



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Análisis del impacto de los carteles publicitarios de Henri de Toulouse-Lautrec en la obra pictórica del periodo azul de Pablo Picasso (1901-1904)

T E S I S

Que para obtener el título de:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Presenta:
KRIZIA MUCIÑO RANGEL

Director de Tesis:
DR. JULIO ALBERTO AMADOR BECH

Ciudad Universitaria, Cd. Mx., 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mis padres, gracias por todo el cariño, amor y paciencia;
por todos los consejos y por siempre impulsarme a ser mejor en todo.*

A mis hermanos porque siempre me consintieron y apoyaron para continuar.

*Al maestro Antonio Sierra García por enseñarme que la academia
tiene mucho de bohemia y que investigar es un viaje
que nutre al cerebro y al alma.*

*Por último, estoy muy agradecida con mi tutor, el doctor Julio Amador Bech,
por todos sus consejos y enseñanzas,
sin los cuales este trabajo nunca se hubiera realizado. Gracias por haber aceptado ser
parte de este viaje.*

ÍNDICE

Introducción	1
Capítulo 1: El cartel entre la publicidad y el arte	4
¿Qué es publicidad?	5
La publicidad en la belle époque.....	6
La publicidad moderna	10
¿Qué es arte?	14
Breve historia del cartel.....	18
Capítulo 2: Los carteles de Toulouse-Lautrec	27
¿Quién fue Henri de Toulouse-Lautrec?	27
La apertura del Moulin Rouge y los primeros carteles.....	30
Los carteles de Lautrec	32
a. Características	34
b. Influencias	38
c. Narrativa	40
Capítulo 3: Pablo Picasso y el periodo azul	46
El arte en el naciente siglo XX.....	46
Breve biografía de Pablo Picasso	51
El periodo azul (1901-1904).....	57
La muerte de Casagemas.....	60
Lo que Paris dejó en Picasso	61
Capítulo 4: Análisis hermenéutico de las pinturas de Picasso	64
Modelo hermenéutico de análisis	64

Dimensión formal.....	65
Dimensión simbólica.....	66
Dimensión narrativa.....	70
a. La habitación azul.....	71
b. The Fortune.....	87
c. El Jardín de París.....	99
CONCLUSIONES.....	111
BIBLIOGRAFÍA.....	114
CIBERGRAFÍA.....	116
ANEXOS.....	118

Introducción

El tema acerca de la relación entre arte y publicidad ha sido estudiado con anterioridad, pero en el apartado que corresponde a la relación cartel-pintura lo común es encontrar estudios que parten desde el ámbito artístico hacia el publicitario, mientras que pocos van en sentido contrario: del publicitario al artístico.

A simple vista puede que dicho cambio de perspectiva no parezca relevante, pero su importancia cobra sentido cuando se entiende que también existen una serie de aportaciones por parte de la publicidad al arte. Tan sólo en el siglo XX, las relaciones entre publicidad y arte se estrecharon tanto que las colaboraciones entre ambos se volvieron comunes, así artistas de las vanguardias como Man Ray, René Magritte y Sonia Delaunay trabajaron indistintamente como artistas publicistas.

Aunque no es explícito, en la Historia del Arte se priman las habilidades artísticas sobre las proezas publicitarias, por eso personajes como Chéret y Henri de Toulouse-Lautrec, que consolidaron al cartel como un medio publicitario y por ende como un medio de comunicación, figuran en la Historia como artistas y no como publicistas, a pesar de sus aportaciones a este campo.

No obstante, a quien compete el análisis de las estructuras y el lenguaje publicitario y su relación con el arte, es a la Comunicación; ciencia que no puede permanecer ajena a este tema dado que éste pertenece a su campo de estudio.

Por ende, un estudio como el de esta tesis resulta enriquecedor para las Ciencias de la Comunicación, ya que el cartel es un medio de comunicación que en justa medida merece ser analizado desde diferentes frentes, pues en su interior da cabida a diferentes lenguajes, dos de los cuales serán abordados especialmente en este trabajo: el artístico y el publicitario.

Es así que el objetivo de esta tesis es analizar la relación entre publicidad y arte, a través del trabajo artístico de Pablo Picasso y la influencia que recibió de los carteles publicitarios de Henri de Toulouse-Lautrec.

Debido a la naturaleza del tema, éste requiere que también se lleve a cabo una revisión sobre lo que se entiende por los términos “publicidad” y “cartel”. De tal manera que este trabajo reúne la información que hoy en día se tiene, tanto de la historia del cartel como de la historia de la publicidad, con el fin de definir y analizar la evolución de dichos términos desde el auge del cartel en la *belle époque* (1870-1914) hasta la actualidad.

Después de una revisión general sobre la historia del cartel, su estudio continúa desde un personaje clave para su formación: Henri Toulouse-Lautrec, renombrado cartelista y pintor francés, cuyos aportes sirvieron para formar y consolidar al cartel como un medio de comunicación.

Posteriormente se comienza a desarrollar un análisis hermenéutico sobre la influencia de la publicidad en el arte y del cartel sobre la pintura, para lo cual se examina el impacto que tuvieron los carteles de Toulouse-Lautrec en el pintor español Pablo Picasso.

Por último, se hace un estudio hermenéutico de tres obras del artista español, dentro del cual se toman en cuenta las semejanzas que guardan dichas pinturas con algunos de los carteles de Toulouse-Lautrec. Estas obras son: *La Habitación Azul*, *The Fortune* y *El Jardín de París*.

El resultado de este análisis permite determinar parte de los elementos que el ámbito artístico ha retomado de la publicidad y da una lectura general sobre cómo ha influido la publicidad en la pintura de principios del siglo XXI. Asimismo, ejemplifica cómo la relación publicidad-arte va más allá de sólo compartir elementos técnicos o mostrar los beneficios que se ganan al llevar el arte a las calles, tal como Picasso aprendió y supo aprovechar.

Es así que Pablo Picasso fue uno de los nombres que desfilan entre la lista de pintores que no sólo se nutrieron artísticamente de la publicidad, sino que en algún momento llegaron a ejercerla en favor suyo, pues el pintor llegó a elaborar sus propios carteles y así hacer publicidad de sus exposiciones, pero también optó por realizar publicidad para otros, lo que fue una gran oportunidad para él, pues le sirvió para obtener sustento y así sobrevivir a los que serían los años más duros de su carrera.

Esta tesis muestra con un ejercicio de análisis hermenéutico cómo la publicidad y la comunicación crecieron con las habilidades artísticas de Lautrec; y cómo la pintura y el arte crecieron con los conocimientos publicitarios de Picasso.

El cartel, entre la publicidad y el arte

“¡El cartel, no hay nada más!”

Henri Toulouse-Lautrec

El cartel es un medio de comunicación que desde sus orígenes ha retomado elementos artísticos para potenciar su capacidad para atraer al espectador. Sin embargo, también ha sido ocupado por diversos artistas como un medio de expresión, ya que en él no encontraron las rigideces académicas que se imponían en el lienzo.

El cartel ha llegado a ser definido como “un grito en la pared”, esto porque una de sus funciones principales es ser llamativo para atraer la atención del espectador, para lo cual se ha valido más de una vez del uso de elementos artísticos. Es más, sin la ayuda del diseño difícilmente podría decirse que aquel grito en la pared es efectivamente un afiche.

Aunque es un medio de comunicación, el cartel tiene una relación muy estrecha con la publicidad, la cual ha encontrado en él a un poderoso aliado para hacerse escuchar y ver. De tal suerte que gracias al cartel, desde hace varios años, la publicidad y el arte han compartido un mismo espacio, una misma pared, una misma voz.

Es así que para poder comprender al cartel y su función es necesario revisar cuál fue su historia para conocer por qué nació este medio, quién lo consolidó y, lo que más importa en este trabajo, cuál es su relación con el arte y con la publicidad, respectivamente.

Lo anterior nos lleva a preguntarnos por el significado de los términos “arte” y “publicidad”, ya que aunque el segundo no ha variado mucho a lo largo de su historia, no puede decirse lo mismo del primero, el cual ha visto destrezas tan diferentes entre sí ser catalogadas como obras de arte.

Al mismo tiempo, es necesario hacer énfasis entre el término de publicidad actual y el que se tenía en la *belle époque*, momento histórico al que corresponde este estudio.

¿Qué es publicidad?

Hoy en día, sería difícil deslindarse del universo publicitario, para empezar porque hay marcas en casi todos los objetos a la mirada: ropa, muebles, perfume, calzado, electrodomésticos, inclusive la pintura de las paredes. No obstante, ¿qué es exactamente la publicidad y cómo llegó a ser una parte tan común en la vida de cualquiera?

El inicio de la publicidad ha sido situado desde tiempos muy remotos, hay quien afirma que las pinturas rupestres son una forma de publicidad¹; otros toman como punto de partida un papiro egipcio donde un vendedor de tejidos ofrece una recompensa por un esclavo, y de paso recomienda su negocio; otros más señalan los vestigios de antiguos carteles hallados en Pompeya.²

No obstante, aunque no hay un consenso sobre el origen de la publicidad, es innegable su estrecha relación con el mercado, razón por la cual su desarrollo va ligado a la evolución de éste. Por tal motivo, Mark Tungate³ dice: “no es osado afirmar que la publicidad ha estado entre nosotros desde hace tanto tiempo como los productos para vender; ha sido un medio para inflar su valor, desde el vendedor que gritaba por la calle hasta el folleto que se clavaba en un árbol”.

Ahora bien, desde antes de la industrialización, la publicidad había encontrado cobijo entre los volantes y las hojas de cuadernos de noticias,⁴ pero sería con la imprenta (invención del alemán Johannes Gutenberg) que la publicidad daría el primer paso hacia su desarrollo como una industria en forma.

¹ TUNGATE, Mark. *El universo publicitario. Una historia global de la publicidad*, Barcelona: Gustavo Gili, 2008, p. 22.

² CHECA GODOY, Antonio. *Historia de la publicidad*, España: Netbiblo, 2007, p. 3.

³ TUNGATE, Mark. *Op. cit.* p. 22.

⁴ C. O'GUINN, Thomas. *Publicidad*, México: COLOR S.A., 1999, p. 59.

La publicidad en la *belle époque*

Usualmente se denomina *belle époque* al periodo que corresponde de 1870 al inicio de la Primera Guerra Mundial, momento caracterizado por un bienestar social para las clases alta y media de los países industrializados, principalmente en Europa. Además, el surgimiento de la burguesía y la economía de consumo alientan la idea de progreso, por lo que las personas se muestran optimistas.⁵

El desarrollo pleno de la industria publicitaria llegó en el siglo XIX, a partir de la Revolución Industrial, momento en que comenzaron los mercados urbanos concentrados y los avances tecnológicos permitieron que los fabricantes pudieran producir en serie, lo que a su vez provocó una abundancia de productos que necesitaban ser diferenciados de los de la competencia y por ende ser reconocidos por los clientes.

Fue entonces cuando se dejaron de vender los productos a granel y nacieron las marcas como una garantía y argumento de venta, ya que si un producto llevaba una firma significaba que todos los bienes que llevaran la misma signatura, tendrían la misma calidad.

Como señala Tungate, durante esta época los fabricantes comenzaron a poner especial cuidado en el empaquetamiento de su mercancía tanto para proteger las propiedades y calidad, como para crear una relación con el cliente a través de su marca.

El producto con marca costaba más que el tradicional, pero el consumidor respondió a la publicidad solicitando, cada vez más, los productos marcados y empaquetados en sus envases tradicionales. Eran más higiénicos, mejor conservados y con una calidad constante y garantizada. Ya no acudían a la tienda en busca de una mercancía, sino en busca de una marca.⁶

⁵HERNÁNDEZ, María Jesús. "Un mundo cambiante. Sociedad de principios del siglo XX. Añorada Belle époque", [online]. *El Mundo*, <http://www.elmundo.es/especiales/primera-guerra-mundial/mundo-cambiante/la-belle-epoque.html>, [consulta: 15 de septiembre de 2015].

⁶EGUIZÁBAL, Raúl. *Historia de la publicidad*, 2ª ed., Madrid: Fragua, 2011, p.168.

Posteriormente se buscaron formas de anunciar las marcas con el fin de que los futuros clientes las reconocieran. Al comenzar con este proceso, los fabricantes y los minoristas se dieron cuenta de un incremento considerable en sus ventas, lo que dio pie al surgimiento de las primeras campañas publicitarias.

Uno de los primeros iconos de la publicidad fue el anuncio “Burbujas” de jabón Pears, marca de la compañía A&F Pears, con la cual colaboró el publicista Thomas Barret. Esta campaña fue una de las primeras en contar con una celebridad (Lillie Langtry) y en sacar provecho del arte, pues el diseño de los carteles fue elaborado por el artista sir John Everett Millais.⁷

Por otra parte, las innovaciones tecnológicas en la imprenta hicieron posible que los periódicos florecieran en grandes cantidades, lo que los convirtió en medios masivos y en espacios más idóneos que nunca para anunciarse. Además, durante este periodo, en Francia, comenzó el auge del cartel.

Con las nuevas industrias llegaron nuevas marcas que se posicionaron en el mercado por medio de la publicidad. Sin embargo, al ser pocos los publicistas consagrados, partes esenciales de las marcas, su presentación visual eran encargadas a aficionados. El ejemplo más claro es el logotipo de Coca-Cola, marca que nació en 1876, hecho por Frank M. Robinson, un amigo de Pemberton, el creador de la bebida.

Pero a partir del siglo XX, los grandes fabricantes comenzaron a ser conscientes de la importancia de sus marcas, de cuya percepción depende la confianza del público. La publicidad aprovechó este nuevo interés y lo volvió parte de sus servicios, con lo que atrajo y consolidó la relación con sus clientes.⁸

No obstante, habría que esperar hasta los primeros años del siglo XX, para que aparecieran los ilustradores comerciales, con lo que la publicidad comenzó a abrirse camino en la cultura popular.⁹ Estas nuevas figuras surgieron primero en

⁷TUNGATE. *Op. cit.*, 24 p.

⁸EGUIZÁBAL. *Op. cit.*, p. 169.

⁹TUNGATE. *Op. Cit.*, 29 p.

Estados Unidos, ya que en Europa todavía se acostumbraba a encargar los diseños de carteles a artistas consagrados.

Con el tiempo, la importancia de un acertado diseño y nombre de marca cobraría cada vez más mayor relevancia, por lo que prácticas como la de nombrar a la marca con el mismo nombre de su fundador serían abandonadas. Kodak sería la primera en tener un nombre original, ya que George Eastman, su fundador, acertadamente creía que un "nombre comercial debía ser corto, fácilmente deletreable, sin significado y de vigorosa e individual personalidad."¹⁰

Sin embargo, la publicidad no era bien vista en todas partes, ya a mediados del siglo XIX, en Estados Unidos era considerada una práctica poco honorable y vergonzosa, ya que se le asociaba inmediatamente con las medicinas de patente que prometían curar todo tipo de males.¹¹ Para 1871, en la mayoría de los edificios de New York, era común encontrar letreros que prohibieran la entrada a buhoneros, vendedores de libros y publicitarios.¹²

Esta mala reputación se mantuvo sobre todo en los sectores bancarios, donde recurrir a la publicidad era una clara señal de que el empresario era de dudosa fiabilidad.¹³

Además, a finales del siglo XIX, la publicidad se mostraría astuta y confiada. Los anuncios se salieron de su sección prevista en los periódicos, para alojarse en cualquier página; los edificios comenzaron a desaparecer detrás de vallas publicitarias; e inclusive los letreros llegaron hasta los trenes y los acantilados.

Las personas no estaban acostumbradas a esta intrusión publicitaria, por lo que se mostraron molestas. Ante esto, comenzaron a surgir organizaciones como la *Society for the Checking of Abuses in Public Advertising* (SCAPA) en 1898, cuyas feroces críticas impulsaron, a su vez, la creación de organizaciones contrapuestas

¹⁰EGUIZÁBAL. *Op. Cit.*, p. 171.

¹¹O'GUINN. *Op. Cit.*, 60 p.

¹²EGUIZÁBAL. *Op. Cit.*, p. 222.

¹³*Ibid.* p. 169

como la *Advertisers' Protection Society* en 1900, cuya tarea se centra en ayudar y defender a la industria.

La percepción de la publicidad como una práctica poco honorable fue decayendo, en la medida que fabricantes honrados la utilizaban para anunciarse y, en especial debido a los esfuerzos de la prensa y la misma industria que trabajaron arduamente durante el siglo XX para ganarse al público. De tal forma que el despliegue de marcas históricas como Kodak o Coca-Cola, así como la aceptación de nuevas mercancías como el automóvil y la comida precocinada, fueron fruto del trabajo publicitario.

Debido a la cercanía que tuvo la publicidad con la prensa desde sus orígenes, ésta era entendida como información comercial. Raúl Eguizábal¹⁴ cita un ejemplo que data de 1845, año en que *La Presse* publicó el 29 de abril, el manifiesto de Émilede Girardin sobre el ámbito publicitario, cuyas ideas están centradas en el anuncio.

La definición de publicidad como información se mantendría hasta los primeros años del siglo XX, cuando John E. Kennedy la definió como un instrumento de venta (*salesmanship in print*). "Podríamos decir que con Kennedy, el publicitario pasa de ser un 'periodista de anuncios' a ser un vendedor que emplea el periódico como su vehículo comunicativo."¹⁵

Hasta entonces la publicidad era información comercial ("la publicidad es noticia") o era notoriedad ("la publicidad consiste en mantener siempre tu nombre a la vista", así la entendían -por ejemplo- los fabricantes de detergentes, primero Pears y luego Ivory) o se identificaba con el plan de medios ("publicidad sería gastar dinero en los periódicos apropiados").¹⁶

Es así que hasta finales de la *belle époque*, en 1904, comenzó a verse a la publicidad como una herramienta para acercar al vendedor con el cliente, a través de la persuasión y no como una mera noticia o anuncio.

¹⁴*Ibid.*, p. 219.

¹⁵*Ibid.*, p. 220.

¹⁶*Ibid.*, p. 224.

La publicidad moderna

Tras la Primera Guerra Mundial, la publicidad dejó tras de sí su imagen negativa, para ser considerada una profesión respetable, ya que durante los años 20, consumir era símbolo de una economía estable y próspera. “El consumo no solamente era respetable, sino también esperado. El ciudadano común se había convertido en un “consumidor”.¹⁷

Durante esta década, la industria unió fuerzas con la psicología social para llegar a nuevos consumidores. Gillian Dyer¹⁸ señala que una forma de atraerlos era hacerlos sentir insatisfechos consigo mismos y utilizar sus inseguridades. Las críticas a estas nuevas técnicas de persuasión no se hicieron esperar, por lo que en 1924 se creó un código de ética por parte de la *International Advertising Corporation* (IAC).

De igual manera, durante estos años, alrededor del mundo comenzarían a fundarse las principales agencias publicitarias que a la fecha se conocen: Lord & Thomas¹⁹; James Walter Thomson (JWT); Batten, Barton, Durstine & Osborn (BBDO); Young & Rubicam (Y&R) y Publicis; entre otras.

Asimismo, esta época estuvo llena de figuras que hoy son leyendas en el universo publicitario: Claude Hopkins, Albert Lasker, John E. Kennedy, John E. Powers, Earnest Elmo Calkins, entre otros. Serían justamente personajes como éstos, quienes llevarían a la publicidad hacia lo que actualmente se conoce.

Lo que hoy se entiende por publicidad está construido bajo los logros de los publicistas de esta época. No se podría hablar de USP (*Unique Selling Point*), investigación de mercado, slogans y muchos otros conceptos, sin ellos. La industria publicitaria creció gracias a estos hombres, aunque la mayoría de ellos tenía otros planes para su vida, como ser historiadores o reporteros.

¹⁷ O'GUINN. *Op. Cit.*, p. 62.

¹⁸ DYER, Gillian. *Advertising and communication*, Londres: Richard Clay Ltd, 1989, p. 45.

¹⁹ Lord & Thomas posteriormente sería Foote, Cone & Belding (FCB).

Estas figuras supieron integrar conocimientos desde los terrenos de distintas ciencias: informática, psicología, sociología, estadística, antropología, con los de la vida cotidiana para conectar con su público meta. Además, supieron aprovechar los medios que había y los que se fueron desarrollando para integrarlos a su trabajo.

La publicidad ya no consiste sólo en anuncios o un trabajo del que se haga cargo cualquiera, sino que es una industria consolidada a nivel mundial, con sus respectivos profesionales y expertos.

Los creativos y redactores abogan por anuncios con frases cortas, sencillas y sinceras; grandes titulares y consagrados ilustradores para las tareas gráficas. Además, deben tomarse en cuenta ciertos reglamentos y leyes como *El Acta de Drogas y Alimentos Puros* (1906), que dan protección al consumidor.

A partir de los años 30, el radio tuvo su auge, se convirtió en el medio favorito de entretenimiento y noticias, así como un gran medio publicitario. Sin embargo, eran días difíciles, la publicidad también tuvo malos momentos como las demás industrias, aunque se recuperaría a la par de la economía después de la Segunda Guerra Mundial, pero a partir de entonces se enfrentaría a consumidores más exigentes, bien organizados y mejor informados.

La imagen publicitaria volvió a decaer durante el periodo de guerras, pues era común ver referencias al conflicto bélico y el patriotismo vinculadas a los productos, lo que no fue del agrado del público en general. Mientras que en los años 50, la desconfianza hacia la publicidad se alimentó de la paranoia estadounidense por el "control mental" y la publicidad subliminal.²⁰

No obstante, con el crecimiento de la economía llegó una explosión de consumo que se tradujo en televisores, teléfonos y electrodomésticos como enseres comunes en el estilo de vida americano. Más consumo, más publicidad.

²⁰O'GUINN. *Op. cit.*, p. 66.

Durante la siguiente década tendrían un papel importante las agencias Leo Burnett, Ogilvy y Mather, y Doyle, Dane, Bernbach, cuyos departamentos creativos serían los abanderados de la llamada "revolución creativa". Los anuncios de este periodo se caracterizaban por romper con los esquemas tradicionales de entonces: eran minimalistas, con textos sencillos y buen humor. Los ejemplos más icónicos son los de las marcas Avis y Volkswagen.

En los siguientes años la publicidad se encontraría, por un lado, con mayores restricciones debido a nuevas reglamentaciones formales y, por otra parte, con oportunidades sin precedentes, cortesía de los avances tecnológicos en comunicaciones, los cuales permitieron el desarrollo de aparatos como las grabadoras de vídeo, la televisión por cable y los reproductores de música.

Actualmente, la publicidad es una de las herramientas principales de la mercadotecnia, la cual se encarga de transmitir al público meta el valor de un producto o servicio.²¹ Además, las agencias de publicidad han diversificado sustancialmente sus servicios, lo que ha dado pie a la existencia de tipos nuevos de éstas como las agencias de relaciones públicas, de patrocinio, de marketing directo o las de promoción, etc.²²

Por lo tanto, una definición actual de publicidad engloba obligatoriamente al marketing. De acuerdo con Stanton, Etzel y Walker, en su libro *Fundamentos del marketing*, publicidad "consiste en todas las actividades enfocadas a presentar, a través de los medios de comunicación masivos, un mensaje impersonal, patrocinado y pagado acerca de un producto, servicio u organización."²³

Una definición más completa es la que brinda la American Marketing Association, al determinarla como

²¹ *Ibid.*, p. 15.

²² CHECA GODOY. *Op. cit.* p. 183.

²³ William J. Stanton, Michael J. Etzel y Bruce J. Walker. *Fundamentos de Marketing*, 14ª ed, México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, 2007, p. 552.

La colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas.²⁴

Con estas definiciones se entiende que la publicidad no es un recurso que intenta vender directamente una mercancía, sino que su función es la de comunicar, por cualquier medio posible, la existencia de un producto, servicio o idea, a través de mensajes que les den una apariencia favorable y deseable para un público específico.

Su historia puede parecer corta para algunos, pues tan solo 100 años atrás, apenas estaba consolidándose como industria. Sin embargo, no hay duda de que la publicidad se ha sabido adaptar a los tiempos, a las tendencias sociales y económicas, y sobre todo, a los nuevos medios.

Hoy esta industria sigue su crecimiento, se premia y se reconoce a ella misma por sus logros, a través de una serie de festivales que en su honor ha creado, donde la fiesta y la creatividad son los únicos invitados que no pueden faltar.

Con estas festividades, la industria publicitaria gana atención mediática y también atrae y retiene el interés de las grandes firmas comerciales, aun cuando esto signifique la rotación de marcas entre diferentes agencias, ya que las más premiadas son entendidas como las mejores y por lo tanto son con las que quieren estar las grandes marcas.

²⁴ *Dictionary* [en línea], AMA, Dirección URL: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx>, [consulta: 18 de septiembre de 2015].

¿Qué es arte?

Pocos conceptos han cambiado tanto de significado a través del tiempo como la palabra *arte*, por lo cual es obligatorio realizar un breve recorrido por la evolución de este concepto.

Dicho término proviene de la raíz griega *techne* que significaba destreza, por lo tanto, en la época clásica era considerado como artista todo aquel que tuviera la pericia para construir cualquier objeto, ya fuera una casa, una estatua, una prenda de vestir o, incluso, era artista quien sabía dominar un audiencia o mandar un ejército.²⁵

Tal como lo explica el filósofo polaco Wladislaw Tatarkiewicz, para ser diestro en algo se necesitaba seguir una serie de lineamientos. De tal manera que el concepto arte no era concebido sin la idea de regla, y todos aquellos trabajos que eran fruto de la inspiración, la creatividad o la fantasía no eran dignos de llamarse obras de arte.

Antiguamente no existía la diferencia entre arte y ciencia, sino todo lo contrario, ambas eran una misma; sin embargo, no tenían el mismo prestigio. Los griegos consideraban al esfuerzo físico como una faena de mal gusto, por lo que su concepción más general de arte consistía en la división de artes liberales o vulgares.

Las llamadas artes liberales eran aquellas que requerían un esfuerzo mental como la astronomía, gramática, lógica o la geometría; mientras que la arquitectura y pintura eran consideradas vulgares o comunes por el trabajo físico que requerían, lo cual implicaba que eran infinitamente inferiores a las primeras.

Cabe mencionar que en un principio, tanto la música como la poesía no eran consideradas destrezas, sino que estaban clasificadas dentro del ámbito de la

²⁵TATARKIEWICZ, Wladislaw. *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. España: Tecnos Alianza, 2004.

inspiración. Después de una serie de estudios, la música se integró a las artes, pues comenzó a ser vista como ciencia.

El caso de la poesía fue más particular, ya que su integración a las artes no se daría tan fácil, principalmente porque para los griegos el poeta era visto como un vate, alguien inspirado directamente por los dioses y no por las musas.

La noción de arte como destreza se mantuvo hasta la Edad Media aunque con ligeras variaciones, el término “artes vulgares” se cambió a “artes mecánicas”, las cuales se subdividieron en siete, de acuerdo con Radulf de Campo Lungo, éstas eran: *arsvictuaria, lanificaria, architectura, suffragatoria, medicinaria, negotiatoria* y *militaría*.

