



FÁBRICA
DE
BLONDAS y ENCAJES
Legítimos y Mecánicos.

JOSE

PIER



Un cartel para la Casa Fiter

A Poster for *Casa Fiter*, Lacemakers

por / by JOAN MIQUEL LLODRÀ¹

DESDE LOS ÚLTIMOS AÑOS, GRACIAS AL TENAZ Y CONSTANTE TRABAJO LLEVADO A CABO DESDE EL MUSEU DE LA PUNTA DE ARENYS DE MAR SE VA DEJANDO ATRÁS LA IMAGEN A MENUDO TRADICIONAL Y MITIFICADA QUE A NIVEL GENERAL SE HA TENIDO DEL ARTE DEL ENCAJE. A TRAVÉS DE NUMEROSOS ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN, EL GRAN PÚBLICO VA DESCUBRIENDO E INTERESÁNDOSE POR NUEVOS ASPECTOS ALREDEDOR DE ESTA VARIEDAD DEL TEXTIL Y QUE NO HACEN SINO DEMOSTRAR QUE LO QUE HOY SE TIENE POR UNA MANIFESTACIÓN MÁS DEL FOLCLORE CATALÁN FUE, HACE POCO MÁS DE UN SIGLO, UNA AUTÉNTICA INDUSTRIA ARTÍSTICA.

Si bien en otra ocasión tuvimos oportunidad de tratar sobre Marià Castells, destacado proyectista catalán de encaje modernista,² toca ahora centrarse en el que fue en su época uno de los industriales encajeros más importantes de Cataluña y España, Josep Fiter i Inglès (1857-1915). A tan sólo cuatro años para celebrar el centenario de su fallecimiento, somos de la opinión que la historiografía catalana no ha hecho todavía justicia a este personaje y a la labor por él realizada a lo largo de casi medio siglo, no sólo en el campo del encaje sino también en el terreno del arte y de la cultura en general. (Fig. 1)

Con una excelente formación intelectual, humanista y artística, Fiter i Inglès fue a lo largo de sus cincuenta y ocho años de vida colaborador en diversas publicaciones, autor de varias monografías de carácter histórico, fundador de lo que en pocos años sería el Centre Excursionista de Catalunya, socio corresponsal de la Real Academia de la Historia, secretario del Fomento de la Producción Española, miembro de los Museos de Arte de Barcelona, catedrático de la

IN RECENT YEARS, THE ARENYS DE MAR LACE MUSEUM HAS DONE A GREAT DEAL TO DISPEL THE WIDELY-HELD MISCONCEPTIONS REGARDING THE ART OF LACEMAKING. THE NUMEROUS RESEARCH STUDIES CARRIED OUT HAVE INTRODUCED THE GENERAL PUBLIC TO NEW ASPECTS OF THIS VARIETY OF TEXTILE PRODUCTION AND HAVE DEMONSTRATED THAT, FAR FROM BEING A MERE MANIFESTATION OF CATALAN FOLKLORE, LACEMAKING WAS, LITTLE MORE THAN A CENTURY AGO, A GENUINE ARTISTIC INDUSTRY.

Some time ago we had the opportunity to trace the career of Marià Castells, a leading Catalan designer of modernist lace. Now we turn to a man who in his times was one of the most important lacemakers in Catalonia and Spain: Josep Fiter i Inglès (1857-1915). Four years before the centenary of his death, we believe that historians have not yet done justice to this entrepreneur who, for almost half a century, was a major figure in the world of lacemaking and in the world of Catalan art and culture in general. (Fig. 1)

With an excellent education in the humanities and the arts, Fiter i Inglès was a constant contributor to many different publications, the author of various historical monographs, founder of what shortly later would become the Excursionist Centre of Catalonia, corresponding member of the Royal Academy of History, secretary of the Spanish Office for Production, member of the Museums of Art of Barcelona, professor at the Business School of Barcelona, promoter of the Artistic-Archaeological Association, professor at the Institute of Culture and the Women's Popular

Escuela Superior de Comercio de Barcelona, promotor de la Asociación Artístico-Arqueológica, profesor en el Instituto de Cultura y Biblioteca Popular de la Mujer y presidente del Centro de Artes Decorativas, entre otros cargos. No pretende este artículo centrarse en la intensa y densa trayectoria vital y profesional de Fiter que, insistimos, merecería un estudio mucho más amplio y profundo, sino detenerse en el papel por él jugado en la historia del encaje catalán, concretamente en su vertiente artística.³ Como excusa para adentrarnos en esta faceta del «universo Fiter», nada mejor que documentar la realización del cartel publicitario de esta empresa y comentarlo dentro del contexto artístico en el que se llevó a cabo. (Fig. 2)

