

Strand 4. Research and Doctoral Theses in Progress

“La parisienne” a Barcelona: recepció de la moda Art Nouveau a la premsa catalana al tombant del segle XX

Núria Aragonès Riu, GRACMON-Universitat de Barcelona

Resum

Dins el context de la gran eclosió de publicacions de moda al tombant del segle XX, alguns periòdics de temàtica general començaren a incorporar seccions especialment dedicades a descriure les últimes novetats de les modes parisenques que constituïen el model a imitar a la resta d'Europa i, en especial, a Catalunya. Un exemple singular és la secció titulada “Una plana per les senyores”, signada per una autora anònima de nom Rosaura, que aparegué durant més de dos anys a la revista *Il·lustració Catalana* (des de desembre de 1905 fins a gener de 1908), donant pas a l'inici del cèlebre suplement *Feminal*. Aquesta secció consistí en una crònica setmanal que no només descrivia les tendències parisenques sinó que les comparava amb els usos i costums de la moda i l'estil de vida de la dona (burguesa) catalana. L'estudi acurat d'aquestes planes, tant en els seus aspectes de contingut com gràfics i formals, ens permetran d'establir relacions entre les pràctiques de producció i sobretot de consum de moda entre Barcelona i París als volts de 1900.

Paraules clau: moda, tendències, *parisienne*, alta costura, modista, premsa, París-Barcelona, Modernisme, catalanisme.

Abstract: “La parisienne” in Barcelona: the reception of Art Nouveau fashion in catalan press at the turn of the twentieth Century

The beginning of the 20th century saw a remarkable growth of fashion publishing. Also, some periodicals treating literary and artistic themes began to incorporate sections specially dedicated to describing the latest news in Parisian fashions that constituted the model to be imitated in the rest of Europe and especially in Catalonia. A unique

example is the section entitled “Una plana per les senyores”, signed by an anonymous author named Rosaura, which appeared for three years in the magazine *Il·lustració Catalana* from December 1905 to January 1908 (right at the time of the incorporation of the famous *Feminal* supplement). This one-page section is a weekly chronicle that not only describes Parisian trends but also compares them with the uses and customs of Catalan fashion. The careful study of these texts and their illustrations, will allow us to establish relationships between the practices of fashion production and consumption between Barcelona and Paris in 1900.

Keywords: fashion, trends, *parisienne*, haute-couture, dressmaker, press, Paris-Barcelona, Modernisme, catalanism.

Aquesta intervenció s’insereix en una línia de recerca sobre les particularitats de la construcció de la figura mítica de “la parisenca”, en la qual es personalitza el concepte universal d’estil i d’elegància, i en com aquesta influència el món de la moda i les arts gràfiques a la Catalunya del tombant de segle. En aquest cas ho farem a través de l’anàlisi de la recepció d’aquesta figura icònica a una publicació emblemàtica, *Il·lustració Catalana*, i més concretament dins una singular secció titulada “Una plana per a les Senyores”, que aparegué durant més de dos anys a la revista, de desembre de 1905 fins al gener de 1908, donant pas a l’inici del cèlebre suplement *Feminal*. A través d’aquesta crònica setmanal, signada per una autora anònima de nom Rosaura, podem anar seguint la constant evolució de les tendències de la moda instigada pels grans creadors de la recent alta costura parisenca, però sobretot ens permet d’analitzar la recepció que es fa a Catalunya de tot aquest contingut estètic, social i cultural, personificat en la figura de la dona parisenca, tant present en l’imaginari col·lectiu arreu d’Europa, com a model a copiar i a seguir.

És ben sabut que el desenvolupament de l’alta costura representà una força polític-econòmica i cultural de primer ordre per al país gal. La indústria de la moda i les seves grans figures estan íntimament lligades al concepte d’identitat nacional. Així veiem el desenvolupament d’una noció de capitalitat europea lligada a una idea de superioritat econòmica i cultural, que seran elements clau en el l’adveniment dels

conflictes bèl·lics d'inicis del segle XX¹. Ara bé, de quina manera aquestes idees son rebudes al nostre país, i com aquestes impregnen la moda i la mentalitat catalanes? A través de l'anàlisi d'aquest exemple concret, ens proposem doncs d'examinar quines són les idees i narratives que es desenvolupen a Catalunya entorn del model parisenc, i quines comparatives podem establir amb la mentalitat, gustos i hàbits de consum de la societat burgesa catalana.