Dicho sistema de conceptos comenzó a transformarse hasta la época del Renacimiento, cuando ocurrieron dos cambios importantes: "En primer lugar, los oficios y las ciencias tuvieron que eliminarse del ámbito arte, e incluirse la poesía; y en segundo lugar, hubo que tomar conciencia de que lo que queda de las artes [...] constituye una entidad coherente, una clase separada de destrezas, funciones y producciones humanas."²⁶

Una razón importante por la que iniciaron estos cambios mencionados por Tatarkewicz, fue porque los artistas comenzaron a valorarse más y a considerarse mejores que los artesanos, esto implicó un cambio social que los llevó a buscar diferenciarse profundamente de ellos.

Separarse de las ciencias no fue tan sencillo como distanciarse de los oficios. Por un tiempo, los artistas optaron por ser considerados y compartir estatus con los eruditos, manía que se ve reflejada en el ideal renacentista por calcular las obras con el uso arduo de las matemáticas.

La separación con las ciencias tuvo lugar hasta finales del Renacimiento, gracias a las objeciones de figuras como Miguel Ángel y Galileo. No obstante, la palabra

²⁶TATARKIEWICZ. *Op. cit.*, p. 43.

arte aún distaba de significar lo que es hoy en día, antes tuvo que existir un término que englobara e integrara a todas las faenas artísticas.

El primer intento en acercarse a dicho término fue “artes de diseño”, el problema era que su definición dejaba fuera a la música, la poesía y el teatro. Se buscaron durante dos siglos otros conceptos. Estas tentativas derivaron en nuevas clasificaciones de las artes, y uno que otro término de trascendencia como “artes visuales”.

En el siglo XVI, Francesco de Hollanda creó la expresión “bellas artes”, la cual pasaría sin pena ni gloria en un inicio, hasta que François Blondel la utiliza en su texto *Coursd' architecture*, en el cual vincula a las artes entre ellas por medio de una característica en común: la belleza.

El término “bellas artes” fue totalmente adaptado después que otro autor lo utilizara y completara, se trata de Charles Batteux, quien creó una lista donde incluía un total de siete artes: pintura, escultura, música, poesía, danza, arquitectura y elocuencia. Esta clasificación se aceptó universalmente.

Sin embargo, los criterios para decidir qué era una obra de arte y qué no, comenzaron a diluirse con el paso del tiempo. En un principio se tomaba en cuenta la belleza, el grado de seriedad o la expresión; pero poco a poco estos requisitos fueron pasado a un segundo plano.

Además, siguiendo a el filósofo polaco, la asimilación de ciertas ideas como: "el arte debe fusionarse con la realidad", "el arte está en la calle" y "lo más importante es la creatividad", también han contribuido mermar el concepto moderno de arte.

De igual forma, los artistas comenzaron a dudar entre expresarse a sí mismos o producir para los grandes medios de comunicación y para el mercado. A esto hay que sumarle que había presión sobre ellos para que fueran vanguardistas, lo que significaba ser innovadores, extremistas y con cambios constantes en su estilo.

Entonces, la problemática para definir al arte aún continúa, conceptos subjetivos como “belleza” o “estética” no son suficientes para sostener una definición; de la

misma manera que términos como “creatividad” y “reproducción” o “representación” no pueden encasillarse sólo en el ámbito artístico. Mismo caso, cuando se habla de arte como expresión, esto sólo habla del artista y hablar de experiencia o impresión sólo remite al receptor.

Ernst Gombrich en su libro *Historia del Arte*, ya hacía alusión acerca de que ciertas obras pueden atraernos por sus “temas bonitos”, a la par que otras, a pesar de ser bellas, nos alejaban porque nos remiten a algún recuerdo desagradable o a simple vista nos parecen encantadoras.²⁷

Para ejemplificar esto el autor muestra dos dibujos, el primero es el retrato de un infante, se trata de Nicolás, el hijo del artista flamenco Pablo Rubens, quien naturalmente es el autor de la obra; el segundo es el retrato de la madre anciana del pintor alemán Alberto Durero. Ambas piezas son grandes obras, pero la segunda por su crudeza podría no entrar en el apartado de “temas bonitos”.

Por todo lo anterior y otras cuestiones más, son por las cuales algunos autores como el mismo Gombrich, han determinado que no se puede llegar a construir una definición de arte universalmente aceptada.

No obstante, Tatarkiewicz dice que una definición del arte debe tener en cuenta la intención – necesidad de perpetuar la realidad y expresarse — como el efecto – sentimientos de deleite, éxtasis, sorpresa, emoción o choque —. Tomando en cuenta estas características brinda la siguiente definición:

El arte es una actividad humana consciente capaz de reproducir cosas, construir formas, o expresar una experiencia, el producto de esta reproducción, construcción, o expresión puede deleitar, emocionar o producir un choque.²⁸

El autor defiende su nueva definición a partir de que ésta no contiene conceptos ambiguos como “belleza” o “bonito”; y porque dice, está de acuerdo con la experiencia del historiador.

²⁷ GOMBRICH, Ernst Hans. *La Historia del Arte*, 16a ed., México: Editorial Diana, 1995.

²⁸ *Ibíd.*, p. 67.

Ahora bien, para el filósofo alemán Walter Benjamin, la historia del arte se puede concebir como la disputa entre dos corrientes: el valor de culto y el valor de exhibición.

Por un lado, con valor de culto se refiere a que todas las obras que hoy se consideran artísticas, fueran hechas no con el fin de ser exhibidas, sino como objetos rituales, imágenes al servicio de la magia y la religión.²⁹

Mientras tanto, el valor de exhibición conlleva un cambio de función del arte, pues como su nombre lo indica su valía radica en ser exhibido, lo que a su vez implica una relación comercial o de intercambio. Se despoja al arte de su aura ritual, aunque no se les termina de separar por completo.

Tomando lo anterior se puede concluir que el arte es un fenómeno histórico, razón por la cual su definición no se puede separar de su momento y espacio, es decir, de su ámbito histórico y cultural.

Es precisamente esta naturaleza histórica la que permite que el arte sirva como un documento o registro sobre acontecimientos del pasado, por medio de los cuales se pueden revelar sentires religiosos, espirituales, personales, etcétera.

Así, el arte es una actividad humana que se sostiene de los sistemas formales y conceptuales, para generar piezas con unidad de forma y contenido, las cuales responden a los valores estéticos, discursivos y mitológicos de su época.

Breve historia del cartel

El cartel, siguiendo a Raúl Eguizábal³⁰, es un anuncio privado u oficial, impreso sobre papel o tela que se coloca en un lugar público abierto o cerrado. De acuerdo con John Barnicoat³¹, el cartel moderno nace en 1870 en cuyo periodo las

²⁹BENJAMIN, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, México: Itaca, 2003, p. 53.

³⁰EGUIZABAL, Raúl. Estudio y análisis de los carteles. *Memoria de la seducción: carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional de España*. España: Biblioteca Nacional de España, 2002, p. 9.

³¹BARNICOAT, John. *Los carteles: su historia y su lenguaje*, España: Gustavo Gili, 1972, p. 7.

innovaciones litográficas permitieron tanto la producción a color como la producción en serie.

No obstante, puede rastrearse su origen hasta la Antigüedad, aunque es durante el Imperio Romano cuando su uso se generaliza y se comienza a buscar que cada pieza sea única y con una ubicación visible. Los anuncios de aquel entonces eran elaborados con pintura sobre pared encalada, papiros o tablillas de arcilla.³²

Mientras que en China se han encontrado vestigios de anuncios de principios del siglo VIII, los cuales eran elaborados con pintura al fresco sobre el muro. A partir de la Edad Media es notorio un decaimiento sobre el uso de este medio de comunicación hasta la invención de la imprenta.

Tras la invención de Gutenberg, se crearon más y nuevos anuncios, aunque éstos no cumplían con todas las características formales para ser considerados carteles. Sin embargo, no puede negarse que son los antecesores del cartel moderno.

Algunos ejemplos de anuncios que surgieron a raíz de la imprenta, son los trabajos del inglés William Caxton (1422-1492), quien aprendió el oficio de editor en Colonia, Alemania, para después ser el primero en llevar dicho conocimiento a Inglaterra, así como ser el primero en imprimir un anuncio en dicho país. Sus obras no son consideradas carteles, entre otras características, porque están pensadas para ser repartidas como hojas volantes.

Para el año de 1520 comienzan a surgir los anuncios tipográficos de teatro y los anuncios de indulgencias, estos últimos por parte de la Iglesia, la cual supo aprovechar el potencial de dicho medio.

En el siglo XVIII, los teatros madrileños utilizaron tanto los carteles que lo usual era que en sus presupuestos se dedicara un apartado para este tipo de publicidad, a la que nombraron carteles de vísperas, pues éstos eran colocados un día antes de la función. A finales de este siglo surgió también el cartel de circo.

³²CHECA GODOY, Antonio. *El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda*, 2ª ed, España: Advook, 2014, p. 19.

Asimismo, durante este siglo comenzó a tomar forma el cartel político, cuyos primeros vestigios, una vez más, datan del Imperio Romano, aunque como explica el autor Antonio Checa Godoy, es durante la Revolución Francesa que se convierte en un cartel revolucionario, lleno de símbolos, cuya función va más allá de llamar la atención del espectador, de anunciar un producto o un espectáculo:

Más que seducir, como el cartel comercial posterior, busca sobre todo explicar, convocar, prevenir o contrarrestar. Dada la prematura y modestia con que se realizan, apenas tienen grabados con imagen, domina el texto, aunque es frecuente que los tipos de letra, grandes en la parte superior para llamar la atención, vayan perdiendo tamaño conforme avanza el texto.³³

A partir del siglo XIX, el número de empresas crece, un mismo producto es producido por una o más compañías, siendo su único diferenciador la marca, razón por la cual los fabricantes se abocan cada vez más a la publicidad, quien encuentra en el cartel a un poderoso aliado.

Siguiendo al escritor español Checa Godoy³⁴, a principios de dicho siglo, el cartel tipográfico a blanco y negro es el que domina las calles de París y Londres, pues es el medio predilecto, ya que su regulación aún no contempla los impuestos.

Aunque estos anuncios aun no cumplen con las características de un cartel moderno, su riqueza es innegable. Ejemplo de ello son los trabajos citados por Barnicoat³⁵, entre los que se encuentran: *History of Napoleon* de Denis Auguste Raffet y *Don Quichotte* (1845) de Tony Johannot (1803- 1852), los cuales se relacionan más con la imprenta que con la publicidad.

Ahora bien, tal como explica Carlos Pérez en *El cartel europeo 1888-1938*:

“Desde este año [1477] y hasta mediados del siglo XIX, los anuncios consistieron en impresos a una tinta, en pequeño formato, estrechamente relacionados con el mundo del libro y de la primitiva imprenta, que se elaboraba a partir de palabras y representaciones gráficas estandarizadas

³³ *Ibid.* p. 20.

³⁴ *Ibid.* p. 23.

³⁵ BARNICOAT. *Op. cit.*, p. 8.

(los antecedentes de los posteriores recursos ornamentales, como las orlas, los bigotes, los grabados y los perfiles, que durante mucho tiempo figurarían en la caja de tipos del impresor). Pero es necesario advertir que todas aquellas obras, por sus características, no se pueden valorar como carteles”³⁶

Es hasta 1869, con los trabajos litográficos a color de Jules Chéret (1836-1933) que nace el cartel moderno, pero sería Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901) quien lo consolidaría como forma de expresión lejos de las ilustraciones para libros y de la pintura de caballete.³⁷

Los trabajos de Chéret han sido descritos como obras de arte, específicamente, como una nueva forma de arte mural, cuyo soporte no son lienzos de salón, sino la calle, ya que en su estilo se percibe la clara influencia de pintores como Giovanni Battista Tiepolo o Jean-Honoré Fregonard, la cual supo mezclar con lenguaje del arte popular circense y los repertorios plásticos de los decorados de los teatros.

Estos carteles pudieron llegar al público gracias a los avances en las técnicas de impresión, en primer lugar gracias a la litografía, invención de Alois Senefelder; pues a pesar de que en un principio esta técnica era tardada y costosa, a partir de la innovación de tres colores de Chéret, el resultado fue tal en cuanto a la calidad de colores y textura que transformó al cartel en un medio con gran potencial.

Senefelder trabajaba con planchas de cobre a las cuales remplazó por bloques de piedra caliza bávara a las que añadía un corrector grasoso hecho a base de humo, agua de lluvia, jabón y cera. Esta mezcla, al ser grasosa, absorbía sólo la tinta y repelía el agua, por lo que el inventor sólo tenía que mojar la piedra, aplicar la tinta y así usar ésta para imprimir sobre papel.³⁸

³⁶PÉREZ, Carlos. “El cartel moderno europeo. (Notas para una exposición)” en *El cartel europeo 1888-1938*, Museo Picasso Málaga, 2012, p. 15.

³⁷BARNICOAT. *Op. Cit.*, p. 25.

³⁸Museum of Fine Arts. *Lithography's First Half Century: The age of Goya and Delacroix*, Lunenburg, Vermont, Boston: The Stinehour Press, 1996, p. 56.

No obstante, la litografía tal como la conocemos en la actualidad fue finalmente desarrollada hasta 1798, gracias a la perseverancia de Senefelder, aunada a un método de prueba y error.

La palabra litografía proviene del vocablo francés *lithographie* que significa escritura en piedra, este término se popularizó hasta 1805. Antes de esto algunos de los nombres con los que se conocía a la nueva técnica de impresión eran: *chemicalprinting*, *steindruck* o *stone-printing*. El término litografía se adoptó oficialmente por el propio Senefelder.

A lo largo del siglo XIX, cuando el uso de la litografía se va generalizando, los artistas comienzan a acercarse a este método porque su capacidad para reproducir imágenes originales les resulta atrayente. Artistas neoclásicos como Anne Louis Girodet-Trioson y Pierre Narcisse Guérin realizan elegantes dibujos litográficos para demostrar a la burocracia parisina la viabilidad artística del medio.³⁹

De igual forma, gracias a los trabajos de Chéret y Lautrec, varios artistas voltearon a ver al cartel como un medio para expresarse, uno que atraía por su lejanía con el academicismo y su difusión masiva. Manet, Klimt, Moser, Olbrich, Oller, Ramon Casas, son algunos de los nombres que desfilaron por este medio.

En la década final del siglo XIX, los afiches tuvieron una gran proliferación, no solamente en Francia, sino en otras ciudades de Europa y Estado Unidos, principalmente. Durante esta década el cartelismo llegó a su apogeo: se hacían ediciones especiales para los coleccionistas; comenzaron las exposiciones en Paris y Estados Unidos; las personas incluso robarían los carteles de las calles con tal de hacerlos propios.⁴⁰

De acuerdo con John Barnicoat, este entusiasmo no duraría mucho y para inicios del siglo XX, ya sólo sería una faena de unos cuantos especialistas. Sin embargo,

³⁹*Ibid.*, p. 5.

⁴⁰BARNICOAT. *Op. cit.*, p. 42.

Carlos Pérez⁴¹ señala no sólo que dicho apogeo se mantuvo durante las primeras cuatro décadas del siglo XX, sino que también fue un fenómeno internacional que consolidó al cartel como una vertiente del arte y un vehículo idóneo para transmitir ideas.

Algunos de los cartelistas más destacados de esa época son:

- Alphonse Mucha (1860-1939), quien se colocaría como uno de los principales expositores del *Art Nouveau*, estilo que predominaría entre las artes decorativas hasta inicios de la Primera Guerra Mundial.
- Eugene Grasset (1845-1917), artista de origen suizo, inició su carrera trabajando en las artes decorativas, ilustración de libros, carteles, tarjetas postales, calendarios y catálogos. A finales del siglo XIX se mudó a Estados Unidos y llevó consigo al *art nouveau*.⁴²
- Theophile Alexandre Steinlen (1859-1923), “ el cartelista de los gatos”⁴³, ya que el felino se volvió su motivo más representativo y repetitivo en su obra cartelista. En sus últimos años dejó el cartel para educarse enteramente a la pintura.
- Pierre Bonnard (1867-1947), aunque se dedicó más a la pintura que a los carteles, sus afiches e ilustraciones son bastante reconocidos, especialmente por el uso de la ironía y la influencia de motivos japoneses.
- Ramón Casas (1866-1932), pintor español, reconocido como uno de los principales retratistas de la burguesía española. Su obra cartelista más célebre es para la marca Anís del mono, por la cual sería considerado el “Chéret catalán”.⁴⁴

Llegado a este punto, Carlos Pérez recuerda el caso de Bibendum, la mascota-logotipo de la empresa de neumáticos Michelin, la cual nació de los carteles que

⁴¹PÉREZ. *Op. Cit.* p. 16.

⁴²CHECA GODOY. *El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda. Op. cit.*, p. 32.

⁴³*Ibid.*, p. 33

⁴⁴ "Enciclopedia online. Casas y Carbó, Román" [online]. *Museo Nacional del Prado*, <https://www.museodelprado.es/enciclopedia/enciclopedia-on-line/voz/casas-y-carbo-ramon/>, [consulta: 4 de septiembre de 2015].

trabajó O´Galop (seudónimo de MariusRossillon) con los hermanos Michelin⁴⁵. Un claro ejemplo de cómo el arte cartel puede permear en la imagen de marca.

Algunos de los movimientos artísticos que tuvieron lugar durante esta época fueron el Art Nouveau, el Bauhaus, el cubismo, el constructivismo, el De Stijl y el Art Decó entre otros. Cada nuevo estilo heredaría una innovación al cartel del siglo XX, el cual también comenzaría a adoptar elementos provenientes de la psicología, la fotografía y el cine.

Los carteles modernos eran piezas sumamente artísticas, donde la publicidad figuraba casi en segundo plano, pero el cartel de la vanguardia, aquel que surgió en la segunda década del siglo XX, daría un giro diferente al ceder, sin titubeos, el asiento preferente a la publicidad. Los productos, servicios y marcas tomarían los primeros planos.

Algunos cartelistas destacados de esta época son: el ucraniano Cassandre seudónimo de Adolphe Mouron, Jean Carlu, Paul Colin, Francis Bernard, Roger Broders y Lazlo Moholy-Nagy, conocido por ser uno de los introductores del cartel de fotomontaje, entre otros.

Cassandre fue uno de los primeros diseñadores en ver al cartel como una “máquina de anunciar”, para él este medio tomaba elementos del arte y de la decoración, sin que por esto perteneciera a ninguno de estos ámbitos: “la pintura es un fin en sí misma, el cartel es el medio para llegar a un fin, un medio de comunicación entre el comerciante y el público”⁴⁶

A su vez, Paul Colin abrió una escuela de cartelistas en París en 1930, la cual acogió a miles de futuros publicistas durante las cuatro décadas que estuvo

⁴⁵G. CRESPO, Txema. "La primera mascota publicitaria" [online], El País, 23 de marzo de 2006, http://elpais.com/diario/2006/03/23/paisvasco/1143146414_850215.html, [consulta: 3 de septiembre de 2015].

⁴⁶ BARNICOAT. *Op. Cit.*, p. 81.

abierta.⁴⁷ La profesionalización gráfica afectaría al papel de los carteles en general.

John Barnicoat señala que la posición de los diseñadores profesionales quedó asentada en los años sesenta, con la presentación de la revista gráfica *Newe Grafik*:

El diseñador moderno ya no es el servidor de la industria, como tampoco es ya un dibujante publicitario, ni un artista creador de carteles originales; actúa independientemente, proyectando y creando la obra total, impregnándola con todo el peso de su personalidad, por lo que su diseño determina muy frecuentemente la forma real del producto que está tratando.⁴⁸

Con los diseñadores a cargo del aspecto formal de los carteles, y con la publicidad engrasando las tuercas, durante los siguientes años, los motivos representados fueron tomando aspectos eróticos con mayor frecuencia. Sin embargo, no se abandonaron las influencias provenientes de corrientes artísticas pasadas, al contrario fueron retomadas.

En las últimas décadas el cartel halló nuevos hogares, ya no sólo las paredes, ahora está en las paradas de los camiones y otras marquesinas, en los centros comerciales, en los pasillos del cine y en casi todos los lugares con gran tránsito público. No obstante, ya no es un medio primordial para la publicidad.

La fotografía se ha convertido en la aliada principal, así sea en blanco y negro o a color; se cuida mucho la estética, la tipografía y el contenido de los textos. A su alrededor han aparecido nuevas reglamentaciones, así como acusaciones de contaminación visual, pero su demanda no se ve afectada. Hoy en día, casi todos los eventos, festivales, causas sociales, productos, servicios, instituciones y organizaciones, recurren al cartel para anunciarse.

Sin embargo, a pesar de ser un medio en sí mismo, el cartel debe adaptarse a nuevos soportes, específicamente a los digitales, al respecto Antonio Checa

⁴⁷ CHECA GODOY. El cartel: dos siglos de publicidad y propaganda. *Op. Cit.* p. 43.

⁴⁸ BARNICOAT. *Op. Cit.*, p. 122.

Godoy explica: "El cartel en pantalla no tiene la dimensión y el impacto visual del impreso, su mensaje a través de la pantalla es mucho más individualizado que en el muro, a cambio ofrece la ventaja de no deteriorarse fácilmente y poder ser conservado mejor."⁴⁹

No obstante, las ventajas no sólo se quedan ahí, el soporte digital brinda nuevas posibilidades al cartel con las que antes ni siquiera se soñaba. Hoy en día es posible que el cartel tenga sonido, video y, además, que sea interactivo. El receptor ya no es sólo un agente pasivo, ahora es capaz de dar una devolución y participar activamente y de forma personal con el mensaje. En este sentido un banner podría considerarse un cartel digital.

Otra ventaja y una de la que la publicidad y el marketing se aprovechan bastante, es la segmentación tan específica que permite el formato digital. A través de las pautas digitales, es posible que las marcas lleguen a grupos de mercado muy determinados, por edad, el lugar dónde viven, su género, y hasta por sus hábitos de consumo en línea. Esto permite que se generen carteles especialmente pensados para ellos y que se asegure que los verán, ya que estarán dentro de los sitios web que visitan usualmente.

Entonces, el cartel continúa su evolución porque sigue adaptándose a nuevos formatos, medios y hasta a nuevos públicos.

⁴⁹ CHECA GODOY. El cartel: dos siglos de publicidad y propaganda. *Op. Cit.*, p. 188.

II

Los carteles de Toulouse-Lautrec

¿Quién fue Henri de Toulouse-Lautrec?

Henri Toulouse-Lautrec nació en una familia aristocrática francesa, padecía una enfermedad congénita que impidió el crecimiento normal de sus piernas y deformó sus rasgos faciales: medía poco más de un metro y medio, su cabeza era más grande de lo normal y sus huesos eran débiles.

Su familia era partidaria de las actividades al aire libre, entre sus pasatiempos favoritos estaban la caza y montar a caballo. Durante su niñez, antes de sus padecimientos, participaba activamente en estos días de campo, lo que explica su amor por la vida rural y los animales.

De igual manera, durante esta etapa de su vida era notorio su interés por el arte, debido a que su familia también practicaba actividades artísticas, entre ellas el dibujo. Hoy en día se tiene registro de cartas y otros documentos con diseños hechos por la mano infantil de Henri Toulouse-Lautrec.

La educación que recibió fue principalmente en casa, aunque por un tiempo ingresó al Liceo Condorcet en París; sin embargo, su madre lo sacó debido a su delicada salud y desde ese momento se consagró a educarlo ella misma con el auxilio de algunos profesores.

El 30 de mayo de 1878 tiene lugar el primero de dos fatídicos accidentes que marcarían para siempre la vida del futuro pintor: primero cae de una silla y se rompe la cadera izquierda; pocos meses después ocurre el segundo accidente, se trata de otra caída y otra ruptura de cadera. Ya no era posible negar que el joven tuviera un grave padecimiento en los huesos.

Su crecimiento prácticamente se detuvo a los trece años. Su estatura era de un metro cincuenta, sus piernas quedaron atrofiadas y sólo su torso continuó su

desarrollo normal. No le resultaba fácil caminar por lo que comenzó a apoyarse en un bastón, sobre el cual se balanceaba ligeramente al andar.

Debido a sus afecciones óseas se vio obligado a pasar largos ratos de convalecencia durante su adolescencia. Motivado por el aburrimiento aprovechó esos momentos de ocio para perfeccionar sus técnicas de dibujo y pintura.

Su mala condición le impediría participar de ahora en adelante en las actividades familiares y sociales de su clase. Las curas y tratamientos a los que se ve sometido le hacen viajar de balneario en balneario, y lo obligan a buscar mejores climas con el fin de mejorar su salud.

Gracias a la intervención de su tío Charles, a los 18 años se muda a París para iniciarse formalmente como pintor. Fue alumno en primera instancia de René Princeteau, pintor respetado de la época, quien más tarde lo encomendaría con Léon Bonnat, maestro rígido que jamás comprendería totalmente a Lautrec⁵⁰, pero que se ganó el respeto de éste por su exigente método de enseñanza.

Cuando el estudio de Bonnat cerró, Henri se acercó a Fernand Cormon, en cuyo taller conoció a varios de sus mejores amigos Louis Anquetin, Émile Bernard y Vincent van Gogh. Cormon no era tan estricto como Bonnat, hecho que llegó a desesperar a Toulouse-Lautrec, porque no se acostumbraba a otro ritmo de trabajo.

Bonnat era partidario de la enseñanza academicista⁵¹, este arte exigía un dominio de la técnica, cuadros con acabados perfectos y pinceladas imperceptibles. Los temas por más grotescos que fueran, eran representados con un halo de belleza siguiendo ciertas convenciones morales. Sin embargo, con Cormon, pronto desechó esos principios para nutrirse de nuevas influencias y encontrar su propio estilo.

⁵⁰HUISMAN, Ph. *Lautrec por Lautrec*. Barcelona: Blume, 2005, p. 36.

⁵¹De acuerdo con Nathaniel Harris, en su libro *El arte de Toulouse-Lautrec*, se denomina arte académico al arte ortodoxo del siglo XIX, porque el sistema artístico de aquel entonces consistía en iniciar la formación de pintor en la Escuela de Bellas Artes, después hacer carrera exponiendo en el Salón de la Academia de Bellas Artes, y finalmente alcanzar la cumbre del éxito ingresando a la misma academia.

Desde que se mudó a París, Henri gustaba de dejar la ciudad para ir a Montmartre, un distrito que se distinguía de los demás por dar cobijo, sin distinción alguna, a diferentes clases sociales y a todo tipo de placeres terrenales.

Montmartre se caracteriza por su pendiente natural que lo convierte en una colina, lo que le ha valido el sobrenombre de la *Butte* (La loma); sus molinos de viento, viejos vestigios de sus tiempos como centro de molienda; y la iglesia Sacré-Coeur que se empezó a construir en 1875.

Varios artistas optaron por alojarse en este distrito por el estilo de vida que ofrecía, su cercanía con la capital francesa y, principalmente, por sus precios asequibles. Por aquellos años, Montmartre se consolidó como el centro artístico del espectáculo, había tabernas y salones de baile por todas partes. Los artistas no tardaron en immortalizar algunos de sus centros más populares como el Moulin de la Galette, cuya representación se convirtió en una de las obras maestras de Renoir.

