

## "A cada tiempo su arte..."

### Josean Ruiz de Azúa

Para Guru, entusiasta del Modernismo

... y a cada arte su libertad"<sup>1</sup>. Esta es la frase que reza en el friso de esa joya arquitectónica que es el edificio *Secession* de Viena.

Y este arte de la última década del siglo XIX y la primera del XX, libre y original, se llama *Jugendstil* en Austria, *Liberty* en Italia, *Modern Style* en el Reino Unido, *Art Nouveau* en Francia y Modernismo en España. Los artistas representativos de este movimiento, que no estilo, son, entre otros, McIntosh en Escocia, Aubrey Beardsley en Inglaterra, Hector Guimard en Francia, Victor Horta en Bélgica, Alphonse Mucha en la República Checa y Antonio Gaudí en Catalunya. Precisamente en Catalunya hay, dejando a un lado al maestro Gaudí, un importante foco de artistas, como el arquitecto Domènech i Montaner o, en las artes gráficas, Alexandre de Riquer y, en menor medida, Gaspar Camps.

Y precisamente Gaspar Camps es el protagonista de este artículo, ya que este artista hizo diversos diseños publicitarios para dos empresas ubicadas en Errenteria: la fábrica de licores Henri Garnier y la de galletas Olibet.

Gaspar Camps y Junyent (Igualada, 1874-Barcelona, 1942) estudió en la Escuela de Bellas Artes de Barcelona y fue compañero de promoción de Joaquín Mir, Isidro Nonell, Joaquín Sunyer o Joaquín Torres García; pero mientras sus compañeros superan la pintura modernista de artistas de más edad como Ramón Casas o Santiago Rusiñol, y se hacen un hueco en la Historia del Arte, Camps opta por un arte menos transgresor, por un lenguaje popular, por una apuesta en favor de su dominio técnico y sus acabados impecables y por la seducción de los temas que propone. De esta forma, apuesta por el Modernismo más esteticista, más exuberante, más curvilíneo, como el que pone de moda en Cataluña Alexandre de Riquer<sup>2</sup>, pero sobre todo, como el que implanta en el extranjero el artista que es la fuente de inspiración de Camps: Alphonse Mucha<sup>3</sup>.



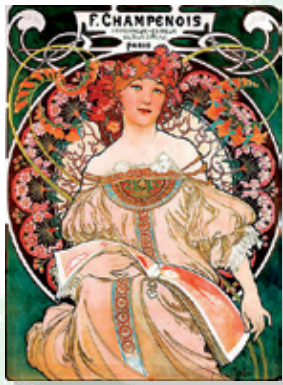
Fotografía de Gaspar Camps, publicada en la revista *Álbum Salón*, de 1903.

1. "Der Zeit ihre Kunst, der Kunst ihre Freiheit". El edificio *Secession* es un pequeño pabellón que se encuentra en la *Friedenstrasse* vienesa. Obra de 1898 del arquitecto Joseph María Olbrich, destaca por la belleza de sus líneas, su elegante decoración y las atractivas pinturas de Gustav Klimt en su interior.

2. Alexandre de Riquer (1856-1920) fue diseñador, dibujante, pintor, grabador y poeta. Una de las figuras más importantes del Modernismo, especialmente en lo que se refiere a las artes gráficas.

3. El checo Alphonse Mucha (1860-1939) fue uno de los máximos exponentes del *Art Nouveau*. En sus obras es constante la presencia de mujeres jóvenes y hermosas, rodeadas de flores exuberantes; como veremos, muy en la línea de lo que hacía Gaspar Camps.





Cuatro anuncios diseñados por Alphonse Mucha: para su editor F. Champenois (que luego lo fue también de Camps), póster con la actriz Maude Adams, champagne Mœt & Chandon y Principado de Mónaco. Compárese estos diseños con los del calendario diseñado por Gaspar Camps para Henri Garnier.

En el momento en que Camps se adscribe al Modernismo este movimiento había perdido fuerza, pero se había popularizado enormemente: era un estilo florido que se aplicaba a todos los ámbitos de la vida cotidiana. La habilidad de Camps puesta al servicio de las artes gráficas le permitió hacerse un nombre en Barcelona y marchar a Francia en 1905. La evidente influencia de Mucha en Gaspar Camps le favoreció, ya que cuando el checo se vaya a Estados Unidos en 1904, su editor, F. Champenois, encontrará un recurso de continuidad en Camps y en su estilo que seguía la estela del de Mucha. Camps debió conocer la obra de Mucha a través de las revistas ilustradas de la época o directamente mediante los materiales publicitarios diseñados por el checo. Hasta tal punto está presente la influencia del artista checo en Camps, que a éste se le conocía en la época como el "Mucha catalán".