Abans però d'endinsar-nos en aquest anàlisi, caldrà veure primer què és i com es construeix aquesta figura icònica i paradigmàtica del concepte d'elegància moderna que representa "la parisenca", present en la iconografia i la literatura franceses a partir de mitjans del segle XIX². Aquesta està íntimament lligada al concepte de modernitat i, més concretament, a la idea del desenvolupament de la ciutat moderna. "La parisenca" no representava doncs una dona concreta sinó una imatge emblemàtica, un prototipus de feminitat, en termes d'aspecte físic i d'actitud vital, lligada al context urbà.

La parisenca es definia a partir de la seva vestimenta, que sempre havia de plasmar la idea de novetat i de canvi, mostrant les tendències més recents. Ella simbolitzava la legitimació del gust, de l'elegància i de l'autoritat francesa en matèria d'estil, i constituïa per tant una imatge de la consumidora de la moda nacional.

Per traçar els orígens del mite cal remuntar-se dos segles abans, vers 1670, quan es comença a cristal·litzar la imatge de la ciutat de París com a capital europea del luxe i de l'elegància. Com explica l'autora Joan DeJean³, fou el rei Lluís XIV qui, amb l'ajut del seu ministre de finances Jean-Baptiste Colbert, començà a posar en marxa una gran operació política, econòmica i cultural amb l'objectiu de monopolitzar la indústria i el comerç del luxe en totes les seves vessants: la cuina, la indumentària, la cultura i l'oci. A través de tota una sèrie d'accions estratègiques, l'estil de vida francès es va anar convertint en un referent "aspiracional" en el qual s'emmirallava la resta d'Europa.

¹ Veure BASS-KRUEGER, Maude; EDWARDS-DUJARDIN, Hayley i KURKDJIAN Sophie (2021). *Fashion, society, and the First World War: international perspectives*. Nova York: Bloomsbury visual arts.

² HAMMEN, Émilie (2015). "La Parisienne. Topographie d'une capitale de la mode à travers ses discours", *Mode de Recherche IFM*, desembre 2015. París: Institut Français de la Mode, np.

³ DEJEAN, Joan (2008). *La esencia del estilo. Historia de la invención de la moda y el lujo contemporáneo*. San Sebastián: Nerea.

En el camp de la indumentària, això es reflecteix per exemple en l'aparició dels primers recopilatoris de gravats de moda⁴ i en l'edició de periòdics com el *Mercurie Galant*, que començà a introduir paulatinament notícies i explicacions sobre tendències de moda i d'estil de vida en els seus articles d'actualitat. A mitjans del segle XVIII, París es consolidà definitivament com a capital de gust i de l'elegància amb la professionalització de les *marchandes de modes*, especialitzades en la producció i venda d'ornaments i complements per al vestit femení. Algunes d'elles, per exemple Rose Bertin⁵, vinculada a la casa reial i responsable en gran part del renovament estilístic del vestuari de Maria Antonieta, esdevingueren cèlebres i es poden considerar precursors dels *grands couturiers* del segle XIX. Aquest fou el cas del qui es considera el "pare de l'alta costura", Charles Frederick Worth (1825-1895), el primer modista que s'establí a la parisenca *rue de la Paix* l'any 1857, posant la primera pedra del que més tard es convertí en el centre neuràlgic de la moda parisenca al llarg dels segles XIX i part del XX. Així es fundava la que pot considerar-se la primera marca de moda, és a dir, una firma amb una identitat ben definida associada al nom del *couturier*, que per primera vegada "signava" les seves creacions amb una etiqueta cosida al vestit. A partir d'aquell moment un bon nombre de cases d'alta costura s'anaren instal·lant a la *rue de la Paix* i els seus entorns, per exemple les mítiques *maisons* de Jacques Doucet, John Redfern, Jeanne Lanvin o Jeanne Paquin, gràcies a les quals es desenvolupà ràpidament una pròspera indústria d'alta costura francesa.