Los circos no se quedaron atrás, fueron un tema muy recurrente entre los pintores modernos. Lautrec, Edgar Degas y Georges Seurat llegaron a pintar el mismo circo, conocido en aquel momento como Fernando, pero tiempo después sería llamado Médrano; el cual se convirtió en una de las grandes instituciones del distrito.⁵²

Otro de los sitios representativos de la época era el cabaret, salas de espectáculos nocturnos con funciones de música, baile, canción y poesía, ésta última usualmente en tono satírico. Estas instalaciones contaban con bar, por lo que el público podía beber mientras disfrutaba del entretenimiento, entre los más reconocidos estaban el Chat Noir y el Mirliton.

Sin embargo, no todo era diversión, también había peligro. No faltaban las peleas callejeras con arma blanca, aún cuando había policías vigilando las puertas. Estas situaciones eran tan comunes que, de acuerdo con Nicole D'Huart, fueron razón suficiente para que Toulouse-Lautrec decidiera no acudir a ciertos lugares, como

⁵² HARRIS, Nathaniel. *El arte de Toulouse-Lautrec*. Barcelona: Polígrafa, 1981, p. 12.

al Moulin de la Galette al caer la noche⁵³. Por estos motivos y otro más, en aquella época se podían encontrar a ciertos individuos cuya función era mantener el orden y la decencia en los salones de baile.

La apertura del Moulin Rouge y los primeros carteles

La inauguración del Moulin Rouge fue en la vida de Lautrec mucho más que un nuevo lugar donde ir a pasar las noches, representa el inicio de su carrera como cartelista y con esto la llegada de la fama, aunque también será con este salón que se consolidó su amor por la vida nocturna, el alcohol y las bailarinas.

El Mirliton era el lugar favorito preferido de Lautrec hasta la apertura del Moulin Rouge, en 1889. Éste se convirtió en el más popular cabaret del barrio, atrajo a las figuras del Elysée-Montmartre, el más famoso hasta entonces, y consiguió vencer la competencia de rivales como el Divan Japonais y el Casino de París. Su atracción principal eran las bailarinas y, sobre todo, el can-can, que pasaría a formar parte de la historia y la leyenda de Montmartre.⁵⁴

El Moulin Rouge fue construido por órdenes de Charles Zidler, empresario de espectáculos, quien tuvo la idea de construirlo al estilo de viejo molino, pues a diferencia de su competidor principal, el Elysée-Montmartre, el famoso molino rojo era ficticio, sus aspas jamás sirvieron para moler algo que no fuera diversión.

Sus puertas abrieron el 5 de octubre en el bulevar Clichy, a unos meses de la inauguración de otro monumento emblemático de París, la torre Eiffel. La misión del Moulin Rouge era clara: ser el principal centro de diversión de la *Butte*, para lo cual se planteó seriamente la tarea de deslumbrar a todos.

Entre el público asiduo se encontraban figuras de importante talla como el futuro Eduardo VII, el príncipe Troubetzköi, el conde de la Rochefoucauld, entre otros

⁵³ D'HUART, Nicole. Toulouse-Lautrec, el origen del cartel moderno: Colección del museo de Ixelles de Bruselas, Barcelona: Museu Nacional d'Art de Catalunya, 2006, p. 26.

⁵⁴ *Ibíd.*, p. 13.

aristócratas franceses. Tampoco faltaban los pintores de moda, tales como Cormon y Alfred Steven.

El molino rojo estaba en todas partes, en la publicidad de los periódicos, en los recuerdos de viaje para turistas, en los carteles de Chéret y próximamente en los de Lautrec, quien desde la inauguración podía jactarse de que su pintura *Au cirque Fernando* adornaba la entrada del lugar.

El siguiente cartel de la temporada es encargado a Toulouse-Lautrec, quien llevó a cabo un excelente trabajo cartelístico, aún cuando era nuevo en el medio. De esta manera, con sólo un sólo afiche, desterró a Chéret como el mejor cartelista y su fama despegó de la noche a la mañana.

A pesar de que sus carteles son pocos, cerca de 31 en total, el campo donde realmente destacó fue en éste, como litógrafo/cartelista. Este medio era ideal para su estilo simplificado y lleno de líneas. No obstante, la crítica en general no supo reconocerlo en su momento, tal como sucedió con muchos otros de sus contemporáneos.

El reconocimiento llegó tras su muerte, pero antes tuvo que enfrentar duras críticas. En 1920 el Musée du Louvre hizo un espacio para uno de sus trabajos, a partir de ese momento no se volvería a poner seriamente en duda la grandeza de este artista.⁵⁵

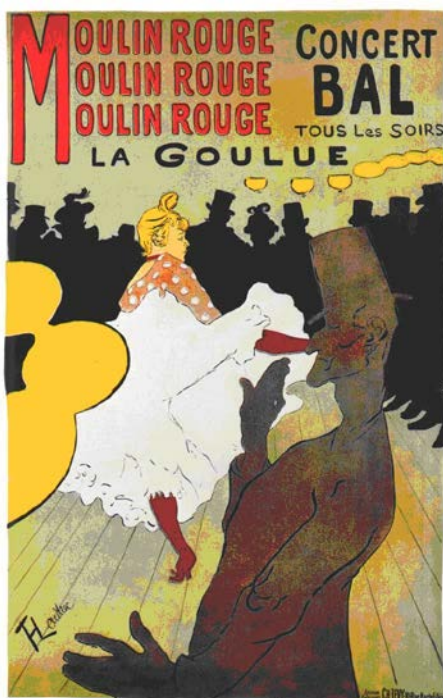
La vida de Toulouse-Lautrec llegó a su fin a los 36 años. Esto debido al estilo de vida del pintor, quien jamás dejó los excesos a pesar de las sugerencias y preocupaciones de su familia y buenos amigos suyos como el Dr. Gabriel Tapié de Céleyran y Mauricio Joyant. Durante sus últimos años de vida sufrió delirios, parálisis en las piernas y depresión.

⁵⁵ HARRIS. Op. Cit., p. 9.

Los carteles de Lautrec

Los primeros carteles del Moulin Rouge fueron encargados a Chéret, puesto que éste estaba en la cima de su fama como cartelista. Por aquel entonces, Lautrec apenas figuraba como pintor entre un reducido círculo de allegados. No obstante, esta reputación pronto cambiaría.

En 1890, Lautrec presentaría su cuadro *Dressage des nouvelles* en el Salón des Indépendents con gran éxito, pues éste pronto fue adquirido por los dueños del Moulin Rouge, quienes le encargaron el próximo cartel de su negocio.



Henri Toulouse-Lautrec, *Moulin Rouge, La Goulue*, 1891, Litografía a pincel y crachis, en cuatro colores, Musée de la Publicité, París.

Este fue el primer cartel de Lautrec, sobra decir que era nuevo en el terreno, pero aún así logró desbancar rápidamente a Chéret, gracias a su rápida comprensión del lenguaje publicitario, para el cual presentó una gran simplificación de las formas con lo que facilitó la lectura para el espectador, quien podía captar a simple vista el mensaje ofrecido. En 1891, Toulouse-Lautrec logra la fama en un día, su primer cartel está en todas las paredes de París.

Dicha reducción de los detalles no era del todo nueva, en realidad ya formaba parte el estilo del pintor, pero con el uso de la litografía, su implicación de color y la línea destacó más que nunca. Esta forma de pintar de Lautrec guarda una gran semejanza con la caricatura.

Ya en su anterior cuadro *Dressage des nouvelles* es posible ver una cierta caricaturización de los personajes del fondo, especialmente en la figura vestida de verde, situada justo atrás de la bailarina. El empleo de este recurso en sus carteles pronto se convertiría en su distintivo.

En 1893 realiza un nuevo cartel, en esta ocasión por pedido de Édouard Fournier, nuevo director del Divan Japonais, quien le encarga anunciar la reapertura de su local ahora convertido en cabaret.

El motivo principal de este cartel es la figura de Jane Avril, bailarina del Moulin Rouge, con quien Lautrec se aficionó fuertemente. En el cuadro se le puede ver como una espectadora más, luciendo un elegante sombrero negro, acompañada por otras dos figuras destacadas de la época: Édouard Dujardin, crítico de música y arte; e Yvette Guilbert cantante famosa que sólo es reconocible gracias a sus largos guantes negros.



Henri Toulouse-Lautrec, *Divan Japonais*, 1893, litografía, Art Museum, San Diego.

En dicha litografía es evidente la influencia de las estampas japonesas sobre Lautrec, quien logró dar un aspecto más nipón a su cartel que Fournier a su cabaret.

Tiempo después por medio de Jane Avril, el pintor conoció a May Milton, una bailarina inglesa. Los amigos de Henri describen a May como una chica fea, gorda y de tez amarilla, pero la única foto que se tiene de ella no coincide con estas descripciones.

Lautrec le dedica un cartel con fondo azul, el cual estaba pensado para hacer juego con otro de fondo rojo que representa a May Belfort, otra bailarina. Se trata de dos cuadros simétricos, con dos May, ambas inglesas, pero distintas entre sí. Cabe mencionar que Picasso tenía el cartel azul en su estudio, en 1900.⁵⁶

⁵⁶ HUISMAN, Ph. *Lautrec por Lautrec*, p. 115.

a. Características

Todos los artistas tienen un estilo característico que los define, este estilo no se mantiene estático, sino que cambia y evoluciona a la par de quien lo esgrime. Así el arte de Toulouse-Lautrec no es el mismo durante su corta vida, aunque desde sus primeros dibujos ya se asomaba una visión particular.

La originalidad de sus temas y la forma en cómo los abordó, son los que lo han hecho destacar frente a otros artistas de su época como Louis Anquetin y Emile Bernard.

Al rechazar el estilo academicista, Toulouse-Lautrec renegó también de sus temas, desde ese instante no habría paisajes o escenarios religiosos en sus lienzos, salvo muy pocas excepciones.

Los temas que pintaba eran aquello que seducía su vista y su persona: el espectáculo, la vida nocturna, sus amigos, las bailarinas y las prostitutas. Henri pintó sin prejuicios, en sus cuadros o carteles no hay una crítica hacia el estilo de vida que retrata, ya que siempre se alejó de los moralismos o del valor histórico, sólo le interesaba captar el momento, sus obras son casi como una fotografía instantánea.

Gracias a la correspondencia que se ha podido rastrear, se sabe por el mismo puño y letra de Toulouse-Lautrec que para él pintar paisajes era una tarea sinsabor, ya que dentro de su concepción sólo en la figura humana se hallaba el verdadero arte:

Sólo existe la figura humana; el paisaje no es ni debe ser más que un agregado; el pintor puramente paisajista es un individuo grosero. El paisaje solo debe servir para hacer más comprensible la esencia de una figura. Corot sólo es grande en sus figuras; y lo mismo ocurre con Millet, Renoir y Whistler. Cuando los pintores de figuras humanas representan paisajes los trabajan como un rostro; los paisajes de Degas son increíbles porque son paisajes de sueño; los de Carrière

son como máscaras humanas. Monet sería más grande si no hubiera descuidado tanto la figura humana.⁵⁷

Lo anterior responde al por qué Lautrec tiene tan pocas obras paisajistas, aún cuando en su época este tema era muy recurrente, especialmente entre los impresionistas.

Otra característica de su obra es la perspectiva con que construye sus escenas, para lo cual se sirve, en varias ocasiones, de una mirada tras bambalinas, hecho que algunos autores le atribuyen a su fanatismo por Degas.

Con el fin de conseguir un efecto sugestivo lo más fuerte posible, Lautrec realiza este procedimiento de recorte que ya había sido empleado por Daumier y Grandville, hasta que Degas y Manet, incluidos por las creaciones plásticas del lejano Oriente, lo convierten en un importante modelo expresivo de la estética impresionista.⁵⁸

Estos cortes dan un toque excéntrico y de casualidad al cuadro, al contrario de lo que podría pensarse, este tipo de encuadre que no respeta la conexión entre figuras y fragmenta los personajes, realza a éstos últimos y les da una importancia mayor que la del centro.

Con el fin de conseguir este efecto, en varios carteles de Lautrec se pierde la veracidad en la perspectiva, ya que para que pudieran verse los elementos tal cual están pintados, sería necesario estar mirándolos desde diferentes puntos y alturas a la vez.

Es también por esta cualidad que los carteles de este autor son tan atractivos, rompen esquemas, pero dicha ruptura es tan suave que no es evidente a primera vista, para encontrarla es necesario mirar muy atentamente todos los elementos representados.

⁵⁷ Citado por GÖTZ Adriani p. 23 de Maurice Joyant, *Henri de Toulouse Lautrec 1864-1901*. Peinart, París, 1926, p.192.

⁵⁸ GÖTZ, Adriani. *Toulouse-Lautrec: obra gráfica completa*, Barcelona: Gustavo Gili, 1981, p. 23.

Evidentemente, en este apartado, no podía faltar el color. La paleta de Lautrec va evolucionando en la medida que su estilo cambia, así va a utilizar tonos más oscuros en su etapa academicista, pero va a optar por colores sumamente brillantes con sus carteles.

Una vez más, la elección de los colores es otro acierto publicitario de Henri, esto debido a que un factor muy importante en cualquier cartel siempre será el color, elemento en el que recae la presión de llamar la atención del público.

Es común que en sus carteles se aprecie una mancha de color casi al centro, como es el caso de la crinolina de La Goulue en el afiche del *Moulin Rouge*; en parte esto corresponde al estilo simplificador del pintor, pero es una característica casi exclusiva de sus carteles, donde las grandes plastas de color abundan.

El estilo maduro de Toulouse-Lautrec se identifica por su trazo decidido y precisamente por la reducción de la línea y el color. Los objetos que no están en primer plano son usualmente rellenados de un mismo tono, convirtiéndolos en meras siluetas, lo que acertadamente hace resaltar al primer plano.

Con lo anterior, Toulouse-Lautrec vuelve a mostrar su maestría como cartelista. Al restar importancia a los elementos secundarios, la lectura del afiche es más rápida, así a primera vista el espectador se queda con la información primordial, pues es la que más resalta.

En cuanto a la línea, el trazo incisivo de sus figuras suele ir acompañado de líneas gruesas que se encargan de obviar los contornos, especialmente porque su color suele ser oscuro.

La suma entre los aspectos anteriores de línea y color dan como resultado el estilo de Toulouse-Lautrec, el cual es caricaturesco. En sus retratos no solía favorecer a las personas, tampoco se nota un afán por afearlas, como se quejaba Yvette Guilbert, simplemente el pintor exageraba los rasgos y el maquillaje, a la vez que suprimía los detalles innecesarios, así creaba figuras humanas y rasgos con muy pocas líneas.

Además, es habitual que en sus obras los personajes secundarios sean personas allegadas a él, aunque su presencia en el momento representado sea ficticia. Por ejemplo en *La danza mora*, cuadro dedicado a una Goulue decadente, integra entre el público a Jane Avril, a sí mismo y hasta al escritor Oscar Wilde⁵⁹.



Henri Toulouse-Lautrec, *La Danse Mauresque*, 1895, óleo sobre tela, Musée d'Orsay, París.

⁵⁹ HARRIS, Nathaniel. p. 65.

b. Influencias

Varios son los artistas y amigos que en su momento influyeron en Lautrec, ya fuera en su paleta de colores, temas o perspectiva. A continuación se presenta brevemente a estos personajes.

René Princeteau

Hijo de un representante de vinos, nació sordomudo, pero eso no le impidió desarrollar su carrera artística. Llegó a ser un reconocido pintor de la vida animal, especialmente distinguido por sus obras de caballos y perros.

Fue el primer maestro de Toulouse-Lautrec, gracias a él la familia de Henri aceptaría que éste se dedicara al arte. Tiempo después se encargaría de convencerlo de ser discípulo de Bonnat.

León Bonnat

Imitaba a los grandes maestros, cobraba cuantiosas cantidades por su labor de retratista, las cuales invertía en la adquisición de pinturas y dibujos antiguos.

Mientras estaba bajo su tutela, Lautrec adoptó una paleta de colores completamente oscura, su trazo en el dibujo se volvió seco y casi ingruoso, radicalmente diferente a sus trabajos anteriores. Además, adoptó temas mitológicos e históricos.

Fernand Cormon

Su verdadero nombre era Fernand Piestre, fue un pintor brillante y dedicado, a diferencia de Bonnat, era más tolerante con los nuevos talentos. Sentía devoción por los temas de la prehistoria y la antigüedad. Fue guía de varias figuras importantes del mundo del arte: Van Gogh, Lautrec, Émile Bernard, Louis Anquetin, entre otros.

En un principio, Henri halla en Cormon a un maestro demasiado benevolente que no lo motiva del todo, pero lentamente se va acostumbrando a su método, “de 1882

a 1885, una evidente influencia del pintor de «Caín». Vivo y hábil, Lautrec ha asimilado el arte de su maestro [...]. Pinta desnudos y cabezas de campesinos en colores oscuros y con el dibujo escarbado de Cormon.”⁶⁰

Vincent Van Gogh

En febrero de 1886, Vincent Van Gogh se muda a París con su hermano Théo. Como ya se ha mencionado, se inscribe en el taller de Cormon, donde conoce a Lautrec, con quien entablara una fuerte amistad.

Ambos personajes se influyen mutuamente, no sólo en el ámbito de la pintura, también en la vida, tan así que Van Gogh se trasladó a Midí por consejo de Henri. Ambos llegaron a admirar a los impresionistas que exponían en la galería Durand-Ruel, ya que para ellos el impresionismo era fresco y cercano.

“Lautrec y Van Gogh no ven, en el arte, ni las medallas, ni el dinero, ni los colores, ni volúmenes, ni el dibujo, sino un acto humano. Ambos, a consecuencia de rudas experiencias y gracias a una vocación exigente, identifican su vida con su pintura. Contemplar, comprender, amar un paisaje o un ser, es dibujarlo o pintarlo.”⁶¹

Edgar Degas

Degas era muy amigo de Désiré Dihau, primo de Henri, a quien retrató en el foso de una orquesta de una función de ballet. La influencia de este personaje sobre el cartelista se puede percibir especialmente en el cartel del *Divan Japonais* (1893), cuya estructura se remonta a la del retrato de su primo.⁶²

Este pintor tenía su taller muy cerca de la casa de René Grenier, amigo de Toulouse-Lautrec; sin embargo, a pesar de la profunda admiración que sentía por Edgar Degas, Henri fraternizó muy poco con él.

⁶⁰ GÖTZ, Adriani. Op. cit., p. 23.

⁶¹ HUISMAN, Ph. Op. cit., p. 64.

⁶² D’HUART, Nicole. Op. Cit., p. 66.

Otros

Otras influencias fueron: Pissarro, de quien imita la pincelada; Renoir, cuya paleta de colores aprecia enormemente; Rafaëli, de quien toma su técnica de aplicar color suavemente sobre el fondo no preparado.⁶³

Como cabe recordar, al igual que otros artistas de su época, Toulouse-Lautrec también fue fuertemente influenciado por las estampas japonesas. Estos grabados eran un arte muy ordinario en su país de origen, tanto así que llegaron a Europa como simples envoltorios.

Estas estampas tienen varias similitudes con el arte de Lautrec, ya que también hacían uso de colores lisos y brillantes en grandes extensiones; encuadres descentralizados, así como un estilo lineal que dejaba fuera las sombras.

c. Narrativa

En la obra de Toulouse-Lautrec, ya sean carteles, pintura o dibujo, el eje temático suele ser el mismo: el espectáculo. Es cierto que durante su infancia y mientras estuvo bajo la influencia de uno de sus primeros maestros, Princeteau, la temática de sus dibujos solía ser el campo y los caballos. Sin embargo, también es innegable que tras su mudanza a París, sus motivos principales son la vida nocturna.

Como ya se ha visto, Henri prefería dibujar cuerpos humanos que paisajes, aunque también era evidente su inclinación por plasmar cuerpos conocidos, de tal suerte que su capacidad de memoria ha sido alabada numerosas veces, pues solía pintar a la gente de memoria, aunque en ciertas ocasiones también se apoyaba en la fotografía.

Además, como otros artistas, Lautrec tenía a sus favoritos, tales como: La Goulue, Valentín le Désossé, Jane Avril y Aristide Bruant, personajes que inmortalizados

⁶³GÖTZ, Adriani. Op. Cit., p. 22.

en su obra, pasaron a cobrar fama aún cuando el mundo del espectáculo se olvidó de ellos.

Louise Weber, mejor conocida como La Goulue (La Tragona), fue una popular bailarina en Montmartre. Henri la conoció cuando ella tenía 16 años y comenzaba a llegar a la cima de su carrera, la cual sería muy corta. Ambos se volvieron muy buenos amigos, Lautrec con frecuencia la utilizaba de modelo y Luisa consideraba a Lautrec como su pintor personal.

Por otra parte, Valentín era simplemente un hombre con mucha flexibilidad y una gran capacidad para el baile, lo que le valió el mote de le Désossé (Sin huesos). Durante el día era un joven de buena familia que se ganaba la vida ayudando a su hermano notario; por la noche le gustaba participar en los bailes de los mejores salones de Montmartre, sólo como un pasatiempo.

La primera pintura donde aparece La Goulue y Valentín data de 1887, se trata de una pintura sobre cartón. Unos cuantos trazos forman el cuerpo y rostro de los jóvenes, son en las enaguas de ella donde se aprecia un mayor cuidado por los detalles. No obstante, con esos pocos trazos es fácil identificar la gracia y energía que ambos personajes emanaban desde la pista de baile.

Sin embargo, un año antes, en el diario *Le Mirliton*, Lautrec publicó una ilustración de la contradanza de la silla Luis XIII, en el Elysée-Montmartre, en la cual se pueden observar a La Goulue y a Grille d'Égout otra bailarina, danzando alegremente con una pierna en alto.

Gracias a estas y otras representaciones, Lautrec convierte a Louise Weber en “expresión pura de energía erótica, que fascinaba a su público y que Lautrec ha sabido imponernos como imagen emblemática de la época. De Valentín, hierático maestro de ceremonias del ritual festivo, ha hecho una figura arquetípica de guardián de la entrada.”⁶⁴

⁶⁴ D'HUART. Op. Cit., p. 36.

La siguiente favorita es Jane Avril, otra bailarina del Moulin Rouge. Llegó a tener numerosos protectores y amantes, a los cuales les regalaba sus Lautrecs, razón por la cual, a pesar de que su pintor le regalaba varios, no tenía ni un cuadro.

Jane era muy diferente en carácter a La Goulue, prefería rodearse de artistas que de ricachones, a pesar de ser una buena bailarina, no era atrevida ni provocativa como las demás, por lo que pasaba ligeramente desapercibida en el escenario. No obstante, en su círculo de artistas hallaba toda la atención y mimos que quería.

Henri la pinta una y otra vez, es un motivo recurrente en toda su obra, incluso es la figura central de su penúltimo cartel. Sobre ella, Philippe Huisman escribe:

No se puede citar el nombre de la actriz sin evocar inmediatamente el recuerdo del pintor que le ha dado la gloria; la silueta extraña de Jane Avril, fina, elegante, flexible y sensual, de espaldas o de frente, en el escenario o en largo vestido de calle, aparece con mucha frecuencia en la obra de Toulouse-Lautrec, donde parece pasar por casualidad del Moulin-Rouge al Baile de la Ópera, del Bosque de Bolonia a los Champs-Élysées, con una presencia discreta.[...] Jane Avril tuvo más de un amante, pero no tuvo más que un pintor.⁶⁵

No obstante, a pesar de la frecuencia con que aparece Jane, quien tiene el título de ser el personaje con mayor número de apariciones en la obra de Henri, no es una bailarina, ni siquiera es mujer, se trata de Aristide Bruant, personaje que siempre quedará inmortalizado con su elegante sombrero de fieltro y su bufanda roja.

Aristide era un cantante satírico. Solía actuar en el Chat Noir, donde conoce al pintor y estrecha con él una buena amistad. Tiempo después, Bruant abrió su propio cabaret al que llamó el Mirliton.

Cuando Toulouse-Lautrec comenzó a ganar fama de cartelista, Aristide le pidió un cartel para anunciar su participación en el elegante café-concierto Champs Élysées Ambassadeurs. Aunque el afiche no fue bien recibido por el dueño del

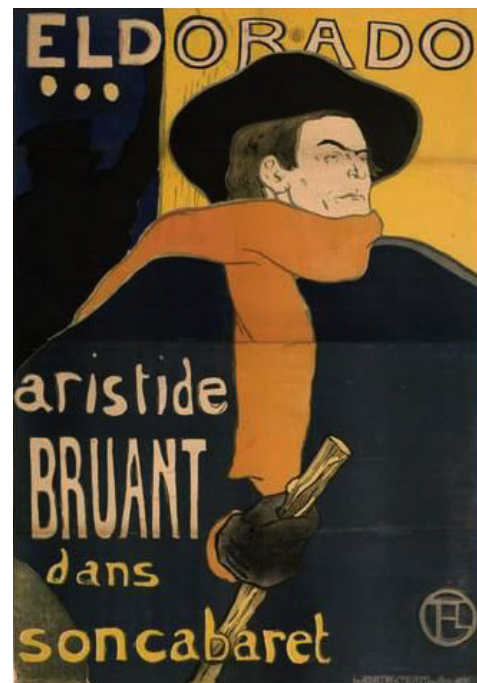
⁶⁵ HUISMAN, Ph. *Op.Cit.*, p. 108.

café, al final tuvo que aceptar a regañadientes que dicha publicidad se colocara, pues el cantante lo amenazó con no subir al escenario si hacía lo contrario.⁶⁶

Así este cartel fue el primero de varios. Existe una segunda versión del mismo, en esta ocasión para el café El dorado, en este afiche Lautrec sólo invirtió a modo de espejo el primer cartel. Además, en esta segunda propuesta, es visible que Lautrec cambia su firma por un monograma al estilo japonés, al cual recurrirá cada vez más a menudo.



AMBASSADEURS, ARISTIDE BRUANT, 1892. Cartel. Litografía a pincel y crachis en seis colores, 132'9 x 91 cm. Bruselas, Musée d'Ixelles.



ELDORADO, ARISTIDE BRUANT, 1892. Cartel Litografía a pincel y crachis, e seis colores, 136 x 93 cm. Bruselas, Musée d'Ixelles.

Algunas otras personas del estrellato, fugaz o no, fueron modelos de Lautrec, quizá la más famosa y la que mejor supo mantenerse en el medio fue Yvette Guilbert, de quien es muy conocida la siguiente petición para el pintor: “No me haga tan atrozmente fea”.

⁶⁶ D'HUART, Nicole. p. 48

En ocasiones, Lautrec suele desaparecer algunos días para irse a instalar a los burdeles, donde coloca brevemente su estudio. Mordaz y para despistar, le divertía dar su dirección provisional a conocidos y amigos. Cabe mencionar que pintar en prostíbulos también fue una actividad llevada a cabo por Degas, quien era muy admirado por el cartelista.

Henri inmortaliza en más de un cuadro los tesoros de la calle des Moulins, donde se encuentran buena parte de las casas de prostitución. Un vez más, su pintura se aleja totalmente de moralismos o críticas, pero sin dejar de lado lo erótico, al contrario, con maestría se basta de unos cuantos trazos para representar la sensualidad.

Esta temática representaba un problema moral muy sensible para la época, no era un secreto, mucho menos estaban ocultos los burdeles; sin embargo, la prostitución no era bien vista, era hasta cierto punto un tabú.

