

Un univers femení traduït en objectes

per LAURA CASAL-VALLS

El món femení a la Catalunya del tombant dels segles XIX i XX

El segle XIX fou un segle de transformacions: la industrialització, la millora en les comunicacions, la configuració d'un nou paisatge urbà i l'aparició d'una nova estructura social generaren un context en el qual els canvis, a tots els nivells, assoliren un ritme trepidant. Dins el nou marc social una de les coses que més canvià al llarg de la centúria, evidenciant-se sobretot en iniciar-se el segle XX, fou la figura de la dona. Durant molt de temps la figura femenina

havia restat majoritàriament relegada a l'esfera domèstica, on la cura i la manutenció de la família eren la seva principal ocupació. A les darreries del segle XIX, però, aquesta esfera s'anà obrint lleugerament, per deixar entrar els nous corrents de pensament europeus, on un feminisme —molt incipient encara— començà a impregnar la societat. Amb personatges com Dolors Monserdà al capdavant, la figura femenina



Fotografia de Dolors Monserdà apareguda al número 25 de la revista *Feminal* (1909). Biblioteca de Catalunya. Barcelona.

Dolors Monserdà nasqué a Barcelona l'any 1845. Escriptora de vocació, els seus primers versos i articles es publicaren a principi de la dècada dels anys 60 del segle XIX. Escrigué poesia, teatre i narrativa, així com un gran nombre d'articles de tendència feminista en els que reivindicava el paper de les dones en la societat. Publicà en revistes com *La Renaixença*, *La Veu de Catalunya*, *La Gramalla*, *Ofrena* o a la *Il·lustració Catalana*, i col·laborava en revistes femenines com *Modas y Labors*, *Or y Grana* o *Feminal*. A partir de 1910, molt vinculada als primers moviments feministes catalans, Monserdà es dedicà a la fundació i direcció del Patronat per a les Obreres de l'Agulla, fundat el 1910 per tal de protegir un dels sectors més vulnerables de la societat: el de les cosidores.

El seu paper fou molt important en la societat catalana del tombant del segle XIX i a la seva mort, l'any 1919, Monserdà deixà un corpus molt important d'obres.

pogué començar a desenvolupar-se com a individu i a entrar, tot i que de manera encara molt tímida i en certa manera lligada a la tradició, als espais de pensament, creació i a certs àmbits laborals, reservats, fins poques dècades abans, a la figura masculina. La revista *Feminal* és un dels testimonis d'aquells primers *feminismes*. Ja des de mitjan segle XIX havien aparegut un cert número (creixent) de revistes destinades a les dones que permetien crear opinió. Tot i així, *Feminal* fou una de les primeres revistes que fomentaren l'esperit crític femení. El primer número va aparèixer el 28 d'abril de 1907 i, dirigida per Carme Karr, representava un nou esperit de modernitat i visava a la defensa dels drets de les dones a la seva educació, professionalització i entrada en el món laboral, amb la idea de legitimar la dona moderna. *Feminal* reflectia un punt de vista diferent, marginat fins aleshores: el punt de vista femení.

La indústria del vestit obrí la porta al món laboral a moltes dones de classe obrera que trobaven, en la infinitat de tasques que s'hi relacionaven, un espai on poder desenvolupar una feina: nuadores, cosidores, broadores, costureres, etc.

En el món burgès femení els canvis tingueren uns altres resultats. La imatge femenina, així com la imatge dels espais tradicionalment femenins, com la casa, esdevenien elements en els quals reflectir la riquesa i l'èxit familiar. El consum de vestits i d'objectes de moda era un termòmetre per mesurar el grau de distinció familiar i s'entenien com elements importants a l'hora de relacionar-se amb els seus semblants.

El modernisme: bellesa i utilitat

Amb el modernisme nasqué una nova idea de disseny. Modernitat i tradició, indústria i artesanat, prenen un camí conjunt vers el que seria un moment entusiasta i optimista, vers la modernitat, impregnant des d'un estor, a una catifa, un vestit i fins arribar als grans palaus modernistes existents al país.

El modernisme i la seva gran influència en les arts decoratives esdevingué gairebé una moda, que determinà les formes de molts objectes quotidians. Emprar els objectes de moda i *modernistes* suposava establir un llaç directe amb les altes esferes socials i culturals, era un signe de distinció. És per aquesta raó que la moda i la decoració d'interiors, així com tots aquells elements relacionats amb el món íntim i personal, femení i burgès, com broats, tapissos, indumentària, catifes, cortines, estors o tota mena d'accessoris personals tingueren, durant el modernisme, una forta presència. El seu estudi i observació permet entendre a què aspirava aquella societat: en el gust per aquests objectes quotidians s'hi imprimien costums i pensaments, idees i experiències, que configuraven tot un imaginari cultural.