Paral·lelament a aquest desenvolupament es posaren en marxa noves maneres i estratègies de difondre les creacions franceses, per exemple a través de la premsa especialitzada, propiciant així un clima que generà un gran interès per la moda entre els cercles de l'alta societat i també en el món artístic. En els àmbits de la premsa, la literatura i la pintura, aquest interès creixent per la moda s'associà al concepte de modernitat i es personificà en la imatge de la dona parisenca.

⁴ Vegeu l'estudi de GAUDRIAULT, Raymond (1983). *La gravure de mode féminine en France*. París: Éditions de l'Amateur.

⁵ Per a un treball acurat sobre Rose Bertin i la seva influència vegeu SAPORI, Michelle (2023). *Rose Bertin: ministre des modes de Marie-Antoinette*. París: Regard, Institut Français de la Mode.

Pel que fa al món de la premsa, la segona meitat del segle XIX experimentà una veritable eclosió de publicacions femenines, en bona part editades i redactades per homes, tot i que a vegades signessin amb pseudònims femenins. Recordem per exemple la breu experiència de Stéphane Mallarmé amb la publicació de *La Dernière Mode* durant els darrers quatre mesos de 1874, on l'escriptor declarava la seva intenció "d'estudiar la moda com un art"⁶. Gairebé set anys després, el 1881, Ernest Hoschedé creà la luxosa revista *l'Art et la Mode*, que gaudiria d'una llarguíssima trajectòria fins l'any 1972, tot i amb algunes interrupcions. La publicació comptà amb col·laboradors del prestigi d'Edmond de Goncourt, Ludovic Halévy, Henri Meilhac, Théodor de Bainville o Arsène Houssaye, fet que ens permet confirmar l'existència d'un corrent literari i artístic molt interessat per la cultura de la moda⁷. Es tracta de publicacions progressistes de caràcter artístic, redactades i, en bona part, llegides per homes de lletres, en les quals s'associa la moda femenina a una expressió de la modernitat.

Com es pot deduir de l'anàlisi dels titulars i articles de les revistes, l'expressió de l'elegància es considerava intrínsecament lligada al gust "innat" de la parisenca. En les pàgines de *La Mode Illustrée*, per exemple, la redactora en cap Emmeline Raymond analitzava acuradament i amb gran detall els gustos i costums de la dona parisenca en termes d'indumentària. La mateixa periodista publicà un llibre titulat *Le secret des Parisiennes*⁸, constituït probablement d'un recull d'articles apareguts a la revista, en el qual descrivia el guarda-roba de la parisenca ideal. Segons l'autora, l'elegància no era una qüestió de poder adquisitiu, sinó que calia tenir un *savoir-faire* especial per a saber com transformar un conjunt i vestir-se de manera elegant amb pocs recursos. Només la dona parisenca tindria les aptituds necessàries per associar amb talent els diferents accessoris i convertir un vestit vell en una peça *au goût du jour*.

La mateixa línia de discurs es pot trobar en l'article d'Arsène Houssaye titulat "Quelques opinions avancées sur la Parisienne". Publicat a *L'Artiste*, la revista que ell mateix dirigia des de 1843, aquesta publicació comptava amb col·laboradors de la talla de Charles Baudelaire. Houssaye afirma en la primera pàgina: "Il y a deux naissances

⁶ BREVIK-ZENDER, Heidi (2012). "Écrire la mode, de Balzac à Mallarmé". In GROOM, Gloria (ed). *L'impressionnisme et la mode*. París: Musée d'Orsay, Skira Flammarion, pàgs. 272-278.