Toulouse-Lautrec no fue el único en penetrar en este mundo y representarlo, estas casas son un motivo recurrente entre los artistas del momento. “Como reacción, los escritores y artistas franceses se adhirieron a lo que podría llamarse culto a la prostitución, que abarca desde *La dama de las camelias* de Dumas y los poemas de Baudelaire de los años 40 y 50 hasta *Naná* de Zola, *Elisa* de los hermanos Goncourt y otras novelas de los años 80.”⁶⁷

El inventario de cuadros, dibujos y litografías de Lautrec sobre el tema de las casas de prostitución ronda alrededor de los 50. El cuadro por excelencia de esta serie es *En el salón*, el cual, hoy en día, pertenece al Museo de Albí.

A través de su obra es evidente el cambio que sufre Lautrec en sus últimos años de vida, en un primer momento su paleta cromática se oscurece, recurre al paisaje como tema y sintetiza menos en sus dibujos; en un segundo tiempo es notorio cierto nivel de locura, comienza a tener alucinaciones y sus dibujos carecen de lógica.

⁶⁷ HARRIS, Nathaniel. Op. Cit., p. 16.

Tras ser encerrado en un hospital psiquiátrico, Lautrec trama junto con su fiel amigo Joyant, un plan de escape que consiste en pintar, esto con el fin de llevar la contraria al diagnóstico de los doctores, para lo cual elabora un álbum sobre el circo. La estrategia triunfa a medias, y es hasta tiempo después cuando finalmente sale bajo libertad condicional.

Debido a este episodio, en el inventario de obras de este artista hay una gran presencia de la temática circense en sus últimos años de vida. Piezas con un gran valor artístico y ricas en detalle, ya que Toulouse-Lautrec buscaba demostrar lo bien que funcionaba su memoria.

En resumen, la narrativa de sus trabajos se centró principalmente en los sucesos cotidianos de la vida nocturna, con un énfasis particular en las bailarinas de can-can que en su momento lo atrajeron; aunque también encontramos piezas que están dedicadas a otras personas del espectáculo como fue el caso de Yvette y de Bruant.

Es evidente su inclinación a retratar mujeres en momentos ordinarios, ya fuera poniéndose las medias, entrando o saliendo de trabajar. Mientras que a los varones los dejaba en un segundo plano, salvo por los retratos que hizo para sus amigos.

III

Pablo Picasso y el periodo azul

“Tú que eres lo mejor que existe en el mundo...
el color de los colores... el más azul de los azules”

Pablo Picasso

El arte en el naciente siglo XX

Se denomina arte moderno a los estilos artísticos que surgieron en contraposición al llamado arte academicista, el cual, como ya se ha mencionado, abogaba por técnicas y temas “clásicos”, y que, además, contaba con el respaldo de la Academia de Bellas Artes.

Este nuevo orden artístico se caracteriza por romper con la tradición en pos de la experimentación. Realizar una fiel imitación de la naturaleza se convirtió en un deber lejano; con los artistas modernos las huellas del pincel sobre la tela se hacen notorias, se desfiguran las formas en busca de una mayor expresión y los colores se usan arbitrariamente. Se opta por nuevas perspectivas, distintos materiales e innovadoras ideas sobre lo que es artístico.

No hay que olvidar que este orden surge tras la Revolución Industrial por lo que hay nuevas técnicas y desarrollos tecnológicos, tales como la litografía y la fotografía. Además, la llegada de la modernidad representa un cambio en las relaciones sociales y de producción, a los cuales no escapa el arte.

Como en casi cualquier tipo de estilo artístico, poner un orden cronológico al arte moderno representa una dificultad, pues las primeras muestras artísticas a las cuales les podría quedar la etiqueta, difieren en su espacio de tiempo. Sin embargo, el impresionismo, que suele ser tomado como el parteaguas, tiene una presencia muy fuerte desde finales del siglo XIX.

Asimismo, al ser un orden está comprendido por varios estilos, éstos suelen ser denominados “vanguardias”, entre los que están el impresionismo, expresionismo, fovismo, cubismo, simbolismo, etc. A continuación se describen algunas de estas vanguardias, las cuales, para fines de este trabajo, están enmarcadas en el contexto de la *Belle Époque*.

De acuerdo con Guillermo Solana⁶⁸ el inicio de las vanguardias se conforma por dos subversiones: la primera afecta a los géneros pictóricos, específicamente a su jerarquía, ya que antes se consideraban a los géneros de historia, religión, mitología y alegoría, superiores a los de escenas cotidianas, retratos, paisajes o bodegones; sin embargo, estos últimos fueron adquiriendo mayor calidad y cantidad que los primeros durante dicho siglo.

La segunda subversión se funda en la alteración de los medios expresivos, es decir, la composición, dibujo, expresión de las figuras, claroscuro, pincelada, color; pues la concepción académica daba prioridad a la composición y al dibujo, dejando en un segundo plano al color y a la factura. Esto sucedía porque para que un cuadro se considerara perfecto, en él no se tenían que ver las huellas de su ejecución.

Así, el parteaguas entre arte academicista y la pintura moderna fue destacar el proceso de ejecución de los cuadros. Se buscó la fidelidad al medio pictórico sobre la suntuosidad de la naturaleza: “Los artistas acentúan la evidencia de la pintura, lo que ésta es literalmente: una tela manchada.”⁶⁹

A partir de los impresionistas es notorio el abandono del pre-pintado y las veladuras; en su lugar comienza el uso de los pigmentos tal como salen del tubo, las pinceladas se hacen obvias y de manera más libre, también se explota la tensión entre imagen pintura e imagen.

⁶⁸Guillermo Solana, “El inicio de las vanguardias: del impresionismo al fauvismo”, en Ramírez Juan Antonio, et. al. *Historia del arte*, Vols. I-IV, Alianza Editorial, 1999.

⁶⁹Ibíd., 157 pág.

No obstante, para poder entender estos cambios es necesario tener presente que desde Manet a Matisse, “la búsqueda de los constituyentes esenciales de la pintura es una especie de purificación, un librarse de todo lo superfluo, y también un regreso, paso a paso, hacia estadios y medios más elementales, más originarios del arte.”⁷⁰

El impresionismo comienza con Édouard Manet, quien aprendió el oficio en el estudio de Thomas Couture. Para este pintor la modernidad significaba reducir la importancia del tema, lo que resultó en una serie de críticas por partidarios del Realismo.

Por el año de 1867, Manet frecuentaba a varios jóvenes, escritores y pintores que más tarde se unirían al movimiento impresionista, entre tales figuras resaltan Degas, Monet, Renoir y Cézanne.

Ahora bien, los artistas reunidos en torno a Manet estaban cansados de que sus obras fueran rechazadas de las exposiciones oficiales, razón por la cual decidieron que era necesario que el arte se separara del Estado. Antes de poder llevar a cabo sus planes, encontraron ayuda en ciertos coleccionistas como Paul Durand-Ruel.

Sin embargo, con el *crack* de la Bolsa de Viena de aquellos años, los coleccionistas se vieron en aprietos y por ende, la ayuda que brindaban a los pintores se vio mermada durante un tiempo. Dicha situación desembocó en la decisión de los impresionistas de fundar una sociedad anónima cooperativa, donde se llevó a cabo la primera exposición impresionista como tal.

El estilo impresionista era partidario de la pintura al aire libre, esta práctica se llevaba a cabo *alla prima*, es decir, cubriendo la tela en un tiempo muy reducido, esto para obtener la “impresión” de la escena.

Por su parte, la pintura al aire libre se vio favorecida por la aparición de la pintura en tubo, gracias a esto los artistas ya no tenían que mezclar sus propios

⁷⁰ *Ídem.*

pigmentos, sino que bastaba con sólo oprimir los tubos para extraer el pigmento pastoso.

De igual manera, los impresionistas dejan atrás la paleta de colores oscuros, para remplazarla con la paleta prismática, aquella que contenía los colores del arco iris. El uso del color en esta vanguardia se basaba en teorías ópticas, pues ellos encontraban en el color dos dimensiones, por una parte el pigmento, por otra, la luz.

La última exposición del grupo ocurrió en 1886. Por aquel entonces varios de los integrantes ya comenzaban a dispersarse por una o varias cuestiones, por ejemplo, Renoir volvió a su oficio tradicional, Cézanne comenzó a crear su propio estilo y Monet le apostó a la disolución de las formas.

Con Seurat llega el neoimpresionismo, ya que este pintor regresa a los métodos académicos de arte-ciencia, deja de lado la ejecución improvisada, opta por tomar apuntes al aire libre y dichas notas las trabaja en el estudio con técnicas calculadoras.

Parte de su estilo se puede explicar por el contexto, ya que a Seurat le tocó vivir en un paisaje donde el positivismo llegaba a su apogeo. En su cuadro *Bañistas en Asnières* se notan sus rasgos fundamentales: la vegetación y el agua son de estilo impresionista, pero las figuras humanas están de perfil y en posturas poco casuales.

Los neoimpresionistas también fueron identificados con la técnica del divisionismo porque pintaban a base de pequeñas pinceladas. Posteriormente, pintores como Van Gogh o Picasso recurrirían a esta técnica como un recurso ornamental.

Otra figura muy destacada en el arte del siglo XIX es Van Gogh, quien empezó su carrera artística a los 27 años de edad. Las escenas campesinas de J. F. Millet serían su modelo a seguir, ya que desde su perspectiva éstas eran contrarias al estilo que proponía Manet.

Vincent comenzó su formación en el mismo taller que Toulouse-Lautrec, sin embargo, en su tiempo no logró destacar como su contemporáneo, sino que su reconocimiento llegó después de su muerte, la cual ocurrió por su propia mano. Tanto Van Gogh como Lautrec suelen ser fijados en el marco del postimpresionismo.

Hacia los años finales del siglo XIX comienza a tomar auge el simbolismo como una nueva estética que vendría a remplazar la fe en el conocimiento objetivo. Este giro ayudó a que ciertos artistas volvieran a colocarse entre los más reconocidos, como fue el caso de Chavannes y Gustave Moreau.

Odilon Redon fue una figura destacada dentro de los simbolistas por sus grabados ambiguos, lo que acentuaba su misterio. Por su parte, Gustav Klimt sería reconocido como el autor de grandiosas decoraciones alegóricas, además, fue fundador de Sezession, una agrupación independiente de artistas del *art nouveau*.

Otro grupo que nació por aquellos años fue los nabis, encabezados por Paul Sérusier, quien fuera seguidor de Gauguin; pero el teórico de este círculo fue Maurice Denis, quien a su vez enunció el principio fundamental de toda la pintura moderna, esto según Guillermo Solana, “Recordar que un cuadro, antes de ser un caballo de batalla, una mujer desnuda o cualquier otra anécdota, es una superficie plana cubierta de colores en un cierto orden.”⁷¹

Los tiempos por venir darían a los artistas nuevos temas sobre los cuales pronunciarse, algunos movimientos retomarían elementos del pasado, cuyo mejor ejemplo es el cubismo, mientras que otros abogarían por el éxito de las máquinas, como el futurismo.

En resumen, nuevos estilos seguirán surgiendo a lo largo de la Belle Époque, otros más tomarán su lugar después de la Primera y Segunda Guerra Mundial. El incentivo por seguir innovando en el arte para encontrar nuevas formas de expresión en la plástica siempre será una constante.

⁷¹ *Ibíd.*, 192 p.

Breve biografía de Pablo Picasso

La vida de Pablo Picasso es tan basta como sus obras, razón por la cual en este apartado únicamente se presenta una breve biografía que abarca la infancia del pintor hasta su traslado definitivo a Francia en 1904, fecha que coincide con el fin de su periodo azul.

Ahora bien, aún antes de nacer, en los genes de Pablo Picasso ya se hallaba el amor a la pintura, herencia que obtuvo de su rama paterna, pues su padre, José Ruiz Blasco, había dedicado parte de su juventud a perseguir el sueño de ser pintor.

Cuando llegó la hora de sentar cabeza, este hombre no renunció del todo a sus sueños, en lugar de eso, se dio a la tarea de impulsar la capacidad artística de su hijo desde muy temprana edad. Este retoño nació al año de su matrimonio con María Picasso López.

De tal suerte que Pablo Ruiz Picasso nació el 25 de octubre de 1881, su primer nombre hace honor a un tío materno fallecido; mientras que el resto: Diego, José, Francisco de Paula, Juan Nepomuceno, María de los Remedios y Cipriano de la Santísima Trinidad; corresponden a una tradición cristiana.

Si bien las leyes de aquel momento no forzaban a sus padres a proveerlo de una educación, su padre siempre se preocupó porque tuviera al menos la educación más elemental. Sin embargo, a Pablo no le gustaba la escuela, se distraía contantemente y prefería tener un lápiz para dibujar que para hacer aritmética.

Tal vez no caer en una educación rígida fue provechoso para que el futuro pintor desarrollase más otro tipo de habilidades, como su observación por los pequeños detalles o su capacidad para ver en cualquier objeto una herramienta de arte, como lo demostraría tiempo después con su técnica de collage.

Pablo vivió durante sus primeros diez años en Málaga, la ciudad de sus progenitores; después por un breve tiempo vivió en La Coruña, donde su padre

ejerció como profesor en el Instituto la Guarda hasta que aceptó una vacante en la Escuela de Bellas Artes de Barcelona.

En La Coruña, la familia Ruiz Picasso sufrió un severo golpe con la muerte de “Conchita”, la menor de las dos hermanas de Pablo. Además, fue en esta ciudad donde el joven comenzó su educación formal en el arte, al ingresar en la Escuela de Bellas Artes local. De este periodo se han rescatado varios estudios de dibujo, así como una veintena de telas, que de acuerdo con Josep Palau i Fabre⁷² deben ser consideradas como sus primeras obras adultas.

De camino a Barcelona, donde se encontraba su nuevo hogar, la familia española hizo una breve escala en Madrid, específicamente en el museo del Prado, para que Pablo apreciara los trabajos de maestros como Zurbarán, Goya, Rivera y Velázquez, cuya obra *Las Meninas*, fue objeto de especial interés.

Una vez en Barcelona, Pablo continuó con su educación en la Escuela de Bellas Artes de dicha ciudad, a la cual los lugareños denominan La Lonja. Allí conoció a José Garnelo, quien fue su profesor y también el hermano mayor de un buen amigo suyo, Manuel Garnelo, con quien solía pintar en el estudio que el familiar de éste les prestaba. Algunas obras destacadas de este periodo son *Ciencia y Caridad*, *La primera comunión* y *El monaguillo*.

En 1897 Picasso se mudó, solo, a Madrid para estudiar en la Academia de San Fernando. Aquí, en la capital, el joven viviría en una significativa pobreza que en algunos momentos mermó en su arte, pues no siempre se podía permitir el comprar los materiales necesarios.

Al año siguiente dejó de asistir a la Academia, la cuestión económica no preocupaba mucho al pintor, quien se dedicó a vivir y observar la vida de la capital. Convivió en ambientes pobres y bohemios, hasta que enfermó de escarlatina y no tuvo más remedio que volver al hogar paterno en Barcelona.

⁷² PALAU I FABRE, Josep. *Picasso: vivo 1881-1907*, Barcelona: Polígrafa, 1980, p. 61.

En casa, el joven pintor comenzó a frecuentar la taberna artística y literaria *Els Quatre Gats* en compañía de amigos como Nonell, Pere Romeu, Manolo Hugué, Ángel Fernández de Soto, Carlos Casagemas y Jaime Sabartés.

Gracias a un retrato de Casas y otros archivos, se sabe que Picasso solía vestir con un estilo proletario, sombrero negro, corbatín, chaleco de amplia abertura, pantalones que se estrechaban en el tobillo y chaqueta.⁷³ Dicho modo de vestir corresponde con su simpatía por las clases bajas; sin embargo, nunca fue un apasionado de la política.

Algunas de sus obras de este tiempo muestran esa empatía por el pobre, los enfermos y las madres famélicas; temas a los que volvería a recurrir en su período azul, algunos años más adelante. Asimismo, en estas obras ya es visible la impresión que causó el estilo de El Greco, en él, ya que en sus figuras comienza a notarse un alargamiento en los miembros.

De acuerdo con su biógrafo Roland Penrose, por esta época Pablo también comenzaría a recibir la influencia de artistas gráficos, esto de la mano de Casas, quien era un artista de esa misma línea. De tal suerte que el pintor ya había tenido un primer encuentro con el estilo de dibujantes como Steinlen y Toulouse-Lautrec, aun antes de viajar por primera vez a París.⁷⁴

Para aliviar un poco su situación económica, llegó a realizar algunas ilustraciones de poemas para modestas revistas literarias, así como alguno que otro acuerdo comercial como algún cartel publicitario de remedios medicinales.

Picasso deambuló de un estudio a otro. Usualmente los compartía con amigos o colegas para disminuir los gastos, el último que ocupó fue en compañía de su buen amigo Carlos Casagemas, pero ambos pintores no tardaron mucho en desocupar su taller y partir juntos hacia París.

Su arribo a la capital francesa fue a unos días de su decimonoveno cumpleaños, al llegar inmediatamente se pusieron en contacto con viejos amigos, quienes les

⁷³ PENROSE, Roland. Picasso: su vida y su obra. Barcelona: Argos Vergara, 1981, p. 50.

⁷⁴ Ibid. p. 54.

facilitaron su adaptación al nuevo entorno. Esta colonia de conocidos se había instalado en el barrio de Montmartre.

La Butte que conoció Picasso comenzaba a transformarse y por ende a ser distinta de la que era descrita por Lautrec en sus carteles. La mancha urbana de París ya comenzaba a hacer sentir sus efectos en este pequeño distrito, que se las ingeniaba para tratar de conservar sus cualidades distintivas, entre ellas, seguir siendo el refugio francés por excelencia de artistas de toda índole.

El estudio al que llegó a instalarse Picasso se ubicaba cerca de la colina de Montmartre. El entorno parisino atrapó por completo al pintor, quien pasaría la mayor parte de su vida en este lugar. Aquí:

Las visitas a los museos y a las galerías de los marchantes le proporcionaron la primera ocasión de ver obras de Ingres y Delacroix y formar sus propias opiniones sobre los impresionistas y sus sucesores. Estudió atentamente los cuadros de Degas, Van Gogh, Gauguin y Toulouse-Lautrec. Pese a lo breve de su visita y a las incontables distracciones, tuvo tiempo de pintar varios cuadros que muestran la rapidez con que podía asimilar aquellas nuevas influencias.⁷⁵

Dos claros ejemplos de estos vestigios de Lautrec en Picasso son en sus obras *Can-Can* y *Le Moulin de la Galette*, aunque éste último tiene una técnica impresionista, la composición remite inmediatamente al genio cartelista.

Esta primera visita a París acabó en diciembre, las razones por las cuales Picasso quiso regresar a Málaga no son claras, se sabe que tras algunas diferencias con su familia, debido a su forma de vida y aspecto físico, decidió cortar lazos con ellos. Nunca más regresaría a Málaga.

⁷⁵ Ibid, p. 59.

Por estas mismas fechas, su amigo Casagemas se hundió en la total depresión, el pintor malagueño trató de alegrar a su amigo en vano. No pudo sacarlo de su tristeza ni de sus ganas de emborracharse. Ambos se despidieron en una taberna. Picasso tomó un tren rumbo a Madrid y Casagemas regresó a París donde una pistola y un ataúd lo esperaban. El suicidio de su amigo fue un golpe muy duro para el pintor malagueño.

En Madrid, fundó una revista titulada *Arte Joven*, junto a su amigo Francisco de Asís Soler, uno como director artístico y el segundo como director literario. Sin embargo, la vida de esta publicación sería corta, pero bien ilustrada.

Tras una breve visita a Barcelona, donde participó en una exposición en la Sala Parés, organizada por sus conocidos de *Pél i Ploma*. Picasso armó las maletas y sin más se instaló en París. Por aquel entonces ya había renunciado a firmar con sus dos apellidos, para dar el protagonismo únicamente al segundo de éstos, el materno. Esto porque sus amigos encontraban su segundo apellido más llamativo y comenzaron a llamarlo sólo por éste.

La razón más apremiante por la cual Picasso regresó a la capital francesa era porque su reciente mecenas, Manyac, le exigía una cierta cantidad de sus cuadros para montarle una exposición. Al llegar a París se instalaría en el piso que anteriormente fue ocupado por su amigo Pallarès, un cuarto lo ocuparía él y otro Manyac.

El cuarto donde se hospedó es conocido gracias a su pintura *La habitación azul*. Su llamado periodo azul comienza. Es en esta misma alcoba donde Picasso decoró las paredes con una copia del cartel del May Milton de Lautrec, el cual se puede ver en el fondo de su aludida obra.

Si bien Picasso pudo participar en una explosión en la galería de Vallard, por iniciativa de Manyac y con la cual ganó una crítica de Gustave Coquirot, su nombre aún no causaba revuelo entre el público.

Cabe mencionar que en esta muestra se presentó su cuadro *El diván japonés*, que sin lugar a dudas emula el cartel sobre el mismo salón de Toulouse-Lautrec. Dicha tela es una muestra de la influencia que ejercía el estilo del pintor francés sobre el malagueño.

El día 9 de septiembre moría en el castillo de Malromé, próximo a Burdeos, Toulouse-Lautrec. Era inevitable que aquella muerte confiriera actualidad a su figura situará su obra en primer plano, especialmente entre los artistas. ¿Son acaso de este mes de septiembre los pasteles del *music-hall* que representan una cantante o rapsoda en el momento de saludar al público, evidentemente incluidos, o sugeridos, por la obra de Toulouse Lautrec? Es muy posible. Ya tendremos otras ocasiones de ver que ésta es una manera harto picassiana de devolver la vida a un artista que en el momento de su muerte.⁷⁶

Picasso comienza una etapa solitaria, aunque no por esto se aísla de sus amigos. En su taller los cuadros reclaman cada vez más espacio, su obra es muy fructífera. Deja de compartir el piso, pues no hay espacio para cuerpos humanos, sólo para sus telas y él, que no puede pintar en compañía de alguien más. Su estudio ahora está en la *rue Bréda*, más tarde llamada Monnier.

El temperamento de Picasso y su búsqueda por un ambiente que lo motive, lo llevan a hacer las maletas nuevamente para trasladarse a Barcelona en enero de 1902. No obstante, solo se quedará durante ocho meses, pues pronto se desilusionó del ambiente.

Su tercera estadía en París estuvo marcada por la pobreza, la misma que lo obligaría a regresar a Barcelona, ciudad que ya no encontraría tan interesante como en un principio, por lo que poco tiempo después se trasladaría definitivamente a París en abril de 1904, donde viviría la mayor parte de su vida.

⁷⁶ FABRE, Palau. Op. Cit., p. 261.

El periodo azul (1901-1904)

Se concibe como "periodo azul" a la serie de obras que Picasso realizó entre los años 1901 al 1904, cuya característica principal es su paleta de colores con predominancia en los tonos azules.

Como ya se vio en la biografía, durante este periodo de tiempo, Picasso acababa de mudarse definitivamente a París, había roto con sus lazos familiares, lo que es especialmente notorio en la firma que adoptó a partir de entonces, con la que hacía honor exclusivamente al apellido materno.

A lo anterior hay que sumar el suicidio de su amigo Casagemas, suceso que marcó profundamente al pintor malagueño, quien se dejó llevar por la tristeza y la añoranza, temas que retomaría con su pincel.

La primera obra que corona este periodo es *La habitación azul*, conocida así porque el azul se cuele en todos los rincones y esquinas, desde la bañera, las paredes, los muebles y hasta en la ventana.

Dicha habitación fue descrita por amigos del pintor como un auténtico desastre, en cuyo piso se acumulaban cada vez más restos de tela y caos, pero esto no es lo que se ve en su cuadro, por lo que se pueden suponer dos explicaciones, la primera que el cuadro fue hecho cuando el cuarto aún tenía orden o que el desorden fue omitido a propósito.

Cuando comienza este periodo Picasso aún no era reconocido por el público, su corta edad de dieciocho años, también le jugaba malas pasadas en cuanto que era considerado muy joven para ser tomado como un pintor serio.

Sin embargo, su talento le fue abriendo puertas, una de ellas fue la de la reconocida sala de Vollard, estratégicamente ubicada en una afamada calle de galerías artísticas, pero ni así sus cuadros fueron vendidos a un precio razonable.

Durante este tiempo es notoria la habilidad de Picasso de apropiarse de modos y estilos característicos de determinados artistas. Cabe mencionar que éstos serían

una influencia meramente, pues Picasso siempre se apropiaba de los estilos y les daba su propio giro.

Las influencias abundan en la pintura de esta época. A veces se trata de un tema de Degas, y Picasso se apodera del hipódromo o de la muchacha desnuda en una bañera de zinc; de un interior que recuerda a Vuillard o de una escena de cabaret con bailarinas de faldas arremolinadas y sus medias negras locamente agitadas, lo que de manera innegable evoca el estilo de Toulouse-Lautrec.⁷⁷

De acuerdo con los testimonios del poeta Sabartés, retomados por Josep Palau i Fabre, durante esta etapa azul, Picasso profesaba que "el artista verdadero ha de ignorar todo; que el saber estorba, enturbia la vista y dificulta la expresión de espontaneidad"⁷⁸. Esto como parte de una doctrina con influencias del Zarathustra nietzscheniano.

Así el periodo azul responde a la necesidad de cambiar de estilo de Picasso, quien jamás se quedará quieto, pues su obra comprende varios periodos. En su momento azul abandona los colores alegres y pugna por una visión más madura de la vida.

La muerte de Casagemas le hace replantearse la vida, pues ahora conoce lo delicada que puede ser. Ya no se deja sorprender por Montmartre, sus vivos personajes y sus colores brillantes. ahora remarca la frivolidad y superficialidad del ambiente y los ricos. Los pobres se vuelven los mártires, se compadece de ellos, se identifica con ellos.

Picasso vivía en la pobreza, en varias ocasiones no tenía dinero ni para satisfacer sus necesidades más básicas. Aunque no era el único, la mayoría de los amigos que frecuentaba en el momento, tampoco gozaban de una buena economía. Llegó a compartir la pobreza, la necesidad y la solidaridad que con ellas vienen.

⁷⁷ PENROSE, Roland. Op. Cit., p. 69.

⁷⁸ *Ibíd.*, p. 266.

Max Jacob, crítico de arte, poeta y pintor, era uno de sus mejores amigos en París, quien al ver su pobreza desmedida, lo invitó a vivir con él, aun cuando la pobreza también vivía en su casa. Ambos compartían el hambre y una misma cama, uno dormía en ella de día y otro en la noche.

Las pinturas de este periodo fueron hechas en su mayoría en Barcelona y París, pues entre estas dos capitales se movía constantemente el genio. *La vida* es una obra cumbre de este periodo, la realizó en Barcelona

Aunque los temas del periodo azul se caracterizan por tocar cuestiones morales relacionadas a la adultez como el duelo de muerte y el sentimiento de pérdida, también abundan aquellos cuyo motivo principal son los niños. La infancia es una etapa muy representada por el malagueño, sin discriminar en edades, es más en varias obras se verá a niños de pecho.

Algunas telas representativas de esta temática son *El Niño blanco* (1901), *Niña con Paloma* (1901), *Niña glotona*, y *Maternidad* (1901).

Otra temática recurrente sería la de la ceguera. Al ser una persona tan visual, a Picasso siempre le interesó el tema de la ceguera, pues consideraba que era otra manera de "ver" el conocer al objeto por medio del tacto. Él no creía que con sólo observar un objeto se pudiera conocer al mismo.