Hay que señalar que éste es el gran momento de la publicidad. La necesidad de vender toda clase de productos requería cada vez más reclamos gráficos: carteles, anuncios de prensa, postales, etcétera, de forma que un artista tan hábil como Camps se convirtió en uno de sus principales nombres no sólo en el ámbito nacional sino también en el internacional. Además de para Champenois, Gaspar Camps trabajó también para varias agencias, especialmente la casa *Sirven*, una editorial especializada en publicidad. Eso sí, todos estos años dedicados a la publicidad con la casa *Sirven*, primero en París y a partir de 1921 en Barcelona, hipotecarán su carrera como pintor.

Estamos en la era del *réclame*, esto es, de las estrategias para llamar la atención de un posible consumidor de un determinado producto. Y para atraer esa atención se utiliza de forma preferente la figura femenina.

En palabras de Antonio Carner:

"En tales circunstancias, lógico es que Camps, cuyo sentido decorativista se manifestaba tan espléndidamente, cuya pintura era brillante, atractiva y contagiosa, por así decirlo, fuese reiteradamente solicitado por aquellas empresas que habían comprendido la importancia del reclamo comercial. Las facultades de nuestro

pintor se ajustaban maravillosamente a las exigencias de ese arte todavía en mantillas. No cabe duda de que Camps contribuyó extraordinariamente a enaltecerlo y prestigiarlo. Las casa B. Sirven, una de las primeras en la especialidad, encontró al artista que necesitaba para afianzar la fama de los productos de Francia en todo el mundo”<sup>4</sup>.

De esta forma, al contrario que sus ilustres compañeros antes citados que logran vivir de la pintura, la vida profesional de Camps transcurre en el mundo de la ilustración y la publicidad, lo que permite que sus producciones preciosistas y decorativistas en extremo lleguen al gran público a través de orlas decorativas, carteles, anuncios, postales o ilustraciones para novelas. En este sentido, su obra más popular probablemente es el cartel anunciador del cava Freixenet, que se le ha atribuido últimamente.

Como se ha dicho antes, el Modernismo fue un movimiento efímero pronto sustituido por los lenguajes de las vanguardias artísticas. Cuando eso sucede, Camps renuncia a la manera modernista y realiza diseños dentro de un estilo realista, a veces folclórico, del que ya no se apartará: imágenes visualmente potentes a cuyo servicio pone sus grandes dotes de dibujante y colorista<sup>5</sup>.

De los diseños que traemos a este artículo, los de la casa Henri Garnier pertenecen a su momento modernista y los de la fábrica Olibet a esta segunda etapa realista. En mi opinión los diseños del calendario de Henri Garnier son más originales y relevantes; de hecho, me atrevería decir que ocupan un lugar destacado en el diseño gráfico del Modernismo español.

De todas formas, Camps se sentía cómodo en ambos estilos, como lo demuestra el que en su primera época no tuvo inconveniente en simultanear el estilo modernista que empleaba en sus diseños gráficos con el realismo que reservaba para su pintura.

En cuanto a los temas de su obra, la mujer es una constante y la trata de manera pertinaz y reiterada a lo largo de toda su producción: elegante, sonriente, sensual, exquisita, evanescente, exótica se trata de un reclamo para atraer el interés del espectador, hasta el punto de que muchas veces no hay forma de establecer un vínculo entre el producto que se anuncia y las imágenes femeninas que se emplean para ello.

Sin embargo y a pesar del éxito que tuvo en su tiempo, Camps es un artista desconocido entre nosotros por tres motivos: los quince años en que trabajó en Francia a partir de 1905; el hecho de que realizara su obra en el mundo de la publicidad y al margen de las vanguardias artísticas, que son las que han atraído el interés de los historiadores del arte; y, finalmente, que al dedicarse a las artes gráficas se le haya visto más como un hábil cartelista o un buen ilustrador que como un artista con mayúsculas. Quizás donde más se le recuerde sea en su Igualada natal, ya que hay una escuela de arte municipal y un premio de creación artística que llevan su nombre; por otra parte, quien esté interesado en su obra y quiera contemplarla deberá acudir al Museu del Modernisme Català<sup>6</sup>.



Cartel del cava Freixenet, atribuido a Gaspar Camps.