⁷ TÉTART-VITTU, Françoise (2016). "L'Art et la Mode". *Dictionnaire de la mode (Les dictionnaires d'Universalis)*. Encyclopaedia Universalis France.

⁸ RAYMOND, Emmeline (1883). *Le secret des Parisiennes, suivi de Mélanges*. París: Firmin-Didot, sp.

pour la femme : celle du berceau et celle de la robe”⁹. Així doncs, el primer vestit de la nena parisenca constitueix un element tan definitori de la seva identitat que equival gairebé a un segon naixement. L’autor continua amb aquesta identificació entre París i la moda:

La Parisienne n’est pas à la mode, elle est la mode [...]. Quand une provinciale passe sur le boulevard, on reconnaît que sa robe est neuve. La robe de la Parisienne a beau sortir, à l’instant même, de chez Worth ou de chez une couturière quelconque, il semble qu’elle ait été portée depuis la veille: la provinciale est habillée par sa robe, la Parisienne habille sa robe.¹⁰

Obviant el lloc de naixement, Houssaye explica que una dona pot esdevenir parisenca quan experimenta la seva primera “passió” o el seu primer viatge a París. Ara bé, aquesta haurà d’haver nascut “llaminera, fantàstica, ambiciosa, presumida i adorable”¹¹, totes elles qualitats que defineixen aquest prototipus femení establert en els darrers decennis del segle XIX.

Tota aquesta concepció de la moda parisenca lligada a una determinada actitud fou exportada i assimilada per les revistes de moda espanyoles i catalanes. Un cas singular fou el periòdic *Paris Charmant. Periodico mensual ilustrado de literatura y modas*, que s’editava a París simultàniament en francès i en espanyol des de 1881. La revista era dirigida per l’escriptora Faustina Sáez de Melgar i comprenia una part literària exclusivament espanyola i una part dedicada a la moda amb continguts i il·lustracions compartides amb la versió francesa. En l’àmbit de l’edició barcelonina trobem *La Ilustración de la Mujer*, fundada el 1883, que comptava amb la mateixa Saez de Melgar com a delegada a la ciutat de París. La revista es completava amb un suplement titulat *Revista de modas y Salones*, que comprenia al seu torn un *Figurín Iluminado de París*, enviat cada mes a les abonades. El 1884, l’editorial Montaner y Simón creà *El Salón de la Moda, Periódico quincenal indispensable para las familias, ilustrado con profusión de grabados en negro y figurines iluminados de las modas de París*. A banda dels figurins parisencs als que fa al·lusió el subtítol, la revista comptava amb una secció anomenada “Revista de París” on es parlava de l’actualitat i les tendències de la capital francesa. També a Barcelona, l’any 1897 es començà a publicar

⁹ HOUSSAYE, Arsène (1869). “Quelques opinions avancées sur la Parisienne”. *L’Artiste: journal de la littérature et des beaux-arts* (1/07/1869), pàgs. 147-164 i pàg. 147.

¹⁰ HOUSSAYE, Arsène (1869). “Quelques...”, *op.cit.*, pàg.154.

¹¹ HOUSSAYE, Arsène (1869). “Quelques...”, *op.cit.*, pàg.148.

El Eco de la Moda, la versió espanyola del cèlebre *Petit Écho de la Mode* que s'editava a París des de 1880.

Pel que fa a publicacions en llengua catalana, arribem a l'objecte del nostre estudi, la secció titulada “Una plana per les senyores” que es començà a incloure a la revista *La Il·lustració Catalana* a partir de desembre de 1905. Aquesta secció consistia en una crònica d'una sola pàgina, on l'autora, que signava amb el pseudònim de Rosaura¹², explicava amb to desenfadat i proper les últimes tendències de la moda parisenca i les comparava amb els costums i hàbits de la dona catalana. La secció desaparegué dos anys més tard, el gener de 1908, coincidint amb el llançament del suplement *Feminal*, dirigit per Carme Karr, que ja no tractarà de manera específica el tema de la indumentària.