Según cita Penrose, poco antes de su muerte, escuchó a Picasso decir al respecto "Sea lo que fuere, sólo cuenta el amor. Tendrían que arrancar los ojos a los pintores como hacen con los jilgueros para que canten mejor"⁷⁹

Así el periodo azul nos muestra a un Picasso que se cuestiona sobre temas profundos como la vida y la muerte; la ausencia y la pobreza; la felicidad y la desdicha. Temas que en aquel entonces estaba asimilando, pues su periodo azul corresponde a algunos de los momentos más crudos e intensos de su vida.

⁷⁹ *Ibíd.*, p. 85.

La muerte de Casagemas

La verdadera historia detrás del suicidio de Casagemas se mantuvo, en un principio, sólo entre su principal círculo de amigos y el reporte policial. Casagemas, siempre con un aire distraído y taciturno, provenía de una familia bien acomodada, antes de volverse pintor se hallaba en la Marina, pero después avocó su carrera hacia el arte.

Cuando él y Picasso arribaron a París, entablaron una estrecha relación con tres modelos: Germaine, Antoinette y Odette. Casagemas inició vínculos amorosos con la primera, quien era casada.

Germaine nunca correspondió del todo los sentimientos del afligido pintor y se negó a casarse con él cuando éste le propuso matrimonio. Por este motivo Casagemas se hundió en la depresión de la que Picasso intentó sacarle llevándolo de regreso a Málaga, pero sus esfuerzos no tuvieron éxito. Durante el tiempo que estuvo fuera, Casagemas escribió repetida e insistentemente a Germaine.

Una vez se hubieron separado los amigos, Casagemas volvió a París, una de sus primeras acciones fue pedirle a su amigo Pallarès y a Germaine, por separado, que lo recogieran en la terminal. Se hospedó un par de día con el primero, al cabo de los cuales le comunicó su intención de volver a Barcelona con su familia.

Con el fin de celebrar la partida de su amigo, Pallarès organizó una comida con algunos amigos, entre ellos Germaine. La despedida se llevó a cabo en un restaurante entonces llamado L'Hippodrome, en el número 128 del Boulevard de Clichy.

Este café sería escenario de una catástrofe. Casagemas no tenía intención de partir a Barcelona sino de quitarse la vida, pero no pensaba irse sólo, antes intentó dispararle a Germaine, cuando creyó haber conseguido darle muerte a su amante, se disparó en el lado derecho del cráneo.

Los amigos que fueron testigos de este hecho, callaron la verdad de los hechos para no herir a la familia del difunto, a quienes comunicaron que la muerte del

pintor había sido por causas naturales. La verdad de los hechos, junto con la petición de discreción sobre los mismos, se la hizo llegar Ramón Reventós a Picasso, quien se hallaba en Madrid.

A partir de ahora, la sombra de Casagemas perseguirá a Picasso durante tres o cuatro años, y, si hasta entonces, en los retratos que éste le había hecho (exceptuando el retrato, casi premonitorio, de 1899), Casagemas aparece siempre caricaturizado y mostrando sobre todo su perfil izquierdo, a partir de ahora aparecerá con el perfil derecho, o sea, por el lado de su suicidio.⁸⁰

De tal suerte que Casagemas se convirtió en una constante en el periodo azul de Pablo, su figura es la tragedia humanizada.

Lo que París dejó en Picasso

Durante su periodo azul, Picasso visitó tres veces París. La primera con Casagemas, el cual fue un viaje de aventura y descubrimiento; la segunda fue una visita más seria, Picasso ya no se deja deslumbrar fácilmente por los encantos de la capital y Montmartre, su juicio es más crítico. La tercera visita fue porque Barcelona ya no podía ofrecerle más, solo en París encontraba amigos que realmente motivaran su arte y que lo comprendieran.

La razón por la que dejó Francia la tercera vez fue por desesperación. En esos momentos pasaba hambre y no tenía cobijo. La vida del genio nunca fue tan triste y desolada, las presiones económicas eran aplastantes. Ya no podía seguir pagando el alquiler francés, ya había llegado incluso al punto de tener que quemar sus dibujos para obtener un poco de calor.

Aunque la ciudad podía ser cruel con los jóvenes artistas, los malos ratos no bastarían para alejarlo de la capital francesa, los amigos que allí había hecho y el ambiente artístico que se vivía en la capital francesa, serían elementos que no

⁸⁰ FABRE, Palau., p. 213.

encontraría en otro lugar. Definitivamente sus visitas a París trastocaron su vida profundamente.

En esta capital recibió un sinfín de influencias que enriquecerían su estilo, tanto en la parte de composición, como en la perspectiva y los colores.

Era un visitante asiduo de los museos, pero se debe tomar en cuenta que para su primera visita a París el terreno al que llegó pertenecía a los carteles de Toulouse-Lautrec, los cuales gritaban desde las paredes las bondades de la vida nocturna de Montmartre.

Además, es en esta capital donde Picasso conoció a su primer mecenas, Manyac, quien por 150 francos al mes compraba varias de sus obras. Gracias a esta ayuda económica, Picasso pudo permitirse un poco más de comodidad en su vida que hasta aquel momento rayaba en la pobreza.

Por medio de Manyac, el pintor malagueño conoció a personajes como el marchante Vollard, quien fuera un patrocinador del arte moderno, ya que tenía una sala en la *rue Laffitte*, calle conocida por sus galerías. Este hombre se codeaba con maestros como Cézanne, Degas, Renoir, Gauguin, Bonnard, Rodin, Zola y Apollinaire, entre otros.

Algunos de estos personajes y otros más serían buenos amigos suyos, quienes lo apoyarían sentimental, económica y artísticamente. Sus opiniones sobre el trabajo de Pablo y el arte en general lo ayudaron a asentar su estilo personal, pues Picasso se adueñaba de todo lo que pudiera servirle.

Una de las razones por las cuales Casagemas y Picasso emprendieron el viaje hacia la capital francesa era para ponerse al día con las nuevas corrientes pictóricas. En la capital pudieron contemplar los trabajos de maestros impresionistas: Monet, Manet, Pissarro, Degas y Cézanne.

Además, París sería el escenario donde Picasso pintaría importantísimas obras, algunas en el taller de su amigo Pallarès en el número 130 ter del Boulevard de Clichy.

Quizá no haya prueba más grande del peso que tuvo París sobre Picasso que el hecho de que decidió entregarle a la capital francesa prácticamente el resto de sus días.

IV

Análisis hermenéutico de las pinturas de Picasso

El arte va más allá de su tiempo y lleva parte del futuro.
Wassily Kandinsky

Modelo hermenéutico de análisis

En este apartado se analizan tres obras pictóricas del periodo azul de Pablo Picasso, las cuales han sido seleccionadas por su afinidad con el trabajo de Toulouse Lautrec.

Asimismo, las obras elegidas guardan más de una semejanza entre ellas, en parte porque las tres fueron realizadas el mismo año, 1901. Esto da como resultado un contexto muy similar, el cual también comparten buena parte del resto de las obras del periodo azul.

Sin embargo, no todo son similitudes entre los trabajos seleccionados. La diferencia más notoria es la técnica con la que fueron realizados, así se tiene que *La habitación azul* es una pintura al óleo; *The Fortune* es un dibujo a pastel con carboncillo y *El Jardín de París* es un bosquejo de tinta y acuarelas. El resto de las diferencias se harán evidentes conforme avance el análisis.

El modelo de análisis que se ha decidido seguir es el propuesto por el investigador Julio Amador Bech en su libro *El significado de la obra de arte*. Éste es un modelo hermenéutico que se compone por tres dimensiones principales: la formal, la simbólica y la narrativa.

Se profundizará más al respecto de cada una de estas dimensiones, conforme se vaya avanzando en el presente análisis, con el objeto de ayudar al lector a

identificar fácilmente en qué consiste cada una y cuáles son los elementos que evalúan y cómo esto se lleva a la práctica.

Por último, debe considerarse que al ser un análisis hermenéutico, las significaciones que se presenten están íntimamente ligadas al horizonte cultural de quien está interpretando la obra. En otras palabras, todas las asociaciones que se hagan en este análisis, son a partir de la experiencia cotidiana del analista, así como de su bagaje cultural y su formación.

Dimensión formal

La primera dimensión consiste en desmenuzar los elementos compositivos básicos de la imagen, para poder analizarlos por separado de acuerdo a sus reglas y cualidades. Dichos componentes son:

1. Forma
2. Color
3. Luminosidad o tono
4. Cualidades materiales
5. Composición

Dentro de este primer nivel también se incluye a "la expresión" como objeto de estudio. Para este apartado se toma como referencia principal el libro *La Comunicación No Verbal* de Mark L. Knapp⁸¹.

Los puntos que componen este nivel son: Territorio y espacio personal; la apariencia física y la ropa; el movimiento del cuerpo y postura; y las expresiones faciales.

⁸¹KNAPP, Mark L. *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*, México: Paidós Comunicación, 2009.

Su objetivo es analizar el lenguaje corporal y gestual a través de los espacios, señas, miradas y posiciones del cuerpo, los cuales son acompañados de una lectura sobre la vestimenta y el entorno para comprender las situaciones en la imagen.

Dimensión simbólica

Tal como lo refiere Julio Amador Bech, la unidad interpretativa básica del hombre es la imagen mental, la cual a través de un proceso de simbolización sirve como un elemento explicativo de la realidad, formando así la base del pensamiento y de toda forma de comunicación. En palabras del autor tenemos que:

Las formas primarias del pensamiento son las imágenes que luego pueden traducirse a signos lingüísticos, a gráficos o a cualquier otra forma de representación de la realidad, susceptible de ser comunicada. Así, la imagen mental se transforma en signo, en alegoría o en símbolo.⁸²

De lo anterior parte que antes de realizar el análisis de la narrativa del cuadro, se tengan que estudiar sus elementos simbólicos por separado, para después poder interpretarlos en su conjunto. A los elementos aislados se les denomina *motivos* y a su cúmulo se le conoce como *temas*.

Simbolismo de los elementos básicos

A continuación se lleva a cabo un análisis sobre los elementos en común de las tres obras, éstos son la paleta azul y la mujer. Dichos motivos son considerados como los elementos básicos por su importancia en la composición, pues son los personajes principales y lo primero que atrapa la mirada del espectador.

⁸² AMADOR BECH, Julio. *Op. Cit.* p. 73.

- El azul

El primer elemento básico es el color azul. Se debe recordar que la presencia de este color en todas las obras de Picasso de este periodo es sumamente importante y representativo.

De acuerdo con Juan Eduardo Cirlot, autor de *Diccionario de símbolos*, el azul es un color frío y retrocedente que corresponde a procesos de desasimilación, pasividad y debilidad; mientras que para Jolan Jacobi es el color del pensamiento; que por su relación con el cielo y el mar, significa altura y profundidad.⁸³ Sin embargo, el autor también hace énfasis en que el azul tiene una ambivalencia en significado por la cercanía que tiene, según su tono, con el blanco o con el negro; el día y la noche; la luz y las tinieblas.

Para Eva Heller⁸⁴ el azul no sólo es el predilecto de muchas personas, también es el color más vinculado con la armonía, la confianza y la amistad. La relación directa que tiene con el cielo, hace que se le relacione con lo eterno y lo divino.

Es por excelencia el color de la lejanía y la profundidad, ya que por las capas de aire, entre más lejos esté un color más azul se verá, a este fenómeno se le conoce como "perspectiva aérea". De la lejanía viene que se le relacione con otras cualidades tales como la fidelidad, la fantasía, la ilusión y el anhelo.

Entonces, el azul, al simbolizar la distancia, da a entender que alguien está lejos, ante esta ausencia el entorno se vuelve frío y distante, por lo tanto es azul. Asimismo, por ser el color de la fidelidad y la amistad, se intuye que existía un lazo muy fuerte de unión entre quien se fue y quien se quedó; además, el azul también habla de la lealtad que siente quien se quedó, pues sigue recordando y a su manera mantiene a su lado a quien partió lejos.

⁸³ CIRLOT, Juan Eduardo. *Diccionario de símbolos*, 9a ed., Barcelona: Labor S.A., 1992, p. 141.

⁸⁴ HELLER, Eva. *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre el sentimiento y la razón*, Barcelona: Gustavo Gili, 2008,

Quien se fue es Casagemas y quien se quedó fue Picasso. Con el uso de un sólo color, el pintor español es capaz de contar la historia de la muerte de su amigo y a la par simbolizar y representar sus sentimientos ante la pérdida.



Cuadro oculto bajo *La habitación azul*, visto con rayos infrarrojos

- La mujer

La figura de la mujer está fuertemente relacionada con su capacidad reproductora, razón por la cual su simbolismo está estrechamente vinculado al de la madre. Desde tiempos remotos se han encontrado figuras con voluminoso pechos y grandes caderas que simbolizan la fertilidad y la idea de diosa Madre.⁸⁶

Se suele asociar a la Tierra como un carácter femenino, pues es fértil y la fecunda la lluvia para que brote la vida. La luna también es femenina, representa el misterio y la creación.

⁸⁵ PARDO, Pablo. "El fantasma de *La habitación azul*", [online] El Mundo, <http://www.elmundo.es/cultura/2014/06/17/53a07b37e2704e0c6d8b4588.html>, [consulta: 2 de julio de 2016].

⁸⁶ BRUCE-MITFORD, Miranda. El libro ilustrado de signos y símbolos. México: Diana, 1997, p. 12.

Por su parte Carl Jung, denominó al arquetipo femenino como “ánima”, el cual se puede manifestar como diosa, reina, princesa o bruja y es la imagen universal inconsciente que se tiene sobre la mujer. Su contraparte “animus” representa todo lo masculino.⁸⁷

Por su parte, Jean Chevalier sostiene que femenino y masculino son dos palabras que no deben entenderse únicamente en el sentido biológico, refiriéndose al sexo, sino que su significado debe extenderse a un nivel más elevado. Para este autor, ambos términos no están peleados, más bien son complementarios: “Incluso si nos situamos en el plano de la sexualidad, es evidente que el hombre no es totalmente masculino ni la mujer totalmente femenina. El hombre entraña un elemento femenino y la mujer un elemento masculino.”⁸⁸

No obstante, como se verá conforme avance el análisis simbólico, las mujeres que retrató Picasso no siempre van a coincidir con el modelo femenino clásico de la mujer. En primer lugar, ninguna de las mujeres a estudiar se le representa como madre, sino todo lo contrario, son chicas dispuestas a divertirse, deseosas de pasar la noche fuera del hogar.

Todas tienen algo de misteriosas, pues son alguien más que ellas mismas cuando están paradas en el escenario, a excepción, claro está, de la bañista, quien sencillamente se muestra tal cual es en un momento cotidiano.

Estas mujeres son bellas y parecen ninfas o sirenas en el sentido que intentan atrapar con sus encantos a más y más espectadores, los cuales son en su mayoría hombres. De las sirenas y pejemulleres, Miranda Bruce-Miltford dice “Representan la tentación y la seducción, y distraen a los hombres de sus verdaderos propósitos.”⁸⁹

De tal suerte que estas figuras femeninas se muestran deseosas de ser el centro de atención, son juguetonas y risueñas, pero se las percibe lejos porque se

⁸⁷ Ibid., p. 14.

⁸⁸ CHEVALIER, Jean. Op. Cit. p. 699.

⁸⁹ BRUCE-MILTFORD, Miranda. Op. Cit., p. 29.

encuentran separadas del resto, ya sea por un escenario o por una ventana indiscreta. Son unas estrellas del espectáculo.

Dimensión narrativa

Se lleva a cabo una lectura de las pinturas, tomando en cuenta todos los elementos que las componen. Tanto la dimensión formal como la simbólica se unen para dar significado a un panorama más amplio.

Gracias a estos análisis previos, este último ejercicio es más fácil de llevar a cabo y de comprender, pues se entiende claramente de dónde parten las conclusiones. De esta forma, a continuación se presenta el análisis hermenéutico de cada obra.

a. La Habitación Azul



Ficha técnica:

Pablo Picasso

La habitación azul

París, Francia.

óleo sobre lienzo

1901

61.6 x 50.49 cm

The Phillips Collection, Washington, E.E.U.U.

Dimensión formal

- **Forma y contenido**

Para fines de este trabajo se retoma el concepto "C" de forma, propuesta por Julio Amador Bech, quien a su vez retoma cinco conceptos definidos por W. Tatarkiewicz.

La forma también ha sido entendida como 'el límite o contorno de un objeto'. Es distinta de la anterior por prescindir de la sustancia de las cosas y referirse exclusivamente al perímetro exterior o contorno. Este concepto de forma se centra en el contorno, es decir, en el perímetro exterior que separa a una cosa de otra. La forma se percibe a partir de las diferencias estructurales de las superficies de las cosas, más las propias variaciones tonales de la luz; las particularidades cromáticas y matéricas contribuyen a una mejor posibilidad de distinguir unas formas de otras. En ausencia de estas diferencias son sólo los contornos los que permiten la distinción de las formas entre sí.⁹⁰

Cabe mencionar que no hay formas del todo cerradas como lo demuestra la figura rectangular del último tercio horizontal de arriba a abajo, ya que su contorno es difuso. Sin embargo, el resto son formas cerradas.

Toulouse Lautrec era un asiduo partidario del contorno para delimitar las formas de sus representaciones, hasta el punto que es una característica de su estilo personal como cartelista. De igual manera, Picasso delimitó con líneas más oscuras las formas de esta obra.

Ahora bien, para Kandinsky los elementos más básicos de la forma son el punto, la línea y el plano, los cuales se pueden encontrar de la siguiente manera:

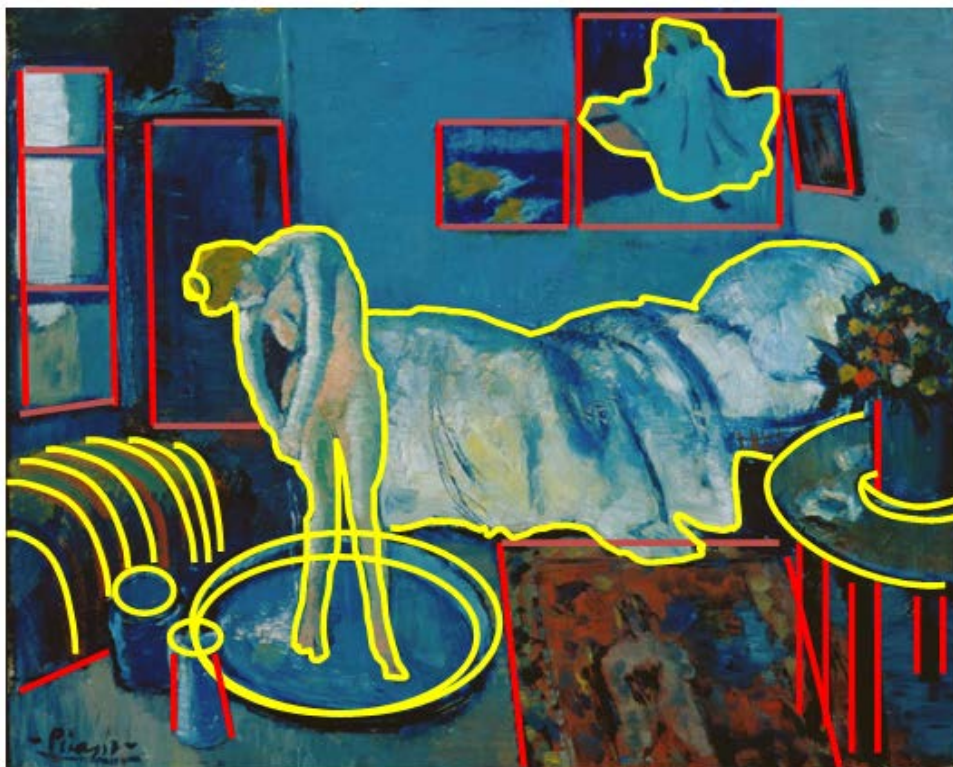
⁹⁰ AMADOR BECH, Julio. *El significado de la obra de arte. Conceptos básicos para la interpretación de las artes visuales*, México: UNAM, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, 2008, p.33.

En cuanto a líneas, éstas sirven para delimitar las formas, por lo que hay curvas y rectas. Las primeras están en forma de círculos en los elementos laterales del primer plano; así como en las figuras orgánicas y en la forma blanca del centro que se extiende a la derecha.

Por otra parte, las rectas se hallan principalmente en el plano del fondo; en las figuras del primer tercio vertical de la izquierda y en las de la esquina inferior derecha. Casi todas estas líneas son verticales y horizontales, aunque algunas se ven ligeramente ladeadas debido a la perspectiva.

Se puede apreciar un ritmo evidente en el orden de las líneas curvas del primer tercio vertical del lado derecho. Su orden da textura a la figura representada.

Como puede apreciarse en la siguiente imagen, tanto las líneas rectas como las curvas se hallan en equilibrio dentro de la composición debido a su distribución, ya que se pueden encontrar en cantidad similar tanto del lado derecho como del izquierdo, lo que da armonía y ritmo al conjunto.

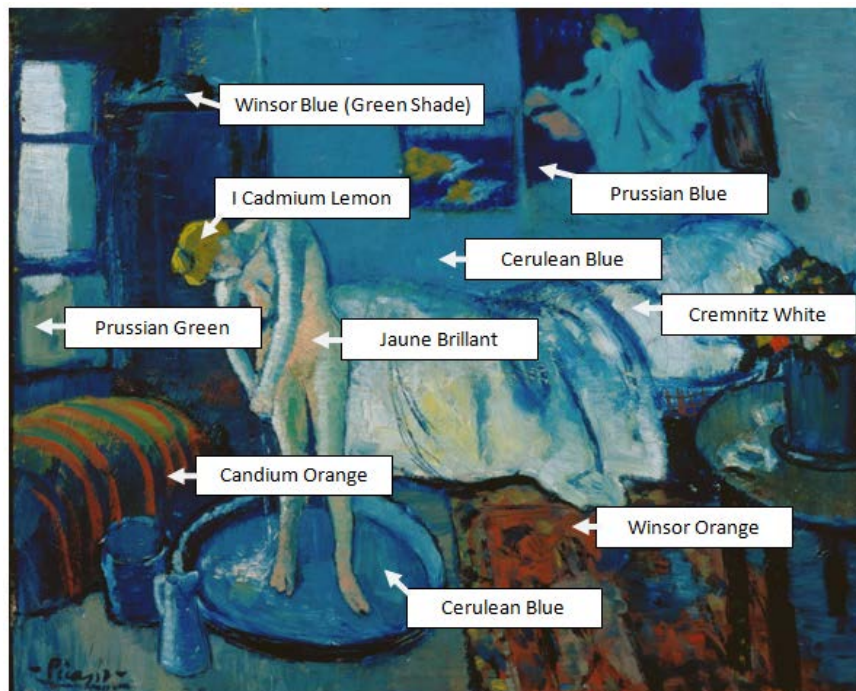


De acuerdo con Kandinsky: "El punto es el resultado del primer choque de la herramienta con el plano"⁹¹. Entonces son puntos las manchas de colores del lado derecho, el pequeño círculo arriba de éstas y también pueden considerarse puntos algunas huellas de pincel en el rectángulo de la parte inferior.

- **Color**

El color es una percepción visual, es el fenómeno que resulta cuando una longitud de onda de luz es reflejada por un objeto. Al aspecto de esa onda es lo que Pawlik llama calidad o clase de color, mientras que la pureza de dicho color es llamada saturación⁹².

Para fines prácticos, se identifican los colores de la pintura con base al Artist's *Oil Colour* de Winsor & Newton, que se puede consultar en el apartado de Anexos. Los matices reconocidos son los siguientes:



⁹¹ KANDINSKY, Wassily. *Punto y línea frente al plano. Contribución al análisis de los elementos pictóricos*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión, 1969, p. 31.

⁹² AMADOR BECH, Julio. Op. cit., p. 37.

Picasso juega tanto con la saturación como con la luminosidad de los colores para dar sombras o volumen, lo que le sirve para ganar expresividad y texturas.

Aunque no opta por espacios grandes de color plano como Toulouse Lautrec en sus carteles, pero la manera de estampar los colores unos sobre otros, sin que lleguen a mezclarse por completo, recuerda de cierta manera a las pinturas del aristócrata francés.

Al observar la pintura en general es evidente la presencia del azul en prácticamente todo el cuadro, por lo que al mirarlo da una sensación de frío, debido a la naturaleza misma del color. Cabe resaltar que la paleta del pintor es principalmente de colores primarios: azul, amarillo y rojo; seguidos de los colores secundarios verde y naranja.

- **Luminosidad o tono**

El tono es la cantidad de luz u oscuridad que tiene el color. En este aspecto resalta la manera en cómo Picasso utiliza el azul, pues a pesar de que emplea varios matices, la pintura da la sensación de tener muchos más azules de los que en realidad tiene, debido a la variedad de tonos que crea.

Dichos tonos se encargan de dar la sensación de tridimensionalidad al cuadro y generan el efecto de luz y sombra. Esto último ayuda a que los colores no se vean como una plasta, como en el caso de las litografías de Toulouse-Lautrec.

- **Cualidades materiales**

De acuerdo con Amado, estas cualidades dependen de cuatro factores: los soportes; los materiales; las herramientas empleadas y las técnicas específicas, de acuerdo a las características de cada época, lugar, estilo y modos artísticos.⁹³

⁹³*Ibid.*, p. 43.

De igual manera, en toda obra figurativa hay dos aspectos de las cualidades materiales a analizar, por una parte están las que pertenecen a la obra en sí misma, y por otro lado aquellas que están representadas en el contenido.

En *La habitación azul* las cualidades materiales son:

- a) Soporte: lienzo de 61.6 x 50.49 cm, de forma rectangular que descansa sobre su lado más largo.
- b) Materiales: óleo y lienzo.
- c) Herramientas utilizadas: pinceles.
- d) Técnica: óleo sobre tela.

Mientras que los materiales representados son madera, agua, vidrio, cuerpos humanos, cabello, pasto y metal en el primer tercio de izquierda a derecha; en el siguiente tercio hay tela, cemento, madera y papel (éste en carteles del fondo); y en el último tercio hallamos flores, más madera y tela.