## El calendario de Henri Garnier

La Compañía Henri Garnier, instalada en 1892 en La Herrera, término de Pasaia, construye en 1899 unas instalaciones en la destilería anteriormente denominada “La Margarita”, en el término municipal de Errenteria.

Esta empresa, proveedora de la Casa Real, fabrica un tipo de producto que se presta a ser difundido con profusión de medios publicitarios, especialmente anuncios en la prensa, pero también carteles o posta-

4. Antonio Carner: *Un pintor igualadino: Gaspar Camps (1874-1942)*. Igualada: Centro de Estudios Comarcales de Igualada, 1953. Pág. 17-18.

5. Este folclorismo de chulas y manolas ya había sido puesto de moda por Ramón Casas, por ejemplo en su famoso cartel para Anís del Mono y a él se adscribieron, además de Camps, otros artistas catalanes.

6. Este museo se encuentra en Barcelona y guarda obras de una cuarentena larga de artistas tales como Gaudí, Anglada Camarasa, Pablo Gargallo, Santiago Rusiñol... y, naturalmente, Gaspar Camps.



les<sup>7</sup>. Los anuncios de prensa exaltan las virtudes de sus productos. Por ejemplo: Cognac “extra y fino champagne”, Kinardoa “aperitivo al vino de quina”, Anís del Cántabro “el más refrescante”, Licororo “el mejor digestivo” o la Sidra-champagne Koshkero. Otro producto, Bitter Garnier, tenía gran aceptación en Sudamérica y fue protagonista en la década de 1910 de diversos anuncios en periódicos de Argentina y Uruguay, anuncios con ilustraciones que tenían bastante gracia.



Los doce meses del calendario en formato de postal diseñado por Gaspar Camps para Henri Garnier & Cía, de Pasajes - Rentería.

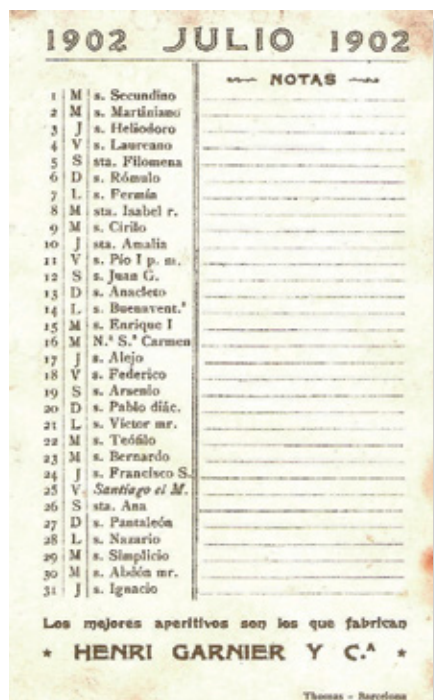
7. Además de las obras de Camps que traemos a este artículo, destaca un hermoso cartel de Gustavo Hastoy.



La publicidad de bebidas alcohólicas era uno de los campos de trabajo habituales de Camps, quien realizó multitud de trabajos publicitarios para marcas de licores, vinos y champagnes como Roederer, Valdepeñas Ricardo Aparicio, Champagne Miró i Tarragó, Freixenet, etcétera.

Los diseños del calendario para Henri Garnier los debió realizar Camps durante su segunda etapa barcelonesa, que va de 1899 a 1905. El calendario es de 1902, así que los diseños deben ser justo anteriores a ese año, es decir, que la empresa debió encargarse de este trabajo de forma prácticamente inmediata a su instalación en Errenteria.

Los calendarios eran un tema recurrente en la imaginería modernista, sin ir más lejos los ya mencionados Mucha y Alexandre de Riquer también hicieron diseños para los meses del año. El propio Camps hizo, al menos, otras dos series de calendarios: uno en 1903 para chocolates Amatller, de menor interés, y una serie de láminas que se publicaron en la revista *Álbum Salón*, en 1901 y relacionadas con el calendario de Henri Garnier tanto por la proximidad de fechas como, desde el punto de vista formal, por el tratamiento de los meses. Como muestra de esta similitud, traemos el diseño del mes de abril publicado en la revista *Álbum Salón* que, como se puede comprobar, tiene un evidente parecido con el mismo mes del calendario de Henri Garnier<sup>8</sup>.



Reverso del calendario de Henry Garnier. Mes de julio.



Postal para Destilerías Henri Garnier & C.ª, de Rentería. Como se ve, es una modificación del mes de enero, al que se le ha superpuesto una partitura autógrafa de Sarasate.