La secció “Una plana per les senyores” s'incorporà durant la segona època¹³ de la *Il·lustració Catalana*, que comprèn de l'any 1903 al 1917, quan aquesta tenia una periodicitat setmanal (sortia cada diumenge, tal i com s'indica al subtítol de la revista que apareix en totes les portades). La revista era composta d'articles diversos de notícies i reportatges de la vida social i cultural catalanes i segons el seu director i propietari, Francesc Matheu, tenia per objectiu “contribuir a la millora del nostre poble” i “fer conèixer els esclats de sa vida artística, literària i industrial”¹⁴.

Cada número constava de setze pàgines amb dues o tres columnes i era imprès a la casa Thomas, una reconeguda empresa prou modernitzada en quant a mitjans de producció gràfica, com es pot comprovar en la qualitat dels fotogravats i del paper *couché*. Un projecte editorial, per tant, més ambiciós i luxós del que fou la primera

¹² No hem pogut identificar encara la ploma que s'amaga darrere el pseudònim. Sabem que a partir de 1903, l'equip de redacció de la revista era compost per W. Coroleu, J. Pujol i Brull, F. Bartrina, J. Franquesa i Gomis; i que en serien col·laboradors habituals Joan Alemany i Borràs, Joaquim Ruyra, Josep Carner, Josep Ma Folch i Torres. Veure MOLINO, Maribel del (1983). *La il·lustració catalana (1880-1883): grabadores, ilustradores y sus temas*. Barcelona: Memòria presentada a l'Escola Universitària Jordi Rubió Balaguer de Biblioteconomia i Documentació, pàg. 25. No hem trobat rastre de cap menció a la possible autoria de la secció “Una plana per les senyores”.

¹³ La primera època de *La Il·lustració Catalana* “periòdic desenat, artístic, literari i científic de Catalunya”, compren de l'any 1880 al 1894. La revista deixà de publicar-se durant nou anys i recomençà el 1903 amb una versió modernitzada i adaptada al nou segle.

¹⁴ GIVANEL, Joan (1931-1937). *Bibliografia catalana: premsa*. Barcelona: Institució Patxot, pàg. 275.

època de la publicació¹⁵. La secció “Una plana per les senyores” apareix a les últimes pàgines de la revista, després de les notes informatives d’actualitat, teatre, esports i llibres, i abans de la darrera pàgina d’anuncis. No tenia per tant una importància preponderant en el conjunt de la revista, però ens sobta la seva regularitat i assiduïtat al llarg dels dos anys i dos mesos esmentats. Des del 5 de desembre de 1905 fins el 12 de gener de 1908 podem comptar un total de 96 cròniques signades per Rosaura. en aquest interval es publiquen 102 números, però la secció s’elimina en els números monogràfics destinats a algun gran esdeveniment polític o cultural. A partir del 19 de gener de 1908 la secció no desapareix del tot, però passa a anomenar-se “Modes” i es compon bàsicament de mitja plana amb dues fotografies o figurins, no sempre acompanyats d’un text explicatiu. A partir del número del 10 de maig de 1908 la secció continua només amb fotografies i apareix de manera cada cop més irregular al llarg dels anys 1909 i 1910, desapareixent per complet l’any 1911.

La revista en general és dirigida a un sector de públic catalanista amb inquietuds culturals i amb una mentalitat receptiva i oberta al que passava a l’exterior. En el cas de la secció que ens ocupa, l’article inaugural apareix precedit de la següent explicació:

Instats per un bon nombre de subscriptores que repetidament ens ho han demanat, hem resolt dedicàrlosi una plana de l’Il·lustració hont pugan trobar sintetisada la corrent de la Moda y notícies interessants per’elles. Los figurins que hi donarèm seràn de les cases més importants dels principals centres estrangers y de les nostres primeres modistes barcelonines; y l’encarregada de aquesta secció, una persona experta y de gust refinadíssim.¹⁶