- **Composición**

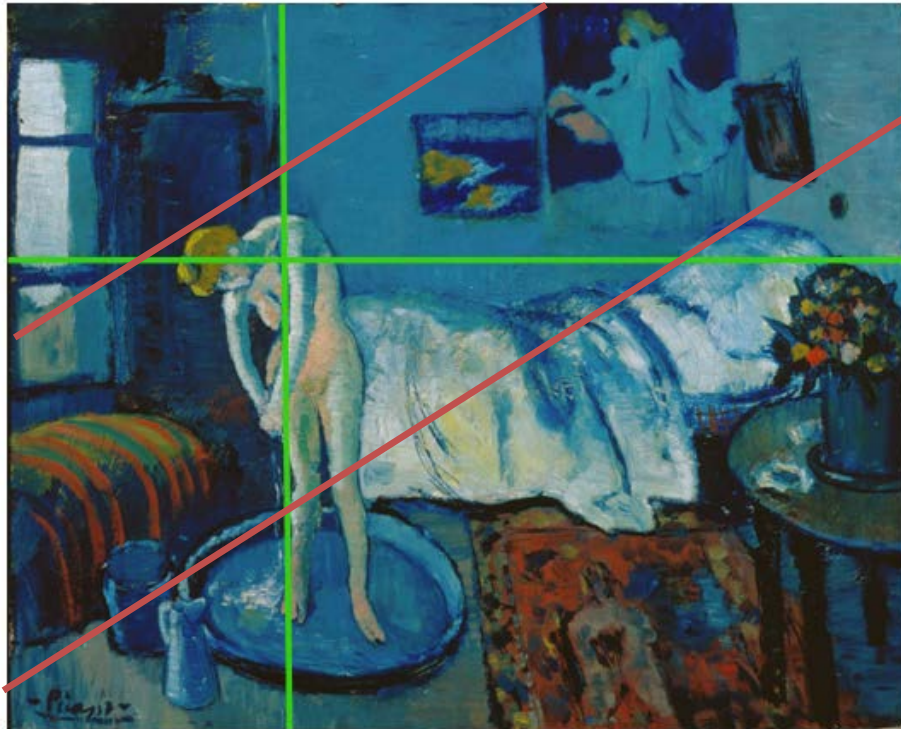
Se llama composición al conjunto ordenado de todos los elementos anteriormente estudiados, es decir, las formas, el color, los tonos y las materias. Dichos elementos deben convivir en orden y armonía como un todo, si cumplen con esta condición entonces, por herencia renacentista, son considerados estéticos.

Así, para realizar el análisis formal de la composición se toma como referencia base a la "sección áurea", también conocida como "divina proporción" o "número de oro". Este concepto cobró gran fuerza durante el Renacimiento para estudiar los sistemas proporcionales de las artes. Su origen se puede rastrear hasta la antigua Grecia, donde filósofos como Pitágoras hablan de divinas proporciones, por la correspondencia matemática que hay en ritmos de la naturaleza.

De tal manera que la "sección áurea" es un número algebraico que trata de la relación de entre dos segmentos de una recta, se representa matemáticamente como $(1 + \sqrt{5}) / 2$. En el siglo XII, el matemático italiano Fibonacci encontró una

sucesión numérica que reproduce el valor del número de oro, esta serie consiste en ir sumando el resultado con el número anterior, esto partiendo desde la suma de 0 y 1, así $0+1=1$, $1+1=2$, $1+2=3$, $2+3=5$, y así⁹⁴. Con él suele formarse la "espiral áurea".

Además, el estudio de la sección áurea es completado con la exploración del equilibrio: "Tentativamente, lo definimos como la posibilidad de que los elementos de la composición funcionen como un todo armónico, complementándose y apoyándose mutuamente, de acuerdo con una finalidad estética."⁹⁵



Dentro de *La Habitación Azul*, la sección Áurea se identifica a partir de la lateral izquierda de la figura orgánica, cuyo contorno pareciera formar una línea vertical,

⁹⁴ Aldo Humberto Romero Castro. *El número áureo: en búsqueda de la perfección natural*, Revista Digital Universitaria UNAM, 10 de julio de 2005, Volumen 6, Número 7, ISSN: 1067-6079. Dirección URL: http://www.revista.unam.mx/vol.6/num7/art68/jul_art68.pdf, [consulta: 8 de octubre de 2016]

⁹⁵ AMADOR BECH, Julio. Op. cit., p. 46.

que más adelante se une con el límite derecho de la figura rectangular de atrás hasta casi llegar con el límite superior del cuadro.

Otra línea, esta vez horizontal, nace desde el extremo izquierdo del cuadro, para después conectarse con otros puntos, tales como el pequeño círculo amarillo del peinado, hasta llegar al otro extremo. Esta línea junto a la vertical antes descrita conforman la sección Áurea del cuadro.

Además, otra forma en la que se puede observar la base de la composición, es a través de dos líneas diagonales que cruzan el cuadro. Los puntos de unión de dichas líneas son la cabeza con los vértices izquierdos de los cuadros, y las rodillas con la esquina inferior derecha del cuadro sobre la almohada.

El análisis de la composición también contempla un estudio del equilibrio de la pieza, para lo cual toma en cuenta: el peso, la dirección, el tamaño y la distribución de los elementos dentro del plano básico.

Como resultado de lo anterior se tiene que la forma más pesada es la blanca del fondo, porque da la sensación de gran densidad debido a su tonalidad clara, además de su dirección horizontal y tamaño, ya que es el objeto más grande de todo el cuadro.

Su contraparte en peso es la suma entre la figura orgánica y la forma que contiene tres rectángulos claros a la izquierda. Estos elementos no son mayores en tamaño, pero tienen tonalidades claras y reflejan mayor cantidad de luz, lo que los vuelve pesados. Debido a esta relación contrapuesta la composición se equilibra.

Del mismo modo, el peso logra balance visual gracias a que la figura con líneas anaranjadas se antepone al rectángulo del piso a la derecha (el tapete). Ambos elementos concentran en sí mismos la mayoría de colores cálidos de todo el cuadro.

Respecto a los colores fríos, el que más predomina es el azul, cuyo tono más oscuro está presente en figuras que están de un extremo a otro, por ende, una vez más, los elementos se equilibran debido a sus posiciones.

- **La expresión**

Territorio y espacio personal

El entorno del cuadro es cerrado, se trata de una habitación por lo que sus límites son cuatro paredes, aunque sólo tres sean visibles en la pintura. El piso está hecho de madera y por la altura que se ve representada desde la ventana, se infiere que el cuarto no está a nivel de piso, sino que está en un segundo o tercer nivel.

La percepción que se obtiene del lugar es de privacidad, dado que es un cuarto cerrado en el que alguien está tomando un baño tranquilamente. En las paredes se ven decoraciones propias del gusto de alguien, así como otros artículos personales: la bañera, las vasijas y la cama.

Además, en el cuadro encontramos dos figuras humanas, la mujer del primer plano puede categorizarse como una persona activa, pues es estrictamente la única que interactúa. La otra figura femenina es considerada una no-persona, ya que sólo figura como parte de una decoración.

La apariencia física y la ropa

- Mujer primer plano

Una mujer joven de tez blanca, cuya fisionomía concuerda con el tipo de cuerpo ectomorfo, esto de acuerdo al autor Mark Knapp⁹⁶. Su constitución es delgada y

⁹⁶ KNAPP, Mark. Op. Cit., p. 153

frágil, con curvas bien marcadas lo que indica un cuerpo femenino bien proporcionado.

Las líneas que enmarcan la figura son curvas suaves así que no se percibe un cuerpo atlético, sino uno delicado y blando; sensación que se refuerza con la postura inclinada, hombros hacia abajo y las rodillas ligeramente encontradas.

Debido a la combinación de la pose con las pinceladas gruesas, los detalles del rostro no se aprecian completamente; sin embargo, se adivina una nariz fina y recta, así como una boca pequeña de labios delgados. Las cejas y pestañas se pierden totalmente, mientras que una línea azul hace las veces de un ojo.

El peinado consta de un chongo alto, en la cima de la cabellera rubia. En cuanto a su vestuario, ella aparece desnuda ya que está tomando un baño en la habitación.

- Mujer fondo

Mujer de tez blanca con características de cuerpo ectomorfo, es decir, poco musculo y miembros frágiles. Debido a la postura del cuerpo, su estatura y vestimenta, en primera instancia se entiende que el personaje es una niña de cabellos rubios y vestido blanco.

Una vez más, los rasgos detallados del rostro se pierden, en esta ocasión del todo, por lo tanto es imposible describirlos. Por otra parte, sí se puede apreciar que la cabellera es rubia, de un largo a la altura de los hombros y cuyo peinado consiste en doblar las puntas hacia fuera.

Esta figura está ataviada con un vestido blanco largo que deja al descubierto una bota negra con tacón pequeño; además, el fondo del vestido es de color rosa, la caída tiene varios pliegues y las hombreras son en forma de globo.

El diseño de la prenda no corresponde del todo con las tendencias de la época, la cual consistía en el uso de corsé para ceñir la cintura y así engrandecer el pecho y las caderas, con lo que se obtenía la popular silueta femenina en forma de “S”⁹⁷.

De igual manera, el peinado concuerda con la moda de la época, la cual dictaba llevar el cabello largo para poder peinarlo en formas voluminosas y con algunas hebras desalineadas, muy al estilo de peinado Bouffant. Para lograr este tipo de peinados se utilizaban postizos y el resultado final era adornado con plumas, flores y joyería o con elegantes sombreros y tocados⁹⁸.

Por lo tanto, al no llevar un atuendo común con la época, se infiere que el personaje no estaba en un ambiente cotidiano cuando la retrataron, menos aún se trata de un cuadro común y corriente, sino de un afiche publicitario, cuyo fin es atraer la atención y prometer que lo que anuncia es diferente a lo de todos los días.

Movimiento del cuerpo y postura.

La mujer del primer plano tiene una actitud pasiva, puesto que se está aseando tranquilamente en la intimidad de su recámara. Dado que está sola, no realiza contacto visual con nadie ni muestra intenciones de realizar o no, trato con alguien más.

Además, se percibe comodidad en la mujer a través de su postura relajada, hombros caídos y rodillas ligeramente flexionadas, lo que también le ayuda a mantener el equilibrio, mientras se agacha para lavar sus piernas.

La mujer del cartel tiene pose de baile con una pierna levantada. Sus manos sostienen su faldón para poder mover los pies libremente y sin peligro de tropezar. Debido a los dobleces de la tela se entiende que la chica está en movimiento, y

⁹⁷ ERAUSQUIN, Noelia A. *Así han cambiado los cánones de belleza en el último siglo*. El Comercio, 13 de febrero de 2014. Dirección URL: <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>, [consulta: 26 de marzo de 2016].

⁹⁸ PASALODOS SALGADO, Mercedes. *Algunas consideraciones sobre la moda durante la Belle Époque*, Museo del Traje, Madrid, pág. 107-112.

dado que el vuelo del vestido es muy amplio, se trata de movimientos muy enérgicos.

La cabeza ladeada, los hombros relajados y que ninguna extremidad se vea tensa, dan la sensación de relajamiento y comodidad. Ella tampoco interactúa con ninguna persona ni muestra ninguna actitud hacia externos.

Las expresiones faciales

Como se ha mencionado con anterioridad, los rasgos faciales de ambas figuras femeninas no son visibles, por lo que el análisis de sus gestos es omitido.

Dimensión simbólica

Uno de los principales elementos simbólicos que hay en esta pintura es: el agua, que siguiendo a Cirlot, simboliza la unión universal de las virtudes que se hallan en precedencia de toda creación; y se le considera un elemento femenino ya que representa la vida.⁹⁹ Para Jean Chevalier el agua representa fundamentalmente tres temas: fuente de vida, medio de purificación y centro de regeneración.¹⁰⁰

En el cuadro el agua figura más en el sentido de purificación, dado que se está utilizando en un baño. Su presencia reafirma la feminidad de la mujer retratada y remite a su capacidad de engendrar vida.

Aunque la temática del desnudo femenino no era nueva, a partir del siglo XIX varios pintores la retomaron lejos de los principios académicos, lo que provocó grandes escándalos. Las mujeres retratadas ya no eran ninfas o paganas, eran mujeres comunes y corrientes con cuerpos reales, no idealizados.

⁹⁹ CIRLOT, Juan Eduardo. *Op. Cit.* p. 56.

¹⁰⁰ CHEVALIER, Jean. *Op. Cit.* p. 53.

Fue en este contexto que retratar a la mujer bañándose se convirtió en un recurso habitual entre artistas. El momento del aseo era el pretexto perfecto para inmortalizar un cuerpo desnudo. En este sentido los pintores eran unos “mirones” que interrumpían un momento íntimo para ser ellos los que con su brocha desnudaban los cuerpos.¹⁰¹

Así, Picasso transporta al espectador a un instante donde no debiera estar, lo vuelve un voyerista en el instante que deja abierta una ventana de lienzo donde puede ver, sin ser visto, a una mujer que se desnuda para bañarse. Esta condición aumenta el erotismo del cuadro. La mujer se convierte en un objeto de deseo, en un ser cuya intimidad está siendo invadida por unos mirones.

Las flores a la derecha del cuadro son un elemento femenino que destaca por sus tonos brillantes. Sus colores, amarillo y naranja principalmente, hacen referencia al sol y a la fugacidad de los momentos.¹⁰²

En general, Miranda Bruce-Miltford dice que las flores representan cualidades y elementos muy diversos, pues así como el brote de una flor puede simbolizar el comienzo de una nueva vida, también es usual que las flores acompañen a los muertos en la tumbas.

Cada flor tiene un significado diferente, y éste puede variar de cultura en cultura; sin embargo, por la naturaleza del brochazo en esta pintura, es casi imposible distinguir qué tipo de flores son las que se encuentran en el florero y por ende qué tipo de significado en particular tienen, más allá de lo que pueden indicar con su color, como ya se mencionó.

¹⁰¹ PRIETO QUIRÓS, Carolina y RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Mar. El cuerpo femenino: desnudos de mujer en el arte del siglo XIX, En: El Genio Maligno Revista de Humanidades y Ciencias Sociales, septiembre, 2010, no. 7, p.p. 67-107.

¹⁰² CIRLOT. Juan Eduardo. *Op. Cit.* p. 205.

Por otra parte, la habitación en sí es "Símbolo de la individualidad, del pensamiento personal. Las ventanas simbolizan la posibilidad de entender, de pasar a lo exterior y lejano. También la comunicación, de cualquier especie".¹⁰³

La habitación azul de Picasso era más que un simple refugio, era su estudio, su lugar de trabajo, el sitio donde cobraban vida su arte, o lo que es lo mismo su forma de expresión, de comunicación. Sin duda, no había en ese momento un espacio más personal para el pintor que esa pequeña recámara de color azul y ventanas abiertas.

Dimensión narrativa

Después del suicidio de su amigo, Picasso se fue a Barcelona a buscar consuelo. La razón que lo haría volver no sólo a París, sino incluso al mismo estudio que ocupó Casagemas, sería la propuesta de Ambroise Vollard, de llevar a cabo su primera exposición junto a Francisco Iturrino.

Durante esa primavera de 1901, Picasso estuvo trabajando arduamente para su exposición; no obstante, se dio tiempo para mantener una relación amorosa. La cercanía entre su estudio y la residencia de Germaine (a sólo unas cuadras), los juntaría de nuevo, en esta ocasión en una relación sentimental.

Aunque aún se desconoce quién es la mujer retratada en aquella habitación parisiense. Algunas conjeturas apuntan a que se trata de Germaine, la misma mujer que fuera el amor y obsesión de Casagemas y por la cual se quitó la vida.

Este triángulo amoroso no era nuevo, desde que vivía Casagemas, Germaine siempre mostró preferencia por Picasso, pero nunca se estableció una relación entre ellos. Para el pintor malagueño, la lavandera y ocasional modelo no era culpable del suicidio de su amigo, quien ya sabía tenía tendencia a la depresión,

¹⁰³ *Ibid.*, p. 233.

en todo caso, Picasso se culpaba a sí mismo, él creía que de haber estado el funesto día, el resultado habría sido otro.

Vivir en el mismo estudio que antes ocupó su amigo y mantener una relación amorosa con Germaine, fueron, sin duda, detonadores de recuerdos para Picasso, quien desde ese momento comenzó a pintar con el objetivo de exteriorizar su perversión y sufrimiento.

Así, *La habitación azul* es la obra que da inicio al periodo azul. A partir de este momento se volverá más notoria la invasión del azul en su paleta, esto como un reflejo ante la muerte de su amigo: “it was thinking of Casagemas’ death that started me painting in blue.”¹⁰⁴

Sin embargo, esta pieza comunica más que sólo el dolor ante este trágico hecho. Cada elemento de esta composición remite a un momento de la vida del pintor en su llegada a la ciudad de la luz:

El elemento central, la mujer, aunque podría ser o no Germaine, tiene una carga erótica y voyerista. Podría tratarse del resultado de otras influencias a las que se vio expuesto Picasso, dado que en aquel entonces la temática de las escenas de baño eran comunes.

Esta escena del baño con la tina tiene una influencia de Degas, pintor que dedicó toda una serie de siete pinturas justamente al ritual de la higiene personal. Este tema no era nuevo para este artista, quien ya antes había realizado trabajos bajo esta temática. Uno de sus cuadros más conocidos en esta línea es *La bañera* (1886), presentado en la octava exposición impresionista.

Mientras tanto, la presencia del cartel de May Milton en el fondo, obviamente indica la influencia de Toulouse-Lautrec y las vagas esperanzas de Picasso por

¹⁰⁴ David J. Chalif. *The Death of Casagemas: Early Picasso, Blue Period, Mortality and Redemtion*. Disponible en; <https://www.scribd.com/doc/34745854/THE-DEATH-OF-CASAGEMAS-EARLY-PICASSO-THE-BLUE-PERIOD-MORTALITY-AND-REDEMPTION>

ser el siguiente gran cartelista. Hay quien ve en las flores de la derecha algo de Cézanne y en la forma de retratar el cuerpo de la mujer algo del Greco. Sin duda ver esta pieza es ver las influencias que marcaron a Picasso en esos años.

Una conocida cita que el artista elaboraría años después dice:

La pintura no es una operación estética; es una forma de magia diseñada como mediadora entre un extraño y hostil mundo por una parte y nosotros por otra, como un modo de tomar las riendas una dando forma a nuestros terrores y a nuestros deseos.¹⁰⁵

En esa habitación azul, estaban mezclados sus terrores y deseos: en la composición estaba la presencia de Casagemas que había habitado ese mismo cuarto y estaba el deseo representado por la mujer. En la obra *per se* estaba el deseo de ser un gran artista, ser reconocido y continuar con el éxito de su primera exposición, por otro lado estaba el miedo a fallar, que sus obras se quedarn, tal como están representadas, sólo en su habitación (los cuadros al fondo son del mismo artista, a excepción, claro está, del cartel de Henri Toulouse-Lautrec).

En resumen, *La habitación azul* es el cuarto de un joven que se abre paso a su carrera con ansia de triunfo y el deseo de dejar atrás un presente teñido de azul lúgubre, lleno de culpa y tristeza. Es un cuadro que quiere ser optimista, pero que a la vez es la antesala de un periodo emocionalmente difícil.

¹⁰⁵ MALLÉN, Enrique. *La sintaxis de la carne. Pablo Picasso y Marie-Thérèse Walter*. Santiago: RIL Editores, 2005, p. 40.

b. The Fortune



Ficha técnica:

Pablo Picasso

The Fortune (La disease)

París, Francia.

Carboncillo y pastel sobre papel.

1901

47 x 30 cm

Museu Picasso, Barcelona.

Dimensión formal

- **Forma y contenido**

Las formas en la pintura están delimitadas por una línea negra, al igual que en *La habitación azul*, razón por la cual ambas obras comparten la misma definición de forma, la "C", del investigador Julio Amador Bech. Asimismo, las definiciones A y B aplican a esta pintura.

Para la definición A, la forma es la disposición de las partes, es decir, su distribución y organización espacial; y para la definición B, forma es "la apariencia externa de las cosas, la configuración visual exterior de su estructura física"¹⁰⁶. Así, para la primera se trata de elementos ordenados en el plano, mientras que para la segunda es observar componentes que tienen una apariencia concreta.



Todas las formas están cerradas. Aunque los límites no estén del todo completos, se entiende que éstos tienen un fin y encierran alguna figura. Esto en parte se debe a la técnica del carboncillo, pues dicho material es usado para dar forma a las figuras. Toulouse-Lautrec era un asiduo partidario del llamado bosquejo estilizado¹⁰⁷, con el cual se pueden encontrar varias similitudes de estilo, en esta obra, por los contornos, un ejemplo claro de esto es su boceto *Reine de Jole* (1882).

En cuanto a los elementos básicos (punto, línea y plano), se pueden ver puntos en el primer tercio vertical de izquierda a derecha, así como otros más pequeños y numerosos en la forma azul del centro.

¹⁰⁶ Julio Amador Bech, p. 32.

¹⁰⁷ BOLAÑOS DE LA TORRE, Delia Antonia del Carmen. *La Belle Époque et la vie au quotidien. Análisis hermenéutico de la obra pictórica (afiches artísticos) de Henri de Toulouse-Lautrec: Francia 1891-1901*, Tesis, enero 2014, FCPyS-UNAM, p. 47

Hay dos líneas diagonales paralelas que comienzan en la esquina inferior izquierda, las cuales parecen dividir el cuadro en dos partes. Dichas líneas se extienden hasta el otro extremo, donde toman forma vertical y se alargan casi hasta el límite superior del papel. Entre ambas líneas, hay otras perpendiculares más pequeñas, las cuales forman pequeños rombos entre sus espacios libres, debido al contacto que tienen entre ellas.



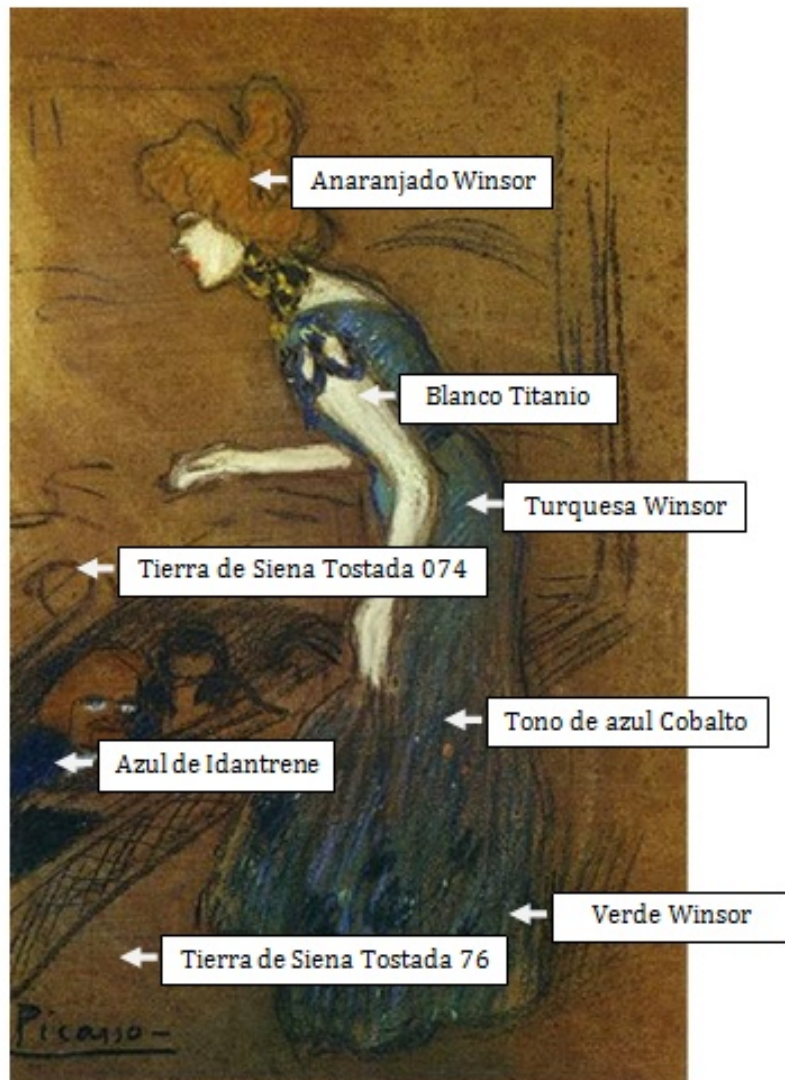
Cabe mencionar que por la naturaleza misma del boceto, las líneas descritas suelen ser formadas por trazos entrecortados y repetidos, un caso muy notorio es el de las líneas verticales del último tercio vertical de izquierda a derecha, donde las dos líneas paralelas son formadas en realidad por varias líneas de menor tamaño, lo que su vez podría insinuar una cierta textura.

Las líneas del centro son curvas, debido a que integran una forma orgánica; situación que se repite con las formas oscuras del primer tercio vertical. En ambos

casos puede notarse que la forma curva ayuda a crear una sensación de suavidad y delicadeza que contrasta con el efecto firme y anguloso de las líneas rectas.

Por último, las líneas ligeramente curvadas del fondo refuerzan la idea de un espacio cerrado, en este caso dando a entender que el terreno es limitado y no se puede pasar más allá de esas líneas, al menos no a través de ellas.

- **Color**



La referencia de los colores es tomada de la carta de *Artist's Soft Pastel* de Winsor & Newton¹⁰⁸. No se continúa con la anterior referencia de colorimetría, pues el material empleado en la anterior obra no es el mismo que en ésta. Se debe recordar que este dibujo fue realizado con pasteles y carboncillo, el color de éste último es tomado como negro.

De esta forma se obtiene que el color más dominante es Tierra Siena Tostada 076, pues se halla en todo el fondo, dicho matiz tiene varias tonalidades que van hasta el Tierra Siena Tostada 074. Sin embargo, estos cambios tonales se deben a las propiedades mismas del papel sobre el que se realizó la obra, el cual ha sufrido cierto grado de deterioro con el paso de los años y por ende su color ha variado.

Por su parte, el negro está presente en todo el cuadro, especialmente en las líneas, ya que con el carboncillo se realizó la silueta de todas las formas. Con todo, los colores que más resaltan son la mezcla de matices y tonos del centro de la imagen.

Dichos colores son Azul Cobalto y Turquesa Winsor, ambos se mezclan por partes o conviven con mayor o menor presencia el uno con el otro. También en este apartado se pueden encontrar ligeros toques de Verde Winsor, por lo tanto es probable que el turquesa haya sido generado a partir del encuentro entre azul y verde.

Por último, el matiz que más llama la atención, por ser el más claro, es el Blanco Titanio. Mientras que el Anaranjado se pierde por momentos con el Tierra Sena Tostada, razón por la cual no logra destacar.

La paleta, que bien podría reducirse a tres colores principales: negro, azul y tierra, recuerda a la utilizada por Lautrec, quien usualmente optaba por tres o cuatro colores principales para componer y dejaba al color del papel (el cual se ve hoy en

¹⁰⁸Winsor & Newton. *Artist's Soft Pastel*, Disponible en: <http://www.winsornewton.com/assets/Leaflets/Spanish/aspastelssp.pdf>, [consulta: 11 de marzo de 2016]

día con tonalidad amarilla y se identifica con el Tierra Sena) lucirse como fondo. Además, los contornos usualmente eran negros.

- **Cualidades materiales**

En *The Fortune*, las cualidades materiales son:

- e) Soporte: lienzo de 30 x 47 cm, de forma rectangular que descansa sobre su lado más corto.
- f) Materiales: carboncillo, pastel y papel.
- g) Herramientas utilizadas: esfuminos.
- h) Técnica: pastel.