Mes de abril, revista *Álbum Salón*, 1901. Obsérvese la similitud de planteamiento con respecto al mismo mes del calendario de Henri Garnier.

8. Camps a veces utiliza las mismas alegorías en los calendarios de *Álbum Salón* y de Garnier. Por ejemplo en el del mencionado mes de abril, del que el crítico de arte Francisco Casanovas dice: "La alegoría del mes de abril, de Gaspar Camps, cuyo asunto se relaciona con la inauguración de la temporada taurina, es un nuevo alarde de su genio de compositor que sabe modernizar y embellecer aun los temas que parecen consagrados a ciertas formas artísticas. Romper con ellas, es ya un mérito, y éste sube de punto si se posee el exquisito gusto y originalidad de Camps", citado por Antonio Carner, *op. cit.*, pág. 6.



El repertorio iconográfico de Gaspar Camps en este calendario se remite a una serie de variaciones sobre algunos temas figurativos y ornamentales. Se pueden clasificar los diseños en tres grupos:

- Meses de enero a abril, en los que la figura femenina está representada de tres cuartos y en torno a la leyenda hay una orla.
- Meses de mayo a agosto, en los que se mantienen las características anteriores y se incorporan orlas a los dos lados.
- Meses de septiembre a diciembre, en los que la figura femenina es un busto, desaparecen las orlas en torno a la leyenda –que ya no está centrada– y las de los lados; por el contrario aparece una orla en la parte superior. Los nombres de los meses pasan de estar en la parte superior y centrados a estar colocados en vertical y a la derecha.

Las leyendas son “Cognac Henri Garnier” o bien “Licororo. Licor exquisito y digestivo” y están colocadas de forma, al parecer, aleatoria. En la parte inferior de todos los meses se lee: “Henri Garnier & C<sup>a</sup> Pasajes-Rentería”.

Se establece una relación iconográfica entre el mes y la época del año a la que corresponde: en abril toros (comienza la temporada taurina), en septiembre la vendimia (pámpanos y vides), en diciembre la lotería (la figura sostiene unos papeles en los que se lee “Lotería nacional”), etcétera.

Abundando en esta cuestión de las semejanzas de diseño señaladas anteriormente, también Glòria Escala señala que estas postales-calendario impresas por Thomas en Barcelona recuerdan a otras obras del autor. Así, la chica de la postal del mes de octubre recuerda a la de *Mosaicos Escofet* o a la de la novela *La Indiana*<sup>9</sup>.

Con la salvedad de los rostros femeninos, el resto del diseño es pura ornamentación. Hay que subrayar la importancia de las cenefas, orlas, filigranas ornamentales, con motivos vegetales, florales, animales, etcétera. Debemos señalar que parte de la producción de Camps es, simplemente, orlas de fotografías, poemas, dibujos realistas, etcétera, publicados en revistas como *Álbum Salón* o *Pluma y Lápiz*.

## Los carteles de Galletas Olibet

La fábrica de galletas Olibet es una de las industrias más representativas de nuestra Villa, al punto de que nos ha valido a los errenteriarra el apelativo de *galleteros*. Esta fábrica, como la anterior también de capital francés, utilizó para la promoción de sus productos una ingente cantidad de materiales en variados soportes: anuncios en prensa, cromos, postales, carteles, cajas metálicas, ceniceros, libretas ; habitualmente con un diseño de buena calidad.

Conocemos la identidad de algunos de los autores de estos diseños y, entre ellos, se encuentra quien nos ocupa en este artículo.

Gaspar Camps diseñó para la casa Olibet, al menos, dos carteles, ambos en torno a 1910, por lo que los debió realizar durante su etapa parisiense contratado por la casa Sirven<sup>10</sup>.

En estos carteles Camps ya ha enterrado la estética modernista y acomete un nuevo tratamiento de la figura femenina, menos etérea, más realista, más chic, sonriente, altiva, con una sensualidad más carnal, con gesto provocativo, fumadora<sup>11</sup>.

Los dos carteles de Camps para Galletas Olibet que conocemos son de dimensiones similares: unos 50 x 36 cm, pero en cuanto al asunto son bien diferentes entre sí.

9. Glòria Escala i Romeo: *Gaspar Camps*. Barcelona: Gent Nostra, 2004. Pág. 81.

10. Camps permaneció en Francia hasta 1921, año en que regresó a Barcelona, aunque siguió trabajando para la casa Sirven.