Hem de concloure, per tant, que existia una demanda de part d’un públic femení burgès i amb certes inquietuds culturals, de trobar informació sobre temes de tendències d’estil i d’indumentària, focalitzada com era habitual en el model parisenc. La secció ocupa una sola pàgina, com el seu nom indica, a dues columnes i és sempre il·lustrada amb dos figurins, tot i que aquests no sempre tenen relació amb el text de l’autora. Malgrat les expectatives que es creen a la introducció tot just citada, aquests figurins no estan mai signats o identificats amb algun/a modista. Es percep no obstant que estan realitzats

¹⁵ La revista es venia a una peseta del 1903 al 1907, que es rebaixa el preu a dos rals, i a partir 1917 un ral. TORRENT, Joan i TESIS, Rafael (1866). *Història de la premsa catalana*. Barcelona: Bruguera, pàg. 377.

¹⁶ *Il·lustració Catalana*, nº131 (03/12/1905), pàg. 781.

sempre pel mateix artista o dibuixant. Només en la primera crònica (nº 131) trobem la menció “De Le Chic.” a sota d’un dels figurins, la qual cosa ens fa suposar que aquests provenen d’una publicació parisenca amb aquest títol¹⁷. De fet, les fonts de les informacions que se’ns expliquen a la secció semblen extretes d’altres revistes o publicacions provinents de París, ja que l’autora contínuament menciona les opinions de les “croniqueuses”¹⁸ (cronistes o redactores) franceses i quan explica les diferents formes, colors i tendències, queda palès que ho fa a partir de la descripció detallada de figurins.

En el número 242 corresponent al 19 de gener de 1908, els figurins se substitueixen per fotografies, que tampoc estan signades o identificades, coincidint amb el canvi de nom de la secció a “Modes”. Després es retorna als mateixos figurins dibuixats, fins el número del 9 de febrer de 1908 (nº 245) on la revista anuncia una gran novetat:

Hem lograt que les principals cases de París que’ns faciliten setmanalment sos últims models per la nostra Il·lustració Catalana; axis podrem [...] tenir sempre les últimes creacions d’aquells dèspotes de la moda, per medi de fotografies directes fetes per la celèbre casa Reutlinger. Aquesta secció, doncs, serà una de les més ben servides que’s pujan oferir en una publicació il·lustrada.¹⁹

A partir de llavors i fins el desembre de 1910, la secció comptarà cada setmana amb la publicació d’una fotografia realitzada pel prestigiós estudi parisenc Reutlinger i on sí s’identifiquen els noms dels/les modistes, que efectivament pertanyen a les *maisons* d’alta costura més prestigioses de París. En destaca la gran qualitat de la impressió que, tal i com dèiem anteriorment, caracteritzava la impremta Thomas, i que confereix un caire més luxós i modern a la revista.

Pel que fa al llenguatge i al registre en el que l’autora escriu la crònica, destaca pel seu to desenfadat i proper a la lectora, que tracta “com una amiga”, en un to gairebé

¹⁷ Podria tractar-se per exemple de la revista bi-mensual *Le Chic* dirigida per Roger d’Abret, amb seu al Faubourg Saint-Honoré, a París, que es comença a publicar el 7 de març de 1895, tot i que no hem pogut trobar exemplars d’anys posteriors que ens permetin corroborar que es tracta d’una col·laboració amb aquesta publicació.

¹⁸ Per exemple en el número 147 (març 1906).

¹⁹ *Il·lustració Catalana*, núm. 245 (9 febrer 1908).

“confidencial”, fet habitual per altra banda en les publicacions femenines. El tret més distintiu, però, és la constant utilització de paraules en francès (almenys tres o quatre en cada frase), fet que suposadament legitimava la veracitat de les informacions sobre les tendències parisenques. Així l’autora ens mostra la seva vinculació amb la capital gal·la i la seva “expertise” en termes de moda francesa. En el seu primer article, Rosaura ens presenta la secció:

[...] Lo que surti en aquesta secció serà [...] lo més *chic* de les creacions dels *couturiers* més al dia de la *rue de la Paix* y altres rues *avoisinantes* que formaran aquell encantador *quartier de la mode*.²⁰