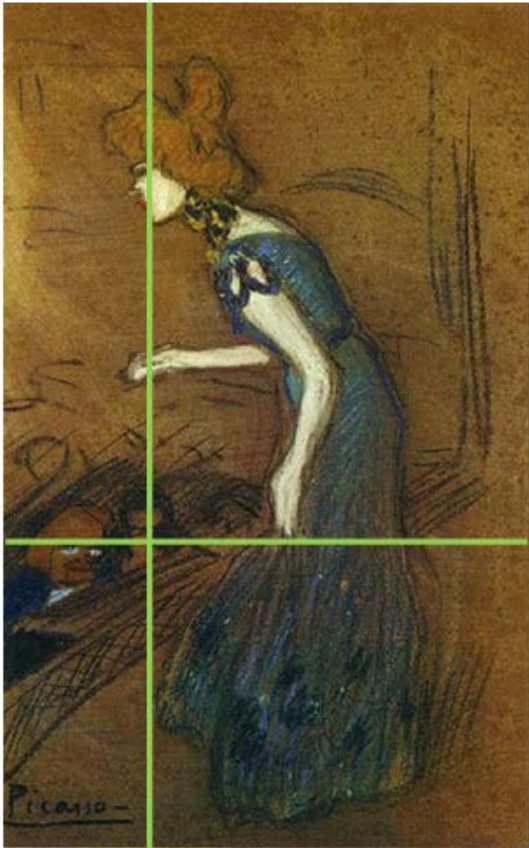
Por otra parte, algunos de los materiales representados tan sólo en el primer tercio de izquierda a derecha son: madera, agua, vidrio, cuerpos humanos, cabello, pasto y metal; en el siguiente tercio hay tela, cemento, madera y papel (éste va implícito en los carteles al fondo); y en el último tercio se encuentran flores, más madera y tela.

- **Composición**

En *The Fortune*, la sección Áurea se hace presente en la gran curva que se forma al centro de la imagen, para continuar sobre las figuras oscuras más cercanas a la esquina inferior izquierda.

La sensación de equilibrio en la imagen se da a partir de los colores y sus tonos, así la parte inferior y la superior están en equilibrio porque la primera tiene más elementos, pero la segunda, a pesar de tener pocos, posee los tonos más claros y por ende los más pesados.

Además, la figura central, al ser la de mayor tamaño, es la más pesada. Esto aunado a su posición da como resultado una impresión de firmeza al cuadro, pues lo planta justo a la parte inferior.



Esta figura cuenta con una línea curva que se inclina hacia la izquierda, de tal suerte que la estabilidad entre lado derecho e izquierdo se da a través de la contraposición de esta curva y la sensación de las líneas oscuras debajo de ella.

Las líneas diagonales dan la impresión de "jalar" el peso de una composición hacia el lado en que se inclinan. Así las líneas encima de la esquina inferior izquierda contrarrestan el peso de la curva.

- **La expresión**

Territorio y espacio personal

Al igual que la obra anterior, el entorno es cerrado, ya que se trata del escenario de algún edificio. Por la textura entre las líneas diagonales, así como la costumbre de la época, se entiende que el piso, al menos el de la plataforma, es de madera.

La percepción del lugar es de distancia entre la mujer arriba del escenario y el individuo debajo. Esto se debe a que a pesar de estar físicamente cerca, la diferencia de niveles en los que se encuentran gracias a la plataforma, crea una barrera entre ambos y los separa.

Por lo anterior, un encuentro entre ambos individuos es poco probable, lo que acorta la interacción. Debido a su posición se puede entender que la mujer dirige su completa atención al grupo que hay debajo de ella, y por su parte, el único asistente visible parece estar ahí por voluntad propia.

En esta época, los músicos se ubicaban inmediatamente debajo del escenario, por lo que se podría inferir que el único individuo visible en el cuadro, es un concertista y por ende la figura informe a su lado podría ser un instrumento musical.

La apariencia física y la ropa

- Mujer de azul

Una mujer joven de tez blanca, cuya fisonomía concuerda con el tipo de cuerpo ectomorfo: delgado y frágil. Las líneas que delimitan su fisonomía son curvas suaves; no se trata de un cuerpo atlético, pero tampoco es flácido.

Los detalles del rostro son poco detallados, una línea roja marca los labios de una boca pequeña; la nariz es respingada y estrecha; el único ojo visible está cerrado y rodeado por una sombra café (maquillaje), esto hace que su ojo se vea más grande de lo normal. Su mentón es pequeño y sobresaliente.

Su vestuario consiste en un vestido de noche largo de color azul con tonos turquesa, lleva una cinta de tono más oscuro a la cintura y adornos en las hombreras. Al respecto, las líneas y pequeños puntos en la parte baja del vestido podrían indicar cierto tipo de aplicaciones ornamentales.

En el cuello se ve una figura amarilla con negro, durante esta época era común usar cuellos altos; sin embargo, esta pieza en específico está a parte del vestido, por lo que se podría tratar de un collar.

- Concertista

Sólo es visible un primer plano del hombre, por lo que no se logra apreciar la forma de su cuerpo. Lo que es visible es un rostro cuadrado y ancho, de grandes ojos claros, cabello y barba castaños, ésta última en forma de candado; por último, la nariz también es ancha.

No se aprecia su forma de vestir, pero se alcanzan a ver dos colores de su vestuario: azul y blanco; el segundo probablemente se trate de una camisa y el primero de una chaqueta. Durante aquellos años se popularizó el uso de cuellos postizos¹⁰⁹, por lo que también podría tratarse de este tipo de accesorio.

Movimiento del cuerpo y postura.

La mujer está curvada hacia su público indicando que está interesada en ellos, esto se refuerza con el movimiento de su mano derecha, la cual está levantada al nivel de la cintura, con el dorso hacia arriba; en un primer momento este gesto podría indicar que ella está dando la palabra. No obstante, como ya se ha indicado, hay una distancia conversacional entre ella y las personas que están debajo del escenario, por lo que se descarta esta opción, en su lugar se entiende que la mujer simplemente se está inclinando para agradecer a su público.

La otra mano descansa sobre su rodilla, esto puede ser porque se sostiene el vestido, quizá para no tropezar con él; pero no se logra apreciar si realmente sus dedos sujetan la tela, por lo que la opción más lógica es que simplemente está descansado la mano.

Por su parte, el concertista también tiene el cuerpo girado en dirección a la mujer, a quien observa atentamente, por lo que se entiende que está pendiente de las acciones de ésta, aunque no pueda intervenir directamente para entablar una conversación, dada la distancia entre ellos.

El resto de su cuerpo: manos, pies, torso y demás está oculto al ojo del espectador, por lo que se omite sus análisis.

Las expresiones faciales

¹⁰⁹NEHRICH, John. "Troy's history home to major American icons, The Polytechnic" [online], Features, (julio de 2010). Dirección URL: <http://poly.rpi.edu/2010/07/16/troy%E2%80%99s-history-home-to-major-american-icons/>, [consulta: 17 de mayo de 2016].

La mujer tiene la boca cerrada, no se aprecia ningún tipo de gesto en particular, tal como fruncir los labios, de tal manera que su rostro expresa seriedad y solemnidad, sensación que se refuerza con sus ojos cerrados.

En cuanto al hombre, tiene los ojos abiertos, pero ligeramente entrecerrados, con las cejas ligeramente caídas, esto permite leer cansancio en su rostro. Sus labios no se ven debido a la barba y el bigote, pero una ligera línea horizontal da a entender que el hombre tiene la boca cerrada y sin sonrisa, lo que le da un aire taciturno.

Dimensión simbólica

En este dibujo resalta la gran cabellera de la mujer en el escenario, acorde con Cirlot, una melena abundante es "una representación de la fuerza vital y de la alegría de vivir, ligadas a la voluntad de triunfo".¹¹⁰ Entonces, el ímpetu que emana esta figura se debe en gran medida a su copioso cabello.

El peinado recogido muy en alto junto al vistoso vestido corresponden a las ansias de triunfo, pues centran la atención del público en sólo un punto: la mujer arriba del escenario. Ella quiere ser vista, que estén atentos a sus movimientos y por supuesto a la representación que está llevando a cabo.

Otro elemento que atrae la mirada en la mujer, son los pequeños brillos de su vestido, a los cuales Cirlot relaciona con el fuego y la luz en su aspecto benéfico o destructor.¹¹¹ Por su parte, la luz alude a la moralidad, la intelectualidad y a la virtud; de tal forma que los destellos de luz dotan a la mujer de un aura de vivacidad.

¹¹⁰ *Ibíd.* p. 111.

¹¹¹ *Ibíd.* p. 103.

Dimensión narrativa

Este dibujo al carbón forma parte de un libro titulado: *Les Bleus De Barcelone*, que comprende 12 piezas de Pablo Picasso. Sólo contó con un número limitado de 500 ejemplares al público.

El compendio fue lanzando el año de 1963 y cuenta con un prefacio escrito por Jaime Sabartés, poeta español que llegó a ser gran amigo de Picasso y un gran difusor de su obra, por este motivo escribió varios textos relacionados a la obra de su amigo.

La razón por la que se llevó a cabo este proyecto fue por la inauguración del Museo Picasso de Barcelona ese mismo año. El contenido consta de una aguatinta firmado por el artista y 12 reproducciones litográficas realizadas a partir de acuarelas y pasteles de Picasso¹¹², entre ellas *The Fortune*.

Se desconoce quién es la mujer retratada, pero guarda un gran parecido con la bailarina de can-can Jane Avril, quien fuera gran amiga de Toulouse-Lautrec.

Jeanne Richepin era su verdadero nombre, su madre era una prostituta de alta sociedad que abusaba constantemente de ella, por eso cuando Jeanne tuvo la oportunidad se cambió el nombre por uno que dejaba atrás sus raíces francesas y hacía alusión al sofisticado mundo inglés.¹¹³Fue una bailarina muy popular y estrella del gran salón de baile Moulin Rouge.

Picasso la retrató en 1901 en pastel y carboncillo sobre papel, en cuya obra se nota el gran parecido con la mujer de *The Fortune*. Además, otra semejanza entre las figuras es que ambas viven en el escenario.

The Fortune es un trabajo anecdótico y de registro, tal como los carteles de Lautrec no hablan del mundo bohemio de París, este trabajo de Picasso desempeña el

¹¹² s/a. La Aurora. Galería de arte contemporáneo. *Les Bleus de Barcelone*, Disponible en: <http://www.galeriaaaurora.com/vendidos-les-bleus-de-barcelone-dp2>, [consulta: 28 de Julio de 2016].

¹¹³ The Guradian. *Jane Avril in the Entrance of the Moulin Rouge, Toulouse-Lautrec (1892)*, [online], Disponible en: <https://www.theguardian.com/culture/2001/feb/17/art>, [consulta:1 de agosto de 2016]

mismo discurso. Trata sobre las noches que se vivían en Montmartre, sobre todas esas aventuras de alcohol y fiesta que tenían lugar en los grandes salones de baile, donde uno veía a las bailarinas de can-can sobre el escenario y soñaba con ellas.

El trabajo de Picasso es sutil, representa a la mujer lejos de la vulgaridad o el juego, como solía ser La Chérette o las chicas de los salones de baile; en cambio, se trata de una persona sofisticada, con encanto y elegancia en su forma de vestir, una persona atenta con su público.

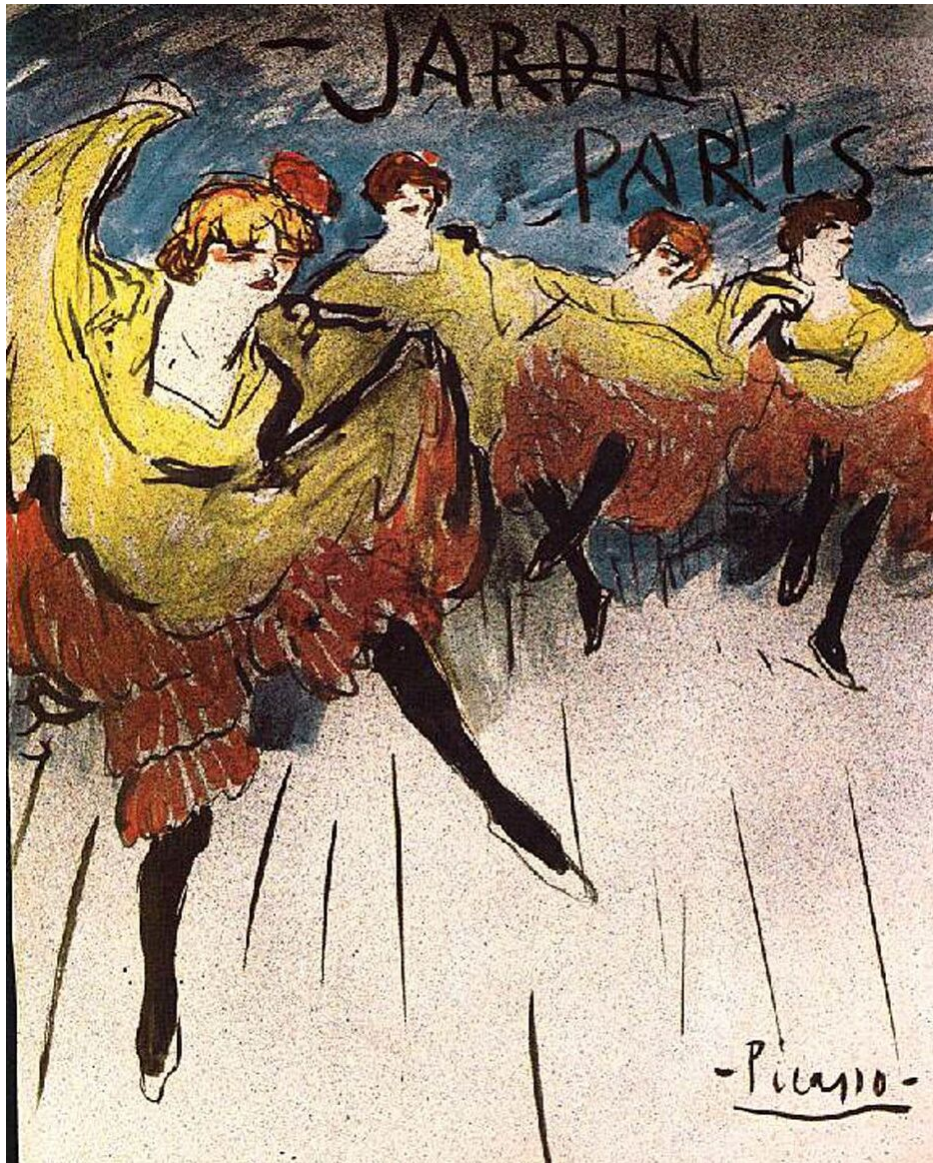
Cabe mencionar que Picasso encontraba a las bailarinas del momento sumamente vanidosas y consentidas. Llegó incluso a abandonar proyectos por los desaires de estas mujeres, ante los cuales perdía la paciencia. La excepción a esta regla era Jane Avril.¹¹⁴

Así la mujer de esta obra es la idealización de las estrellas del momento: la representación de cómo deberían ser según el pintor, quien veía en Jane Avril el modelo perfecto a seguir. Por esta razón, Picasso optó por retratar a Jane de forma sobria y seria.

Este afán por concebir a las bailarinas con la personalidad de Jane Avril, también puede ser el motivo por el cual Picasso busco representar físicamente igual a la bailarina de The Fortune con Jane Avril.

¹¹⁴RICHARDSON, John. *A Life Of Picasso Volume I: 1881-1906*, Gran Bretaña: Pimlico, 1991, p. 253.

c. El Jardín de París



Ficha técnica:

Pablo Picasso

Jardín de París (diseño para un cartel)

París, Francia.

Tinta y acuarelas sobre papel

1901

64.8 x 49.5 cm

MET Museum

Dimensión formal

- **Forma y contenido**

Una vez más, se retoma la definición "C" del libro *El significado de la obra de arte*, ya que se repite la característica de contornear las figuras con color negro. En esta ocasión, no todas las figuras son cerradas, es decir, completamente contorneadas, sino que hay partes en que la línea límite se rompe dando paso a formas abiertas.

Además, las anteriores definiciones de forma mencionadas, la "A" y "B", también son pertinentes para precisar los elementos visuales de la obra, ya que otra vez se puede apreciar una clara diferencia entre componentes tanto por su constitución física como por el orden que ocupan.

Así, hay líneas curvas y rectas, las primeras son mayoría y encierran formas orgánicas. Su trazo va de ancho a delgado sin mediación o razón, simplemente se trata de un trazo libre por parte del pintor, lo que le da energía al cuadro.

Las líneas rectas son más evidentes en la parte inferior, donde aparecen con cierto ritmo, ya que entre ellas existe una distancia similar y su largo también es parecido.



Sin embargo, también cabe destacar que en sí esta pieza está compuesta por una sucesión de líneas/trazos muy evidentes, como se puede apreciar con las líneas color naranja, las cuales vistas desde cierta distancia se confunden en una sola figura. Lo mismo ocurre con la forma azul del fondo, la cual está conformada por varias líneas diagonales que en partes se funden para formar una sola figura.

Ahora bien, en la parte superior derecha conviven líneas rectas y curvas que forman las letras del mensaje, dichas líneas resaltan más que el resto debido a que están sobrepuestas en el primer plano.

- **Color**



Los nombres de los colores presentados se tomaron de la paleta de Winsor & Newton *Professional Water Colour*¹¹⁵. A grandes rasgos, la paleta está formada por los tres colores primarios, más el blanco y el negro, éste último en tinta.

No obstante, dichos matices no son saturados, sino que han sido combinados para dar pie a nuevos tonos como el azul turquesa y el rojo indio, por mencionar algunos.

¹¹⁵ Disponible en la parte de Anexos.

La decisión de Picasso por usar dichos colores puede deberse a las limitantes de la técnica de impresión (litografía) de la época, pues ésta exigía una base justo de colores primarios. Por este motivo la paleta entre Picasso y Toulouse-Lautrec es similar en esta obra, ambos trabajos están pensados como carteles impresos por litografía. Sin embargo, cabe destacar que Picasso no llegó nunca a imprimir este cartel, sólo realizó su boceto.

En las litografías, cada color requiere una piedra diferente (los colores eran estampados por medio de piedras porosas que retenían la tinta), jugar con tonalidades o transparencias requería de gran pericia, por eso Henri Toulouse-Lautrec era reconocido como un gran litógrafo, pues llegó a conocer muy bien esta técnica de impresión.

- **Cualidades materiales**

En *Jardín de París* se pueden ver representadas texturas de madera, telas, cuerpos humanos, cabello, flores, maquillaje, paredes de cemento y pintura.

Mientras que las cualidades materiales en sí son:

- a. Soporte: papel de 64.8 x 49.5 cm, de forma rectangular en posición vertical.
- b. Materiales: papel, acuarelas, tinta.
- c. Herramientas utilizadas: pinceles.
- d. Técnica: acuarela.

- **Composición**

La sección Áurea, que se encuentra representada en las líneas azules, tiene diferentes puntos de apoyo, para la línea vertical son: el inicio de la pierna de la bailarina de mayor tamaño; el cuello de la bailarina a su derecha, así como el peinado de ésta; y la primera letra que da título a la obra.



En la parte horizontal: la línea descansa sobre el inicio de las piernas del lado derecho, continúa hasta el busto de la última bailarina de la izquierda y termina con el último pliegue amarillo de su vestido.

El peso de la obra está bien distribuido, aunque a simple vista pareciera que hay más peso del lado izquierdo debido a que en él está la figura de mayor tamaño; sin embargo, del lado derecho hay mayor cantidad de elementos y más espacio en blanco.

Para las afirmaciones anteriores sirve recordar que los colores más claros son los de mayor peso, y que el análisis del equilibrio contempla el tamaño y la distribución de los elementos dentro del plano básico.

Finalmente, el cuadro tiene una sensación de estar anclado al suelo, en parte por su forma rectangular que descansa sobre su lado más corto, y por otro lado,

debido a que el color más claro predomina casi por completo en la mitad inferior. El peso no se centra por completo abajo, gracias al color amarillo de la parte superior, lo que una vez más, refuerza la conclusión de que el cuadro está equilibrado.

- **La expresión**

Territorio y espacio personal

El entorno representado es cerrado, ya que no se aprecian vestigios de un entorno natural, sino de una construcción del hombre. Al igual que en el cuadro anterior, *The Fortune*, el lugar pintado es un escenario.

No obstante, en *El Jardín de París* no se aprecian espectadores, ni siquiera una parte del piso inferior del escenario, por lo que las únicas interacciones posibles son entre las bailarinas, quienes no hacen contacto visual entre ellas, sino que miran en diferentes direcciones: (de derecha a izquierda) la primera bailarina voltea a la derecha, la segunda observa al espectador de la obra, la tercera también tiene la cabeza inclinada al suelo; y la cuarta tiene la cabeza ladeada totalmente a la derecha.

De tal suerte que no hay una interacción entre las bailarinas más allá de realizar su espectáculo lado a lado. Cada una está llevando a cabo su parte del acto, sin relacionarse con las otras más de lo que pide el número.

La percepción del entorno es de espectáculo, esto debido a los colores del lugar y del vestuario, los cuales dan una grata impresión de energía e invitan a no quitar la mirada de ellos. Por su parte, las bailarinas dejan ver en sus rostros grandes sonrisas, cuyo efecto en el ambiente es inmediato: alegría, risas, gozo.

La apariencia física y la ropa

En general, las bailarinas son de tez clara y cuerpo ectomorfo, lo que se aprecia especialmente en sus piernas delgadas, ya que el resto de su cuerpo está oculto tras la tela.

Todas son muy parecidas entre sí, salvo por su color de cabello. De izquierda a derecha, la primera bailarina es rubia, la siguiente tiene cabello cobrizo, la tercera es pelirroja y la última tiene el cabello castaño. Además, la primera y la segunda adornan su peinado con una flor roja de gran tamaño.

Los rostros están maquillados con colores cálidos que resaltan los ojos, pequeños y oscuros. Las bocas son chicas, de labios delgados; la nariz de la primera bailarina es en forma de gancho y la de la tercera es respingona, de las otras no se aprecia claramente la forma de la nariz. Asimismo, todas tienen el cuello muy ancho, al punto que se pierde con la piel de su cara.

Todas traen puesto un vestido amarillo con cuello en “V” y mangas largas; enaguas coloridas con abundantes pliegues; medias oscuras y zapatos claros sin tacón.

Movimiento del cuerpo y postura

Primera bailarina: tiene un brazo alzado a la altura de su cabeza, mientras que el otro está a la altura de su cintura; con ambas manos sostiene su vestido, por que éste tiene gran movimiento. Su torso está ligeramente inclinado hacia abajo, una pierna en el suelo y otra extendida hacia arriba.

Segunda bailarina: sus extremidades están ocultas tras la primera bailarina, pero se infiere que también está sosteniendo su vestido con ambas manos y que mueve sus piernas en forma similar al resto, ya que es el mismo baile.

Tercera bailarina: su cabeza está ladeada a la derecha, es la única con un brazo visible, el cual forma un ángulo agudo; la pierna que descansa en el suelo está

ligeramente flexionada, mientras que la otra está levantada e inclinada hacia la izquierda del cuadro.

Cuarta bailarina: su cabeza está de perfil, mirando al lado derecho; no se ven sus brazos ni manos, pero por el movimiento de su falda se entiende que al igual que las otras mantiene las manos sujetando la ropa; una pierna está resta y otra levantada.

Por las posturas se entiende que las figuras están bailando cancan, baile muy popular a mediados del siglo XIX, en los centros de diversión de París. Esta danza se caracteriza por sus patadas altas que dejan a la vista las enaguas, razón por la cual su nombre viene de la palabra francesa *can-can* que significa: escándalo.¹¹⁶

Las expresiones faciales

Todas la mujeres tienen la boca cerrada, la segunda bailarina es la única que sonríe abiertamente y la última tiene las comisuras de la boca ligeramente levantadas; las demás caras tienen una expresión reservada.

Por último, los ojos son muy pequeños, formados con simples líneas oscuras, por lo que su expresividad recae en las cejas, así se tiene que tanto la primera como la tercera bailarina tienen una expresión de concentración gracias a que sus cejas están ligeramente bajas.

Dimensión simbólica

El símbolo principal que puede encontrarse en esta obra es la danza:

Imagen corporeizada de un proceso, devenir o transcurso... Creencia universal de que, en cuanto arte rítmico, es símbolo del acto de la creación (56). Por ello, la danza es una de las antiguas formas de la

¹¹⁶ESQUINCA, Julenne. *¿De dónde viene el cancan?*, Fahrenheit Magazine, 8 de octubre de 2015, Disponible en: <http://fahrenheitmagazine.com/arte/de-donde-viene-el-cancan/>, [consulta: 1 de junio de 2016].

magia. Toda danza es una pantomima de metamorfosis (por ello requiere la máscara para facilitar y ocultar la transformación), que tiende a convertir al bailarín en dios, demonio o una forma existencial anhelada.¹¹⁷

Aunque las bailarinas de la escuadra no traen consigo máscaras, tampoco están representándose a ellas mismas en el escenario, sino que están en su papel de can-can. Prueba de lo anterior es el vestuario de holanes amplios y medias negras que todas llevan por igual.

Su danza tiene el fin de entretener, por lo que su transformación en esta representación es hacia la figura de una mujer juguetona, alegre y erótica, como La Goulue de Toulouse-Lautrec.

Los colores del vestuario de las bailarinas son cálidos, esta combinación entre amarillo y naranja fue también empleada en las flores de *La habitación azul*. Eva Heller describe al amarillo como el color ambiguo por excelencia, aunque en primera instancia remite al sol y tiene un significado positivo: alegría, amabilidad y optimismo, fácilmente puede volverse hacia la envidia, los celos y la mentira.

El naranja también remite a la diversión y es el contrario del azul, razón por la cual el vestuario de las bailarinas resalta tanto contra los azules del fondo.

Dimensión narrativa

Esta obra nace bajo el mismo contexto que las anteriores, a manos de una artista recién llegado a París que aceptaba cualquier empleo para sostenerse, así fuera diseñar el menú del café Els Quatre Gats o dibujar para publicaciones como *Arte Joven* y *Pèl & Ploma*¹¹⁸.

¹¹⁷ *Ibíd.* p. 164.

¹¹⁸ Gary Tinterow y Susan Alyson Stein. *Picasso in the Metropolitan Museum of Art*, The Metropolitan Museum of Art, New York, 2010, p.37.

El diseño de este cartel fue el fruto de uno de esos pequeños trabajos temporales, aunque su realización también pudo verse motivada por el deseo de Picasso de presentar varias obras en su exposición.

Le Jardin de Paris era un salón de baile parisino que realmente existió, se trataba del puesto de día del Moulin Rouge y estaba a cargo de Josep Oller. Se dice que fue este personaje en persona quien le encargó la tarea a Picasso de hacer un cartel de su establecimiento.

Josep Ollerera, un empresario español, fue una figura fundamental durante la *Belle époque*. Aunque era catalán de nacimiento, la mayor parte de su vida vivió en Francia, donde estableció el Moulin Rouge y el Olympia, centros de entretenimiento muy emblemáticos de la época.

Oller mantenía varios vínculos catalanes, esto hizo posible que él y Picasso se conocieran, especialmente si se toma en cuenta que durante aquellos años coincidieron en París varios compatriotas: Ramón Casas, Miguel Utrillo y Santiago Ruiseñol sólo por mencionar algunos.

En 1981, Oller inauguró *Le Jardin de Paris*, el cual comenzaba a funcionar cuando el Moulin Rouge cerraba sus puertas al público; pero para que las personas no se perdieran de la diversión trasladándose de un lugar a otro, Oller les dió la facilidad de transportarse gratuitamente de un local a otro.

Dicho establecimiento se ubicaba cerca de los Campos Elíseos, justo al otro lado de la ciudad desde el Moulin Rouge, razón por la cual el transporte entre uno y otro fue una gran idea para mantener a los clientes.