Així mateix, el modernisme es caracteritzà per la mescla personal de diversos motius, influenciats des de l'*Art Nouveau* francès o la *Sezession* vienesa, de tendència lineal i sinuosa, caracteritzada per la línia *coup de fouet*, les *Arts & Crafts* de William Morris i assimilà també elements procedents de l'art xinès, japonès i àrab, així com en l'art medieval català. El modernisme retornà, en molts camps, la veu als artífex: el treball manual i artesà prengué un valor nou, genuí.

Fotografia del menjador de la casa Tey, Arxiu Mas E-245.

El gust per la decoració d'interiors fou molt característic durant les darreres dècades del segle XIX i la primera del XX¹. La gran oferta d'objectes de caràcter decoratiu i ornamental i la profusió de teixits de parament de la llar, propiciades pel desenvolupament industrial i comercial, possibilità que els elements decoratius fossin molt presents a un gran nombre de cases. Els mobles, les tapisseries, les cortines, les làmpades i fins i tot els gerros omplien les estances donant-los un caràcter ric i de moda. En aquest sentit, els espais interiors de la casa esdevingueren espais de relació social, de demostració de poder, confont així els espais tradicionalment íntims amb els espais destinats a les relacions socials. La decoració esdevenia suggerent i simbòlica, articulant una arquitectura privada que formava part d'una concepció arquitectònica total, en el que fins el darrer racó quedava impregnat de modernisme.



La casa

¹ CREIXELL, Rosa, SALA, Teresa Maria. *Espais interiors. Casa i Art*, Barcelona, Publicacions Universitat de Barcelona, 2007

SALA, Teresa Maria. *El Modernisme*, Barcelona, Editorial Angle, 2008

CASAMARTINA, Josep. *L'interior 1900*, Terrassa, CDMT, 2002

L'espai burgès femení era, per antonomàsia, la casa i durant el modernisme la decoració d'interiors prengué un relleu especial. Les arts decoratives, el moble i el parament de la llar adquiriren, dins l'interior burgès, molta importància. El teixit modernista destinat a la llar, com podien ser les tapisseries, era molt habitual i tot i que s'importava d'Europa (sobretot d'Anglaterra, França i Bèlgica) hi hagué, també a Catalunya, molta producció, a través d'empreses com Sert Germans, Malvehy, La España Industria, Mitjans i Paré o la Colònia Güell. El tèxtils més habituals en el parament de la llar eren cortines i dossers, estors, cobretaules, catifes i tapisseries, a més d'altres complements com la roba de la llar, vànoves, coixins, etc. En aquest àmbit, però, no només hi havia la producció industrial, sinó que les labors fetes a mà per les dones prenién també molta importància. Aquestes labors seguien també dissenys modernistes que sovint es difonien a la premsa destinada a les dones.

A Catalunya, brodats i puntes comptaven amb una llarga tradició, i a les exposicions d'indústries artístiques sempre s'hi dedicava una secció. Al voltant d'aquesta especialitat es formaren petites indústries i tallers com els de la família Castells, d'Arenys de Mar, consolidaven el sector. Les artesanies cridaren l'atenció de molts artistes i arquitectes, que feren dibuixos i projectes destinats a aquest tipus de productes. Sovint, l'esquematització d'elements vegetals i l'ús de línies sinuoses en caracteritzaven els dissenys. Martí de Riquer, Gaspar Homar o Sebastià Junyent, per exemple, projectaren alguns dissenys, que després eren realitzats per cases especialitzades.

La imatge personal i el vestit

El món burgès, però, no només es desenvolupava de portes endins, sinó que prengueren una gran importància les relacions socials, que sovint s'efectuaven en ambients d'oci. Teatres, sales de concert, hipòdroms, balls o simplement els passejos esdevien els escenaris perfectes per lluir, mostrar-se i relacionar-se amb els seus semblants.

En un espai fronterer entre la intimitat més estricta i la sociabilització més voraç, hi trobem la *toilette* femenina.

La *toilette*, recollia d'allò més íntim a la imatge més superficial, era tot allò que componia la indumentària femenina, des de la roba interior fins als complements i les sabates, curosament escollits i combinats segons l'ocasió. Les *toilettes* es solien canviar dues o tres vegades cada dia, adequant el vestit i els complements a cada activitat.

La moda elegante, núm. 19 (1897). Biblioteca de Catalunya. Barcelona. Les revistes de modes, que estaven dirigides a un públic exclusivament femení, es van començar a estendre durant els anys 30 del segle XIX, però prengueren molta força sobretot durant la segona meitat de segle. Aquestes revistes proposaven models que les clientes podien encarregar a la seva modista, així com servien de font d'inspiració. Els recursos ornamentals, les formes i els drapejats dels vestits es descrivien a través d'un llenguatge visual, que dugué a autors com Roland Barthes² o Pablo Pena³ a parlar d'una moda verbal o visual (la que apareixia representada en les revistes) i d'una moda real (la que era lluita als carrers).