L’autora menciona seguidament que publicarà “algunes de les més felisses obres, inèdites, de nostres cases de modes”, tot i que finalment no trobarem en cap de les 96 planes una sola menció a una modista catalana. Si més no, destaquem que es reconeix la qualitat de les “excelentes artistes de la estisora” catalanes, i s’afirma que malgrat el seu “obligat paper passiu d’interpretadores de la moda, no son menos remarcables que’ls Doucet, Paquin, Redfern, Worth, Rouff, Doeillet, de *l’élite* creadora parisenca”²¹. Es fa per tant palesa la preponderància del model parisenc i el fet que les modistes barcelonines es veien “obligades” a interpretar els figurins o models ja existents de París, fet que com sabem coartava en certa manera la seva creativitat potencial. Només en una de les “planes” apareixen dues imatges de models que per primer cop són fotografies i que mostren “models sortits d’una de nostres més conegudes cases de modes”²². L’autora reivindica el talent català: “també’s fan aquí obres veritablement *chic*” i “també tenim creadores d’elegàncies i distincions, gens per sota de les de fòra”.

La periodista té present en tot moment que s’està dirigint a les “llegidores” de la *Il·lustració Catalana* i, per tant, a un públic més conservador. Afirmar que de totes les tendències provinents de París, només parlarà dels vestits o models “que pel seu caràcter y’l nostre caràcter se puguin portar aquí”. La referència al “caràcter català” és mencionada diverses vegades al llarg de les cròniques. L’autora contraposa el caràcter

²⁰ “Una plana per a les senyores”. *Il·lustració Catalana*, nº131 (03/12/1905), pàg. 782.

²¹ *Il·lustració, op.cit.*, pàg. 782.

²² Podria tractar-se d’alguns noms ben coneguts de modistes catalanes del tombant de segle com per exemple Maria Molist, Juana Valls, Carolina Montagne o Ana Renaud. Per a més informació sobre aquestes es pot consultar online la tesis doctoral de CASAL-VALLS Laura (2013), *La figura de la modista i els inicis de l’alta costura a Barcelona*. Universitat de Barcelona, pàgs. 581 i ss

parisenc (“la mondanité”) al caràcter català (“retret i casolà”): “cert es que seguim essent esclaus de certa petitesa del nostre caràcter: volem, però dolem”. Això s’uniria als “pressupostos reduïts” i a “l’ausència de gustos extremats que fan precisament l’encant de la moda”. L’autora continua: “Diuen que Barcelona es un petit Paris, y aquesta comparació [...] és una exageració en tots els sentits [...]”²³. Queda doncs ben palesa l’autoritat parisenca en matèria de gust i d’estil, que les modistes barcelonines reinterpreten bo i adaptant-se a una clientela conservadora que es mostra més reticent a la novetat. La plana del 16 de setembre de 1906 menciona de nou a la necessitat d’adaptar la moda parisenca a la idiosincràsia catalana:

Dintr e pochs dies podrèm parlar de les noves creacions dels més anomenats modistos mundials, y elles donarán lloch, sens dupte, a múltiples combinacions, qu’ajustarèm nosaltres a les condicions del nostre país.²⁴

Tal i com afirma la pròpia autora, la crònica té un caràcter eminentment pràctic, i no només dona informacions sobre la última moda, sinó que també dona consells sobre com adaptar-la als diferents contextos o als costums i caràcter de la dona catalana.

Les diferents “planes” tracten temes molt diversos, des de la indumentària per al dia a dia, fins els vestits adequats per al teatre o balls, vestits de dol, roba infantil, barrets i tot tipus de complements, llenceria... i també es parla d’economia domèstica, de llocs d’estiueig, d’exposicions parisencques (per exemple l’*Exposition des Arts de la Femme* al *Palais des Glaces*) o d’altres esdeveniments “mondains” a Barcelona, com per exemple els anomenats “Thès d’hivern” al teatre Principal, que l’autora celebra “per la vida que comunica a nostra gran societat y principalíssimament per l’esperit català que li donan”²⁵. En aquest sentit és interessant remarcar com no només se’ns expliquen les tendències sinó també els llocs físics on aquestes es mostren i es publiciten. La periodista menciona per exemple els teatres:

Quin atractiu tindria l’anar al teatre, si no fos pera ensenyar, veure i comentar *toilettes y robes* novíssimes y coiffures Last style? Lo teatre (per demés dir que parlo d’aquells ahont s’hi va a lluhir) es un lloc d’affichage.²⁶

²³ *Il·lustració, op.cit.*, pàg. 782.