Como se mencionó anteriormente, varios autores consideran este bosquejo como una prueba del encargo de Oller a Picasso; no obstante, no se ha encontrado nunca un trabajo final y mucho menos uno impreso. Esto ha levantado sospechas referidas a que tal encomienda nunca existió, entonces este preliminar es sólo un ejercicio o se realizó bajo el interés de establecer un contrato a futuro con el empresario.

La idea de que Picasso quisiera ofrecer sus servicios a Oller no es descabellada, debe tomarse en cuenta que para aquel entonces Lautrec, quien fuera el principal cartelista de sus centros de espectáculos, se había visto forzado a dejar de trabajar debido a una hemorragia cerebral y pronto moriría; resultaba obvio que se necesitaba de un artista para suplirlo.

Por ende, esta obra sólo pretende ilustrar cómo hubiera quedado el poster final de haberlo realizado Picasso. Por este motivo la paleta de color está limitada intencionalmente a la que era utilizada en los talleres litográficos: azul, amarillo, rojo y negro. Respecto a la forma y la composición, es evidente la influencia de Lautrec. Gary Tinterow y Susan Alyson Stein escriben al respecto:

Knowing that, Picasso carefully kept each of the colors to specific areas of the composition in order to simplify the printing process. Liberally borrowing from Lautrec's imagery –in particular the two posters *Jane Avril* and *La Troupe de Mille Églantine*- Picasso also borrowed Lautrec's signature tonal shading, archived using seemingly random splotches of color that function much like modern Ben Day dots.¹¹⁹



Henri Toulouse-Lautrec, *La Troupe de Mlle Églantine*, 1896, litografía, The Metropolitan Museum of Art, New York.

¹¹⁹ Ibíd. p. 38.

Tal como lo mencionan los autores, el parecido entre esta obra y el cartel *La Troupe de Mlle Églantine*, es ciertamente innegable. El segundo fue llevado a cabo por Toulouse-Lautrec para promocionar la tropa de bailarinas de su querida amiga Jane Avril, personaje que, como ya se ha escrito, era respetado y admirado por Picasso.

Al igual que *La habitación azul*, este trabajo guarda un secreto, pero no es necesario recurrir a rayos infrarrojos para descubrirlo, basta con voltear el papel y mirar su otro lado. A la vuelta está un primer boceto del entierro de Casagemas, el cual daría pie a dos de las obras más representativas del periodo azul: *Evocation (The Burial Of Casagemas)* y *The Mourners*.



Boceto para *Evocation (The Burial of Casagemas)* y *The Mourners*.

Sin duda este boceto es otra muestra de la presencia tan vívida que tenía Picasso de su amigo, mientras se veía a sí mismo habitando el departamento que ocupó él y amando a la mujer por la que se quitó la vida.

CONCLUSIONES

Durante la *belle époque*, el cartel era publicidad tanto para el producto o servicio que anunciaba como para el artista que realizaba la obra. En esta época no estaban peleados los términos publicidad y arte.

En cambio, los clientes buscaban a propósito que cada cartel fuera una pequeña pieza de arte, para agregarle a su publicidad un valor especial, el cual hablaba bien de su producto.

Así, los artistas encontraron en el cartel una oportunidad para darse a conocer y, con algo de suerte, saltar a la fama y no sólo llevarse un par de monedas en el bolsillo. La relación arte-publicidad era fructífera para ambas partes, por eso convivían en armonía.

En cuanto a Picasso, él se acercó a esta herramienta publicitaria por curiosidad, ya que llegó a París justo en el momento del auge del cartel europeo; pero también se acercó por necesidad, ya que hacer carteles y otro tipo de pequeños trabajos de ilustración fue como consiguió medios necesarios para sobrevivir.

Aunque es innegable la influencia del cartelista sobre el malagueño, Toulouse-Lautrec y Picasso nunca se conocieron en persona. Su única relación se llevó de formas indirectas a través de la admiración que sentía el español por el francés.

Picasso estudió los carteles y la técnica de Lautrec observando sus trabajos publicitarios hasta que pudo emularlos de forma parecida. Nunca pretendió ocultar su gusto y admiración por el cartelista, ni negar su influencia. Lo anterior queda muy claro con la sencilla acción de plasmar el cartel de May Milton en el fondo de su recámara, en *La Habitación Azul*.

A pesar de que nunca se conocieron, Picasso debía ser consciente de las similitudes entre ambos, en tanto que compartieron un ambiente sumamente similar en los cafés-cabarets de Montmartre. Vieron los mismos espectáculos y

bebieron del mismo barril de alcohol, en el mismo lugar, pero en momentos diferentes.

Ambos sufrirían en París y a la vez encontrarían consuelo en esta tierra. Verían la miseria de sus calles, el hambre de sus pobres y la falta de amor de sus prostitutas, y todo eso lo retratarían con el mismo ahínco y afecto con el que retrataron una día a la misma modelo, a su admirada Jane Avril.

Así, la influencia de Lautrec sobre Picasso no fue solamente motivada por devoción o uso práctico, sino que también fue por una conexión muy compleja de similitudes que sólo Picasso llegó a comprender, pues el mismo año que se instaló en París, Henri Toulouse-Lautrec murió sin haber escuchado de Picasso.

Anteriormente, ya era una característica de Picasso el copiar parte de la técnica y estilo de otros artistas reconocidos, pero nunca lo hacía de forma descarada, siempre buscaba la manera de adecuar eso que copiaba a su estilo personal, de tal suerte que el resultado era una expresión de su propio estilo.

Esta habilidad de Picasso le permitió tener un gran bagaje de experiencias pictóricas para enriquecer su arte y desarrollar varios estilos, que más tarde serían movimientos artísticos consolidados y reconocidos.

De este estudio destaca que ninguno de los artistas mencionados negó alguna vez su relación con el ámbito publicitario o se avergonzó de él. Al contrario, Picasso buscó en algún momento ser el siguiente gran cartelista y optó por aprender y ejercer este medio de comunicación para anunciarse a él mismo de dos formas: primero, sabía que si realizaba un cartel su trabajo sería visto por un gran número de espectadores y por ende sería más conocido; segundo, entendió que por este medio podría hacerse publicidad a sí mismo y a sus exhibiciones.

De Lautrec aprendió a caricaturizar, usar grandes manchas de color, no llenar todos los espacios de elementos, usar composiciones con perspectiva de vuelo de pájaro y decidirse por temas autobiográficos que más tarde se convertirían en anécdotas sobre el estilo de vida de Montmartre.

Aprendió del impacto de los carteles sobre los transeúntes y en los artistas como él, cómo una mezcla perfecta entre imagen y texto puede hacer que un lugar desconocido se abarrote de gente, y que un artista sobresalga y sea visto por un número tan grande de personas que no cabrían en un museo.

Así es como el cartel se convirtió en el medio para llevar el arte fuera de los museos y traerlo a la calle, donde cualquier persona pudiera admirarlos. Todo esto también con un uso práctico, el de promocionar un producto o un servicio.

La publicidad entendió que ganaba si se relacionaba con el arte, ya que de la publicidad vienen los medios económicos para hacer posible una masificación tan grande. Antes un artista jamás se habría podido imaginar estar presente en todas las calles de París, con la imprenta y con el debido pago, a través de la publicidad esto fue posible.

Los carteles de principio del siglo XX, eran una plasta de color junto a otra, ya que las técnicas de impresión aún no eran tan desarrolladas. Esta desventaja hizo que los cartelistas como Lautrec se hicieran expertos y hasta desarrollaran nuevas técnicas de impresión para ganar expresividad en su trabajo final.

Por lo tanto, no todo el arte puede hacerse publicitario, ya que la riqueza de una obra depende y radica en sus detalles; pero a pesar de que la publicidad ha sido la que más se ha servido del arte, también ha sabido pagar con algo más que con dinero al ámbito artístico.

La publicidad también ha sido un gran mecenas a la fecha y los artistas lo saben. Por este motivo, ellos también se han acercado a la publicidad, para conocerla mejor y para aprender de los trabajos artísticos que bajo su influencia se llevaron a cabo, pues muchos son obras de arte exquisitas, que sin la publicidad nunca se hubieran llevado a cabo.

Bibliografía

- AMADOR BECH, Julio. *El significado de la obra de arte. Conceptos básicos para la interpretación de las artes visuales*, México: UNAM, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, 2008, p. 241.
- BARNICOAT, John. *Los carteles: su historia y su lenguaje*, España: Gustavo Gili, 1972, 292 p.
- BENJAMIN, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, México: Itaca, 2003, 127 p.
- BOLAÑOS DE LA TORRE, Delia Antonia del Carmen. *La Belle Époque et la vie au quotidien. Análisis hermenéutico de la obra pictórica (afiches artísticos) de Henri de Toulouse-Lautrec: Francia 1891-1901*, Tesis, enero 2014, FCPyS-UNAM.
- BRUCE-MITFORD, Miranda. *El libro ilustrado de signos y símbolos*. México: Diana, 1997, p. 120.
- C. O'GUINN, Thomas. *Publicidad*, México: COLOR S.A., 1999, 623 p.
- CHECA GODOY, Antonio. *El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda*, 2ª ed, España: Advoook, 2014, 220 p.
- CHECA GODOY, Antonio. *Historia de la publicidad*, España: Netbiblo, 2007, p. 248.
- CIRLOT, Juan Eduardo. *Diccionario de símbolos*, 9a ed., Barcelona: Labor S.A., 1992, p. 520.
- Comunicación, 2009, p. 376.
- D'HUART, Nicole. *Toulouse-Lautrec, el origen del cartel moderno: Colección del museo de Ixelles de Bruselas*, Barcelona: Museu Nacional d'Art de Catalunya, 2006, p. 215.
- DYER, Gillian. *Advertising and communication*, Londres: Richard Clay Ltd, 1989, 248 p.
- EGUIZABAL, Raúl. Estudio y análisis de los carteles. *Memoria de la seducción: carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional de España*. España: Biblioteca Nacional de España, 2002, 384 p.
- EGUIZÁBAL, Raúl. *Historia de la publicidad*, 2ª ed., Madrid: Fragua, 2011, 500 p.
- ¹Gary Tinterow y Susan Alyson Stein. *Picasso in the Metropolitan Museum of Art*, The Metropolitan Museum of Art, New York, 2010, p. 365.
- GOMBRICH, Ernst Hans. *La Historia del Arte*, 16a ed., México: Editorial Diana, 1995, 688 p.
- GÖTZ, Adriani. *Toulouse-Lautrec: obra gráfica completa*, Barcelona: Gustavo Gili, 1981, p.p. 285.

- Guillermo Solana, “El inicio de las vanguardias: del impresionismo al fauvismo”, en Ramírez Juan Antonio, et. al. *Historia del arte*, Vols. I-IV, Alianza Editorial, 1999.
- HARRIS, Nathaniel. *El arte de Toulouse-Lautrec*. Barcelona: Polígrafa, 1981, p. 80.
- HELLER, Eva. *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre el sentimiento y la razón*, Barcelona: Gustavo Gili, 2008, 288 p.
- HUISMAN, Ph. *Lautrec por Lautrec*. Barcelona: Blume, 2005, 276 p.
- KANDINSKY, Wassily. *Punto y línea frente al plano. Contribución al análisis de los elementos pictóricos*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión, 1969, p. 192.
- KNAPP, Mark L. *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*, México: Paidós
- MALLÉN, Enrique. *La sintaxis de la carne. Pablo Picasso y Marie-Thérèse Walter*. SANTIAGO: RIL Editores, 2005, p.p. 505.
- Museum of Fine Arts. *Lithography's First Half Century: The age of Goya and Delacroix, Lunenburg, Vermont*, Boston: The Stinehour Press, 1996, 56 p.
- PALAU I FABRE, Josep. *Picasso: vivo 1881-1907*, Barcelona: Polígrafa, 1980, 560 p.p.
- PASALODOS SALGADO, Mercedes. *Algunas consideraciones sobre la moda durante la Belle Époque*, Museo del Traje, Madrid, pág. 107-112.
- PENROSE, Roland. *Picasso: su vida y su obra*. Barcelona: Argos Vergara, 1981, 454 p.p.
- PÉREZ, Carlos. “El cartel moderno europeo. (Notas para una exposición)” en *El cartel europeo 1888-1938*, Museo Picasso Málaga, 2012, 100 p.
- PRIETO QUIRÓS, Carolina y RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Mar. El cuerpo femenino: desnudos de mujer en el arte del siglo XIX, En: *El Genio Maligno Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, septiembre, 2010, no. 7, p. 67-107.
- RICHARDSON, John. *A Life Of Picasso Volume I: 1881-1906*, Gran Bretaña: Pimlico, 1991, p. 253.
- TATARKIEWICZ, Wladislaw. *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. España: Tecnos Alianza, 2004, p. 424.
- TUNGATE, Mark. *El universo publicitario. Una historia global de la publicidad*, Barcelona: Gustavo Gili, 2008, 334 p.
- William J. Stanton, Michael J. Etzel y Bruce J. Walker. *Fundamentos de Marketing*, 14ª ed, México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, 2007, p 552.

Cibergrafía

- Aldo Humberto Romero Castro. *El número áureo: en búsqueda de la perfección natural*, Revista Digital Universitaria UNAM, 10 de julio de 2005, Volumen 6, Número 7, ISSN: 1067-6079. Dirección URL: http://www.revista.unam.mx/vol.6/num7/art68/jul_art68.pdf, [consulta: 8 de octubre de 2016].
- CHALIF, David J. *The Death of Casagemas: Early Picasso, Blue Period, Mortality and Redemendion*. Disponible en: <https://www.scribd.com/doc/34745854/THE-DEATH-OF-CASAGEMAS-EARLY-PICASSO-THE-BLUE-PERIOD-MORTALITY-AND-REDEMPTION> [consulta: 11 de octubre de 2016].
- *Dictionary* [en línea], AMA, Dirección URL: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx>, [consulta: 18 de septiembre de 2015].
- Enciclopedia online. Casas y Carbó, Román" [online]. *Museo Nacional del Prado*, <https://www.museodelprado.es/enciclopedia/enciclopedia-online/voz/casas-y-carbo-ramon/>, [consulta: 4 de septiembre de 2015].
- ERAUSQUIN, Noelia A. *Así han cambiado los cánones de belleza en el último siglo*. *El Comercio*, 13 de febrero de 2014. Dirección URL: <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>, [consulta: 26 de marzo de 2016].
- ESQUINCA, Julenne. *¿De dónde viene el cancan?*, *Fahrenheit Magazine*, 8 de octubre de 2015, Disponible en: <http://fahrenheitmagazine.com/arte/donde-viene-el-cancan/>, [consulta: 1 de junio de 2016].
- G. CRESPO, Txema. "La primera mascota publicitaria" [online], *El País*, 23 de marzo de 2006, http://elpais.com/diario/2006/03/23/paisvasco/1143146414_850215.html, [consulta: 3 de septiembre de 2015].
- HERNÁNDEZ, María Jesús. "Un mundo cambiante. Sociedad de principios del siglo XX. Añorada Belle époque", [online]. *El Mundo*, <http://www.elmundo.es/especiales/primer-querra-mundial/mundo-cambiante/la-belle-epoque.html>, [consulta: 15 de septiembre de 2015].
- NEHRICH, John. "Troy's history home to major American icons, The Polytechnic" [online], *Features*, julio de 2010. Dirección URL: <http://poly.rpi.edu/2010/07/16/troy%E2%80%99s-history-home-to-major-american-icons/>, [consulta: 17 de mayo de 2016].
- PARDO, Pablo. "El fantasma de *La habitación azul*", [online] *El Mundo*, <http://www.elmundo.es/cultura/2014/06/17/53a07b37e2704e0c6d8b4588.html>, [consulta: 2 de julio de 2016].

- s/a. La Aurora. Galería de arte contemporáneo. *Les Bleus de Barcelone*, Disponible en: <http://www.galerialaaurora.com/vendidos-les-bleus-de-barcelone-dp2>, [consulta: 28 de Julio de 2016].
- The Guradian. *Jane Avril in the Entrance of the Moulin Rouge, Toulouse-Lautrec (1892)*, [online], Disponible en: <https://www.theguardian.com/culture/2001/feb/17/art>, [consulta: 1 de agosto de 2016]

Anexos



Key to Coding

- AA: Extremely Permanent
- A: Permanent
- B: Moderately Durable
- (V): 'V' color in full strength may fade in this washes
- (I): Cannot be rolled upon
- (W): to withstand damp
- (B): Bleached by acid, acidic atmosphere
- (N): Fading colour, fades in light, reverts in dark
- S: Series number
- : Transparent
- ◻: Semi-Transparent
- ◼: Opaque
- ◻◻: Semi-Opaque

ASTM

- I: Permanent for artists' use
- II: Permanent for artists' use

Where no ASTM coding is listed, please refer to the Winsor & Newton permanence coding

Sección

CLAVE PARA CODIFICACIÓN

Clave para codificación

SISTEMA DE Matices:
 Matiz 1 - El matiz más claro
 Matiz 2 - Claro
 Matiz 3 - Intermedio
 Matiz 4 - Color de intensidad máxima
 Matiz 5 - Tono más oscuro

ENVIASADO:
 CÓDIGO DEL PRODUCTO ej. Línea Winsor
 281 1 722
 Pintores
 111 1 722
 111 1 722

PERMANENTE:
 AA Muy permanente
 A Permanente
 B Moderadamente duradero
 (V) "A" con una capa de fijativo

Número de matiz
Código de color
 Por conveniencia, el código de colores se repite a lo largo de la etiqueta.

Esta tabla de colores ha sido editada dentro de las limitaciones de la impresión litográfica de colores y deberá considerarse únicamente como guía orientativa.

 722 LIMÓN WINSOR	 730 AMARILLO WINSOR	 731 AMARILLO WINSOR OSCURO	 724 AMARILLADO WINSOR	 401 LAJA ESCARLATA
 726 ROJO WINSOR	 725 ROJO WINSOR OSCURO	 404 CARMESÍ ALIZARINA PERMANENTE	 503 ROSA PERMANENTE	 505 MAGENTA QUINACRIDONA
 510 VIOLETA QUINACRIDONA	 733 VIOLETA WINSOR (QUINACRIDONA)	 672 ULTRAMAR VIOLETA	 243 ULTRAMAR FRANCÉS	 375 AZUL DE INDANTRENE
 179 TONO DE AZUL DE CERULEO	 738 AZUL WINSOR (MATIZ ROJO)	 138 TONO DE AZUL CERULEO	 727 TURQUESA WINSOR	 715 VERDE WINSOR (MATIZ AZUL)
 721 VERDE WINSOR (MATIZ AMARILLO)	 403 VERDE PERMANENTE	 403 VERDE CLARO PERMANENTE	 303 VERDE DE HOOKER	 409 ÓXIDO DE CROMO
 256 TIERRA VERDE	 501 VERDE VERDE PERMANENTE	 447 VERDE OLIVA	 296 OCRO VERDE	 744 OCRO AMARILLO
 552 TIERRA DE SIENA NATURAL	 285 OCRO ORO	 074 TIERRA DE SIENA TOSTADA	 317 ROJO INDO	 125 CARBÍ NORTHUMB
 076 TIERRA DE SIENA TOSTADA	 554 TIERRA DE SIENA NATURAL	 445 CRIS PRINE	 217 CRIS DE DEPP	 131 NEGRO DE MARFIL
				 137 NEGRO DE HIMO
				 143 CRIS DE CARRÓN
				 644 BLANCO TENDRO
				 748 BLANCO DE ZINC



**WINSOR
&
NEWTON**
Artists'
OIL COLOUR™

101 A 02 Green Yellow 1	102 A 02 Yellow 1	103 A 04 Cadmium Yellow	104 A 04 Sennah Yellow	105 A 04 Transparent Yellow	106 A 04 Winsor Yellow 1	107 A 04 Cadmium Yellow 2	108 A 04 Cadmium Yellow 3	109 A 02 Yellow 2	109 A 02 Yellow 3	110 A 04 Cadmium Yellow	111 A 02 Winsor Yellow 2	112 A 04 Cadmium Yellow	113 A 04 Cadmium Orange	114 A 02 Winsor Orange 1	115 A 02 Red Red	116 A 04 Cadmium Red	117 A 02 Cadmium Red	118 A 02 Cadmium Red	119 A 02 Cadmium Red
120 A 02 Winsor Red 1	120 A 04 Cadmium Red 1	121 A 02 Bright Red 1	122 A 02 Winsor Red 2	123 A 04 Cadmium Red 2	124 A 04 Cadmium Red 3	125 A 04 Cadmium Red 4	126 A 02 Winsor Red 3	127 A 02 Winsor Red 4	128 A 02 Winsor Red 5	129 A 02 Winsor Red 6	130 A 02 Winsor Red 7	131 A 02 Winsor Red 8	132 A 02 Winsor Red 9	133 A 02 Winsor Red 10	134 A 02 Winsor Red 11	135 A 02 Winsor Red 12	136 A 02 Winsor Red 13	137 A 02 Winsor Red 14	138 A 02 Winsor Red 15
139 A 04 Transparent Magenta	140 A 04 Magenta 1	141 A 02 Transparent Magenta	142 A 02 Winsor Magenta 1	143 A 02 Winsor Magenta 2	144 A 02 Winsor Magenta 3	145 A 02 Winsor Magenta 4	146 A 02 Winsor Magenta 5	147 A 02 Winsor Magenta 6	148 A 02 Winsor Magenta 7	149 A 02 Winsor Magenta 8	150 A 02 Winsor Magenta 9	151 A 02 Winsor Magenta 10	152 A 02 Winsor Magenta 11	153 A 02 Winsor Magenta 12	154 A 02 Winsor Magenta 13	155 A 02 Winsor Magenta 14	156 A 02 Winsor Magenta 15	157 A 02 Winsor Magenta 16	158 A 02 Winsor Magenta 17
159 A 04 Transparent Blue	160 A 04 Mauve Blue 1	161 A 02 Transparent Blue	162 A 02 Winsor Blue 1	163 A 02 Winsor Blue 2	164 A 02 Winsor Blue 3	165 A 02 Winsor Blue 4	166 A 02 Winsor Blue 5	167 A 02 Winsor Blue 6	168 A 02 Winsor Blue 7	169 A 02 Winsor Blue 8	170 A 02 Winsor Blue 9	171 A 02 Winsor Blue 10	172 A 02 Winsor Blue 11	173 A 02 Winsor Blue 12	174 A 02 Winsor Blue 13	175 A 02 Winsor Blue 14	176 A 02 Winsor Blue 15	177 A 02 Winsor Blue 16	178 A 02 Winsor Blue 17
179 A 04 Cadmium Green 1	180 A 02 Winsor Emerald 1	181 A 02 Transparent Emerald Green	182 A 02 Transparent Emerald Green	183 A 02 Winsor Emerald 2	184 A 02 Winsor Emerald 3	185 A 02 Winsor Emerald 4	186 A 02 Winsor Emerald 5	187 A 02 Winsor Emerald 6	188 A 02 Winsor Emerald 7	189 A 02 Winsor Emerald 8	190 A 02 Winsor Emerald 9	191 A 02 Winsor Emerald 10	192 A 02 Winsor Emerald 11	193 A 02 Winsor Emerald 12	194 A 02 Winsor Emerald 13	195 A 02 Winsor Emerald 14	196 A 02 Winsor Emerald 15	197 A 02 Winsor Emerald 16	198 A 02 Winsor Emerald 17
199 A 02 Winsor Yellow 1	200 A 02 Winsor Yellow 2	201 A 02 Winsor Yellow 3	202 A 02 Winsor Yellow 4	203 A 02 Winsor Yellow 5	204 A 02 Winsor Yellow 6	205 A 02 Winsor Yellow 7	206 A 02 Winsor Yellow 8	207 A 02 Winsor Yellow 9	208 A 02 Winsor Yellow 10	209 A 02 Winsor Yellow 11	210 A 02 Winsor Yellow 12	211 A 02 Winsor Yellow 13	212 A 02 Winsor Yellow 14	213 A 02 Winsor Yellow 15	214 A 02 Winsor Yellow 16	215 A 02 Winsor Yellow 17	216 A 02 Winsor Yellow 18	217 A 02 Winsor Yellow 19	218 A 02 Winsor Yellow 20
219 A 02 Brown 1	220 A 02 Brown 2	221 A 02 Brown 3	222 A 02 Brown 4	223 A 02 Brown 5	224 A 02 Brown 6	225 A 02 Brown 7	226 A 02 Brown 8	227 A 02 Brown 9	228 A 02 Brown 10	229 A 02 Brown 11	230 A 02 Brown 12	231 A 02 Brown 13	232 A 02 Brown 14	233 A 02 Brown 15	234 A 02 Brown 16	235 A 02 Brown 17	236 A 02 Brown 18	237 A 02 Brown 19	238 A 02 Brown 20
239 A 02 Black 1	240 A 02 Black 2	241 A 02 Black 3	242 A 02 Black 4	243 A 02 Black 5	244 A 02 Black 6	245 A 02 Black 7	246 A 02 Black 8	247 A 02 Black 9	248 A 02 Black 10	249 A 02 Black 11	250 A 02 Black 12	251 A 02 Black 13	252 A 02 Black 14	253 A 02 Black 15	254 A 02 Black 16	255 A 02 Black 17	256 A 02 Black 18	257 A 02 Black 19	258 A 02 Black 20
259 A 02 Titanium White	260 A 02 Titanium White	261 A 02 Titanium White	262 A 02 Titanium White	263 A 02 Titanium White	264 A 02 Titanium White	265 A 02 Titanium White	266 A 02 Titanium White	267 A 02 Titanium White	268 A 02 Titanium White	269 A 02 Titanium White	270 A 02 Titanium White	271 A 02 Titanium White	272 A 02 Titanium White	273 A 02 Titanium White	274 A 02 Titanium White	275 A 02 Titanium White	276 A 02 Titanium White	277 A 02 Titanium White	278 A 02 Titanium White
279 A 02 Titanium White	280 A 02 Titanium White	281 A 02 Titanium White	282 A 02 Titanium White	283 A 02 Titanium White	284 A 02 Titanium White	285 A 02 Titanium White	286 A 02 Titanium White	287 A 02 Titanium White	288 A 02 Titanium White	289 A 02 Titanium White	290 A 02 Titanium White	291 A 02 Titanium White	292 A 02 Titanium White	293 A 02 Titanium White	294 A 02 Titanium White	295 A 02 Titanium White	296 A 02 Titanium White	297 A 02 Titanium White	298 A 02 Titanium White

Key to Coding

AA Intensely Permanent
A Permanent
S Slightly Permanent
T Transparent
ST Semi-Transparent
O Opaque
SO Semi-Opaque

ASTM

1 Permanent for artists' use
2 Permanent for artists' use
3 Multi-use Permanent
4 Permanent for artists' use
5 Permanent for artists' use
6 Permanent for artists' use
7 Permanent for artists' use
8 Permanent for artists' use
9 Permanent for artists' use
10 Permanent for artists' use
11 Permanent for artists' use
12 Permanent for artists' use
13 Permanent for artists' use
14 Permanent for artists' use
15 Permanent for artists' use
16 Permanent for artists' use
17 Permanent for artists' use
18 Permanent for artists' use
19 Permanent for artists' use
20 Permanent for artists' use

When no ASTM coding is listed, please refer to the Winsor & Newton permanence coding.

This colour chart is produced within the laboratories of lithographic colour printing and is intended as a guide only.