11. Lo cierto es que el Modernismo fue un movimiento efímero: “Poco o nada (...) queda del modernismo. La arquitectura y la decoración se nos antoja hoy un barroquismo degenerado y anodino, con la genial excepción de Gaudí cuyas obras siguen siendo fuente de estudio. Si el elemento vegetal fue el elemento más característico del modernismo, podríamos decir que, como la yedra, tuvo más ampulosidad que consistencia. Cuando perdió el atractivo de la novedad, el modernismo dejó de existir”. Antonio Carner, *op. cit.*, pág. 8.



Uno es de tema familiar: una madre con su hijo en un ambiente distinguido y unos paquetes de galletas Olibet sobre la mesa<sup>12</sup>. Glòria Escala señala que el niño es muy similar al del famoso anuncio de *Freixenet*, reproducido anteriormente<sup>13</sup>. Incluso podemos decir que, si no fuera por el ambiente lujoso y los ropajes, la postura de los personajes y la tierna relación entre madre y niño que se muestran, recuerda a las *madonnas* del arte religioso.

En el otro cartel la protagonista tiene un aire de *femme fatale*: es una de sus típicas manolas, tema recurrente para Camps en esa época y que utilizó también, por ejemplo, para un anuncio de *Galletas Solsona*.

Hay que decir que Gaspar Camps se casó en 1904 con Cristina Dotti, que se convirtió en la modelo de la mayoría de sus obras. Su rostro, moreno, de ojos negros, es muy reconocible en estos carteles que presentan manolas<sup>14</sup>. Camps normalmente representa a Cristina como una mujer sonriente, de sonrisa un poco forzada, con los labios resaltados con carmín y mirada provocativa. De esta manera, esas mujeres modernistas un tanto fantasmales son sustituidas por una mujer de carne y hueso, como se ha comentado antes.

Antonio Carner, cronista de la ciudad de Igualada, en su obra sobre Gaspar Camps, se refiere a esta cuestión:

“Una linda vecinita había hecho su aparición en el estudio so pretexto de curiosear las obras del pintor. Joven, esbelta, inteligente, sensible. Entre las figuras femeninas acabadas o esbozadas en los lienzos, una mujer más hermosa que aquéllas y sobre todo real y prometedora, sonrió en la vida del artista. El idilio nació. Cristina Dotti posó para el pintor y éste copió su busto juvenil y perfecto, luchando entre la realidad y la ficción. Su paleta se iluminó para siempre con la luz y la sonrisa de la mujer amada que había de ser no solo una excelente esposa y modelo, sino el mejor estímulo en las horas de desánimo y la más bella esperanza en los momentos amargos, dulce y persuasiva, invariable en su fe en el hombre y en el artista”<sup>15</sup>.



Cartel de ambiente familiar para galletas Olibet. Recuerda a las Vírgenes con Niño del arte religioso, como podemos ver en el cuadro de Rafael que reproducimos.



Virgen con el Niño. Rafael. 1504-1505.

12. Glòria Escala apunta a que en esta época le influye la pintura galante francesa del siglo XVIII, de artistas como Fragonard o Watteau, y quizás algún eco se puede encontrar en este cartel. En Glòria Escala i Romeo, *op. cit.*, pág. 70.

13. Glòria Escala i Romeo, *op. cit.*, pág. 79.

14. A decir verdad, a pesar de que lo más característico son estas manolas, Camps representó a su mujer vestida de chula madrileña, de gallega, andaluza, valenciana, catalana, de dama aristocrática, etcétera.

15. Antonio Carner: *op. cit.*, pág. 11.



Cartel para galletas Olíbet con una de las características manolas de Camps, encarnada por su mujer, la muy reconocible Cristina Dotti.

## Conclusión

Si de nuestro brillante pasado industrial apenas queda rastro arquitectónico, cuando menos podemos conservar la memoria del mismo a través de la toponimia, el estudio histórico de esas fábricas o, como en este caso, la recuperación de aquellos materiales publicitarios que produjeron. Porque son parte de nuestro patrimonio y porque su interés y calidad son más que medianos. En estas páginas he tratado de un autor que me parece especialmente interesante y que, además, hizo una notable producción publicitaria para empresas errenteriaras; pero también me podría haber ocupado de Francisco Sans Castaño o de Gustavo Hastoy, por ejemplo. Porque lo importante es que seamos conscientes de que buena parte de este patrimonio nos resulta prácticamente desconocido. Y de que tiene una importancia que no siempre sabemos apreciar.