²⁴ *Il·lustració Catalana*, núm. 172 (16 set. 1906).

²⁵ *Il·lustració Catalana*, núm. 158 (10 juny 1906).

²⁶ *Il·lustració Catalana*, núm. 175 (7 octubre 1906).

El desenvolupament de l'alta costura implicà efectivament noves maneres de promoció i publicitat, i en aquest sentit, els nous espais de l'oci i l'espectacle del tombant de segle foren elements clau en el desenvolupament d'estratègies de difusió i promoció de les principals firmes de moda. En una de les cròniques, la periodista enumera els diferents esdeveniments parisencs on els modistes aprofiten per exhibir les seves novetats: les curses de Longchamp i d'Auteil, el vernissatge del Saló de la Société Nationale des Beaux Arts, el vernissatge del Salon des Artistes Français, el premi del Jockey-Club a Chantilly o el Grand Prix de París durant el mes de juny. A l'hivern, “es el teatre que serveix de camp de batalla a nostres grans modistes”. Hi lleans la moda a l'escena i a la sala.” L'autora menciona el teatre del Vaudeville i el de la Renaissance, ambdós al boulevard del Temple, la Comedia Francesa i el teatre de Sarah Bernhardt : “vèus aquí'ls principals marchs de la moda”²⁷.

Seguidament ens explica qui s'encarregarà de portar i promocionar aquestes modes: la *lanceuse* o “lleansadora” de la moda i les “reynes de la moda”: “senyores de l'alta societat o bé comediantes celebrades que es veuen a les premières, a les courses, als vernisages, y que portan admirablement les toilettes”. Es interessant remarcar com la periodista tracta aquests temes de difusió de la moda des d'un punt de vista gairebé sociològic i parla d'una “psicologia de la moda” referint-se a tot el fenomen de promoció a través de figures d'influència. L'autora acaba així la crònica “lo qu'algunes poques lleans moltíssimes ho recullen, y les que primer ho fan son les més ho entenen: son les que marxen ab la moda”.²⁸

En definitiva, ens trobem davant l'exemple singular d'una secció dedicada al públic femení que tracta el tema de la indumentària d'una manera oberta i moderna i des d'un punt de vista d'una cultura de la moda que l'autora s'afana en transmetre. A través de les diferents cròniques podem anar desgranant aspectes estètics i sobretot psicològics i sociològics lligats al tema del vestir i a la seva relació amb els espais i contextos urbans de París i Barcelona al tombant de segle. La comparativa entre ambdues ciutats s'estén més enllà de la moda i dels aspectes formals i esdevé una anàlisi detallada de caràcters i costums. Això ens permet d'aprofundir en la recepció dels imaginaris parisencs en una Catalunya que busca reafirmar la seva veu i la seva identitat cultural en tots els aspectes.

²⁷ *Il·lustració, op.cit.*

²⁸ *Il·lustració, op.cit.*

Curriculum Vitae

Núria Aragonès Riu is Lecturer at Universitat de Barcelona and member of GRACMON Research Group. PhD in Arts du Spectacle from Université Sorbonne Nouvelle Paris III (2008) and degree in Art History from Universitat Autònoma de Barcelona. She has participated in numerous research projects at Université de Nantes, Oxford Brookes University and Universitat de Barcelona as a post-doctoral fellowship. Her research focuses on the history of clothing in the modern and contemporary era, with special emphasis on iconography, the relationship between haute couture and performing arts and the history of fashion magazines.