que freqüentaven el Guayaba, tal com ho recorden Eugeni d'Ors, Enric Jardí²¹ o Manuel Pallarès.²² El seu cànon de bellesa, ornada amb tiges de flors, cintes voleiant i, sobretot, dotada d'una cintura de vespa, es va fer especialment visible en el retrat que li va fer en marbre del seu cos nu l'escultor Alexandre Falguière (*La Danseuse*, Musée d'Orsay, París), sense oblidar el retrat de Giovanni Boldini (col·lecció particular) o l'escultor Marià Benlliure

²¹ Enric JARDÍ: *El meu pare i el seu món*, Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1999.

²² Josep PALAU i FABRE, "Picasso i Horta", *Butlletí del Centre d'Estudis de la Terra Alta*, 15-16, 1991, p. 12.

(col·lecció particular),²³ entre d'altres. Fins podríem afirmar que la seva bellesa inabastable inspira, lleument, els plafons ceràmics i les marqueteries modernistes de l'*emsemblier* Gaspar Homar dibuixades per Josep Pey (Fig. 6).

Fig. 6. Gaspar Homar i Josep Pey, Plafó mosaic ceràmic, porcellana i nacre, 1905. Col·lecció particular / Postal de Cléo de Mérode.

Una altra artista de la baixa cultura, d'una bellesa més múrria, fresca i desimbolta, fou la Bella Chelito. Hi ha nombroses postals d'aquesta artista del cafè concert, del music hall i del teatre de varietats que va actuar al teatre Apolo i a l'Edén Concert de Barcelona, entre d'altres, i que va fer furor amb el seu espectacle sicalíptic, el cuplet escènic *La pulga*. Com evocava en les seves memòries Jaume Sabartés: “Entre todas la Chelito es la que tiene más méritos físicos y más gracia picaresca. Se la disputan las empresas de todos los escenarios de variedades, tanto del Paralelo como del centro de la ciudad (...) La gracia está en sus gestos, en las líneas de su cuerpo, en el color de la piel y de su pelo; en su mirada y en su voz. La prueba está en que basta con que anuncie *La Pulga* con ella para llenar el teatro de bote en bote, y al público se vuelve loco cuando ella se quita la camisa”.²⁴ Sabartés recorda que Picasso la va anar a veure en una de les seves actuacions i l'encanteri d'aquella bonica cupletista es va apoderar d'ell; extrem que ho confirma el fet que en els arxius Picasso²⁵ es conservin postals de la Bella Chelito com les que figuren en el nostre àlbum.

Un altre dels noms imprescindibles en la nòmina de ballarines de la Belle Époque és Margaretha Geertruida Zelle, més coneguda com *Mata Hari* (“pupil·la d'aurora”), especialment cèlebre per les seves tasques com a espia. En realitat era una holandesa, filla d'un barreter, que es va forjar, com la majoria d'aquestes dones, una

²³ Maria Isabel MARÍN, “La col·laboració d'escultors catalans en diverses exposicions internacionals entre 1890 i 1915”, a Cristina RODRÍGUEZ-SAMANIEGO; Irene GRAS (ed.), *Modern Sculpture and the Question of Status*, Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona, 2018.

²⁴ Jaume SABARTÉS: *Picasso. Retratos y recuerdos*, Madrid, Afrodisio Aguado, 1953.

²⁵ Vegeu *Le miroir noir. Picasso, sources photographiques 1900-1928*, París, Musée Picasso, 1997. Picasso va deixar constància de les seves impressions del ball de *La pulga* en diferents dibuixos, un espectacle eròtic que va perpetuar més tard en la seva model i amant Marie-Thérèse Walter. Agraïm a Margarida Cortadella del Museu Picasso de Barcelona les facilitats que ens ha brindat en aquesta recerca.

biografia imaginària. La ballarina flamenca Dolores Vargas Jiménez ha trobat correspondències entre les danses hindús de la Mata Hari –objecte de desig eròtic de l'època i que es van donar a conèixer el 1905 a casa del col·leccionista d'art asiàtic Émile Guimet– i la pintura *Les Demoiselles d'Avignon* de Picasso (1907, MoMA, Nova York).²⁶ Determinades postures i gestos de les seves danses semblen irradiar en aquesta pintura, epítom de l'art modern, que va pertànyer a l'il·lustre *couturier* Jacques Doucet, qui havia vestit moltes d'aquestes celebritats.²⁷ Una pintura d'unes *cocottes* a qui el poeta Rafael Alberti va dedicar l'eloqüent *Balada de Les demoiselles d'Avignon*:

“Venus podrida. La sublime belleza eterna al panteón. Un salvaje asesino cruje. Les demoiselles d'Avignon (...) Hieren codos, nalgas, narices, pezones, ímproba agresión. Castigo en formas que se aplastan. Les demoiselles d'Avignon.”

Una altra de les artistes fotografiades en les nostres postals trobades és Blanquita Suárez,²⁸ cèlebre cantant còmica del moment, tot i que ja no pertany a l'època del Modernisme. És ben sabut que aquesta reina del Paral·lel va ser objecte de l'interès de Picasso, com ho recorden, entre d'altres, el retrat cubista que en va pintar a Barcelona el 1917 i que forma part de la col·lecció del museu homònim de Barcelona.

No hi ha dubte que abordar la irradiació de la cultura de la imatge de les celebritats en les arts visuals i mostrar-ne les reciprocitats i concomitàncies que es generen és un tema que requeriria una atenció més acurada.²⁹ Serveixin si més no els

²⁶ Dolores VARGAS: *Picasso. Iconografías del baile*, Màlaga, Diputación Provincial de Málaga. Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga, 2015.

²⁷ Vegeu Paul POIRET: *Vistiendo la época*, Barcelona, Parsifal, 1989, p. 29-31.

²⁸ El Musée National Picasso de París conserva uns esbossos de Blanquita Suárez. Vegeu Pierre DAIX, *Le nouveau dictionnaire Picasso*, París, Robert Laffont, 2012; i *El Paralelo, 1894-1939. Barcelona y el espectáculo de la modernidad* (catàleg d'exposició), Barcelona, Diputació de Barcelona, 2012.

²⁹ Aquestes postals fotogràfiques són, fins i tot, un precedent del cinema, com recordava el director de soviètic Sergei Eisenstein (*Memorias inmorales. Autobiografía*, Torres de Papel, 2014). Entre els regals que li duia de París el seu pare, l'arquitecte modernista rus Mijaíl Ósipovich Eisenstein, hi havia postals de la Bella Otero i de Cléo de Mérode; uns àlbums fotogràfics de bellesa en els quals s'esdevenien, a través de seqüències de les poses fotografiades, peripècies una mica escabroses i sentimentals dels destins d'aquelles noies. El futur cinema! Justament, aquestes imatges es convertiran en els models de bellesa femenina de les escultures que decoren les cases d'aquest arquitecte modernista rus.

exemples anteriors per posar en relleu el fet que l'apropiació de la cultura popular en diferents àmbits de la creativitat eixampla les fronteres entre l'alta i la baixa cultura. Finalment, i parafrasejant el poeta Alberti, ens podríem preguntar en analitzar el conjunt d'aquestes postals trobades als Encants de Barcelona si no estem davant d'unes Venus "podrides", d'unes pioneres de l'actual cultura exacerbada de les celebritats, d'unes narcises compulsives que van posar en pràctica un art performatiu transgressor i impur en consonància amb l'art antiacadèmic, avantguardista, de principis de segle XX, que buscava en altres cultures la seva font d'inspiració.