2 BARTHES, Roland., *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Editorial Paidós, 2003, p.19.

3 PENA, Pablo. Análisis semiológico de la revista de modas romántica, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, núm. 7 (2001), p. 365-381.

La imatge personal femenina anà adquirint cada vegada més importància al segle XIX ja que en ella hi requeria la responsabilitat d'expressar la riquesa i l'èxit familiar. Exhibir un vestit luxós, de moda i confeccionat per alguna modista d'anomenada era signe de riquesa. El modernisme tingué també molta influència en el vestits, sobretot en els dissenys emprats pels teixits, els ornaments aplicats, els brodats i aplicacions de pedreria. Durant la dècada dels anys 90 del segle XIX, el vestit era molt tancat, cenyit a la cintura i amb una estructura certament rígida, malgrat que aquesta s'amagava sota plecs, blondes i superposicions, en un joc de línies mòrbides, sinuoses i asimètriques, tancant el cos gairebé de manera hermètica. Les mànigues i les faldilles foren els elements que més canviaren, adquirint volum o perdent-lo, tot marcant els temps d'una moda cada vegada més accelerada. Les faldilles eren llargues amb forma de corol·la, que esdevindria típicament modernista. Així, l'aplicació de pedreria i

atzabeja conferia als vestits —sobretot als de nit— un joc de llum, acompanyat molt sovint també del moviment d'algunes ornamentacions.

Amb el pas dels anys i el desenvolupament industrial la moda anà canviant de manera significativa. El vestit s'anà modernitzant, adaptant-se a les noves necessitats femenines així com a la indústria creixent. El vestit deixà de ser el suport sobre el qual s'hi aplicava la ornamentació per adquirir una línia molt més essencial i estilitzada, menys rígida i una silueta més natural, aconseguida sobretot per l'abandonament de la cotilla. La moda s'adaptà a les noves necessitats i als nous gustos, en consonància amb el desenvolupament tecnològic i industrial de l'entorn.

En aquest context, també el treball d'algunes modistes començà a ser reconegut a Catalunya. Si fins ben entrada la dècada dels anys 80 del segle XIX la figura de la modista fou una figura completament desconeguda, silenciada, i les seves peces restaven en el més absolut dels anonimats, durant les dues darreres dècades del segle XIX començaren a signar les seves peces mitjançant una etiqueta amb el seu nom, situada a la cintura. Aquest gest, que probablement fou una imitació del que ja succeïa a França amb les cases de moda de més renom, com la casa Worth, és molt il·lustratiu del nou protagonisme que poc a poc prenia la figura de la modista.

Les modistes de renom establien una relació personal amb les seves clientes, posseïen un taller amb empleades i produïen un tipus de vestit personalitzat, a mida i de qualitat. Així, Fanny Ricot, Madame Renaud, Maria de Mataró o Joana Valls eren alguns dels noms més cotitzats.

Al costat de la producció personalitzada de les modistes, que s'establia per encàrrec i amb una relació més o menys directa entre productora i clienta, es desenvolupà una producció en sèrie, en mans d'un col·lectiu anònim, anomenat "obreres de l'agulla".

Targeta de Joana Fourcade 1904-1905. Col·lecció Particular. Amb el temps les modistes es van anar establint com a empresàries i per tal de donar a conèixer els negocis, empraren diversos sistemes per publicitar-se i per establir llaços amb la seva clientela. Un dels mitjans habituals era fent arribar targetes a les seves clientes en les que s'anunciava l'arribada de novetats de París o la tornada de la modista mestressa d'un viatge a la capital de la moda i es convidava a les clientes habituals a veure les novetats a la seva botiga.



Portada del catàleg d'“El Siglo”, de la temporada d'hivern 1904-1905. Museu de la Pell d'Igualada i Comarcal de l'Anoia.

Amb el nou plantejament industrial s'iniciaren algunes pràctiques comercials que han arribat a avui en dia. A més d'una publicitat incisiva, els grans magatzems van començar a editar una sèrie de catàlegs en els que s'oferien imatges de tots els objectes, amb els preus i una petita descripció. Aquests catàlegs solien tenir una tirada força important, que permetia que arribessin a tots els públics.



El comerç de vestit: Grans Magatzems i modistes de renom

Al llarg del segle XIX el comerç del vestit s'anà polaritzant. Si fins aleshores el consum de vestits nous havia quedat relegat a les capes més altes de la societat, l'abaratiment de les matèries així com de la mà d'obra, la producció en sèrie i la nova ordenació capitalista del negoci, permeté crear un nou consum, destinat a les classes mitges i baixes. Al costat d'una confecció de qualitat, signada amb l'etiqueta, que anticipava el que després es coneixeria com a "Alta costura", apareixia una confecció barata, destinada a les classes menys poderoses.

Els Grans magatzems eren els espais idonis per efectuar aquestes noves relacions comercials. Suposaven una nova idea de comerç, que aglutinava tot tipus d'objectes destinats a tot tipus de públics. Comptaven amb tallers de modisteria propis, dirigits per alguna modista de més renom, i s'encarregaven de tenir vestits i objectes de darrera moda, amb la diferència de que aquests ja no eren únics, sinó que s'havien produït en sèrie.

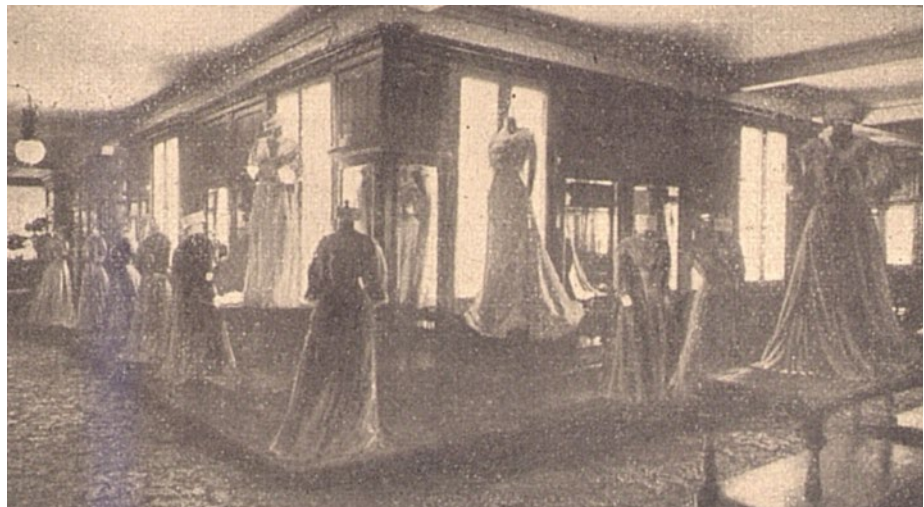
Els primers magatzems aparegueren en els països pioners en el desenvolupament del nou sistema econòmic: Gran Bretanya i els Estats Units. Aquestes formes es van anar estenent per Europa, sobretot durant els anys 80

Imatges de l'interior dels Magatzems "El Siglo", extretes del llibre *Douze jours à Barcelone. Guide Illustré*. OSSORIO GALLARDO, Carlos, Barcelona, La Neotipia, 1908, p. 255.

[Vegeu més.](#)

Si fins aleshores les botigues tendien a ser llocs petits, obscurs i carregats d'objectes, amb els grans magatzems es jugava amb una gran quantitat d'espai, ple de llum i color, on es disposaven de manera captivadora els diversos productes a vendre. Els cartells, els eslògans o els catàlegs buscaven captar nous compradors engendrant noves necessitats⁴.

En aquests espais s'hi barrejaven tot tipus d'objectes, per a públics diferents: des de la gran burgesia a les classes més baixes podien trobar alguna cosa assequible.



4 PASALODOS, M., "Ir de compras por Madrid. Los grandes almacenes y sus catálogos ilustrados", *Datatèxtil*, n. 27 (2012), p. 6-19.

del segle XIX, tot i que a Barcelona ja es coneixien les primeres formes de grans botigues sense taller propi. El fenomen dels grans magatzems va prendre a París molta més rellevància al segle XIX que a la resta de capitals europees.

L'any 1857 s'obriren a Barcelona les dues primeres cases de roba: "La ciudad de Barcelona" i "El Águila". Aquest darrer el trobem ja a *El consultor*, guia de la ciutat de Barcelona, inscrits amb el nom de Pedro Bosch y Lebrús i situada, el 1857, a la Plaça Real 13.

Aquests magatzems publicaven catàlegs amb els productes nous i d'oferta i a través d'aquests es pot observar la varietat d'elements i de preus ofertats.

A mode de conclusió

A través dels objectes quotidians i del nou gust per les arts decoratives la dona pogué desenvolupar un nou paper, entrant als ambients socials, vetats fins aleshores, i participant en el desenvolupament industrial i comercial del país. Fer història dels objectes és, en última instància, fer història de tots. Els objectes quotidians recullen les vivències i les experiències de tota una societat, més enllà dels grans noms i de les grans figures que poblen sovint les grans historiografies. Estudiant els interiors, els costums o els vestits d'una determinada societat es pot extreure molta informació, relativa també a aquells col·lectius oblidats, com les dones o les classes obreres, que sovint la història oficial ha marginat. ●