La Casa Fiter, de la fama al olvido

Josep Fiter i Inglès heredó la empresa de encajes legítimos –o sea, hechos a mano– y mecánicos de manos de su padre, Josep Fiter i Ainé, quien la había fundado en 1845. La industria familiar –llamada *Herederos de José Fiter* después de la muerte del fundador; *Viuda e Hijo de José Fiter*, en una etapa posterior, y *José Fiter* en la última época– continuaría en activo hasta principios del siglo xx, siendo conocida principalmente por la extrema calidad y belleza de sus blondas catalanas y encajes de Chantilly. A lo largo de la segunda mitad del siglo xix, la casa recibió todo tipo de galardones y reconocimientos en los ámbitos nacional e internacional: la Cruz de Carlos III en 1850; la medalla de primera clase en la Exposición Internacional de Londres de 1851 y en la Universal de París de 1855; la medalla de plata en la de Oporto de 1861, o la medalla de oro en la Exposición Universal de Barcelona de 1888, fueron, entre muchas otras, algunas de las condecoraciones recibidas. Avala la reputación internacional de Fiter como encajero el hecho de que en 1900 participase como jurado en la Exposición Universal de París.

Entre las principales piezas ejecutadas por los centenares de encajeras que, desde todos los puntos de la provincia de Barcelona trabajaban para los Fiter –de Malgrat de Mar a Sant Boi de Llobregat–, destacan especialmente el alba realizada en 1887 para celebrar el jubileo sacerdotal del papa

Library and president of the Centre of Decorative Arts. In fact his remarkable professional career deserves a comprehensive study, but here we will explore the role he played in the history of Catalan lace, specifically in its artistic aspect. As an excuse for exploring this facet of the “Fiter universe”, we will focus on a competition launched by the firm to create an advertising poster, and discuss it inside the artistic context of the times (Fig. 2)

Casa Fiter, from celebrity to neglect

Josep Fiter i Inglès inherited the firm of “legitimate” (hand-made) and machine-made lace from his father, Josep Fiter i Ainé, who had founded the company in 1845. The family firm – called *Herederos de José Fiter* after the death of the founder, then *Viuda e Hijo de José Fiter*, and finally *José Fiter* – continued in operation until the start of the twentieth century, and was well known for the quality and beauty of its Catalan blonde and Chantilly laces. Throughout the second half of the nineteenth century, the firm received wide acclaim at home and abroad. The Cross of Carlos III in 1850, the first class medal at the International Exhibition in London in 1851 and at the Universal Exhibition of Paris in 1855, the silver medal in Oporto in 1861, and the gold medal at the Universal Exhibition of Barcelona in 1888 were among the many prizes that the firm was awarded over the period. Because of his fine international reputation as a lacemaker, Fiter was appointed member of the jury at Universal Exhibition of Paris in 1900.

Among the pieces created by the hundreds of lacemakers from all over the province of Barcelona who worked for Fiter – from Malgrat de Mar to Sant Boi de Llobregat – the finest are the alb made in 1887 to celebrate the jubilee of Pope Leo XIII (fig. 3), the mantle made for the Virgin of the Mercè in Barcelona, and the blonde silk *mantilla* for the Duchess of Parma, at her wedding to the Prince of Bulgaria in 1893. Continuing the tradition, José Fiter made a *mantilla* in black blonde lace, using a design by the extraordinarily versatile Alexandre de Riquer, for the wedding of Alfonso XIII and Maria Eugenia of Battenberg in 1906.

Fig. 1. Fotografia de Josep Fiter i Inglès aparecida en la necrológica que se le dedicó en el boletín del Centre Excursionista de Catalunya.

Fig. 1. Photograph of Josep Fiter i Inglès, which accompanied his obituary in the newspaper of the Excursionist Centre of Catalonia.



Fig. 2. Cartel de la fábrica de blondas y encajes Josep Fiter. Antoni Coll, 1900. 87 x 117 cm. Museu d'Arenys de Mar, núm. reg. 1600.

Fig. 2. Poster of Josep Fiter's lace factory. Antoni Coll, 1900. 87 x 117 cm. Museu d'Arenys de Mar, n.º. 1600.

León XIII (fig. 3), el manto confeccionado para la Virgen de la Merced de Barcelona, o la mantilla de blonda de seda para la duquesa de Parma, en su boda con el príncipe de Bulgaria en 1893. Asimismo, según la tradición, José Fiter realizó una mantilla de blonda negra, siguiendo el diseño del polifacético Alexandre de Riquer, para la boda de Alfonso XIII y María Eugenia de Battenberg, celebrada en 1906.

Inexplicablemente, las causas o los motivos del cierre final de la Casa Fiter son hoy por hoy desconocidos. La cantidad de información de la que se dispone sobre esta empresa durante la segunda mitad del siglo XIX contrasta con la falta de datos y noticias referentes a sus últimos días.⁴ A diferencia de otras firmas reconocidas de la época –Volart, Vives o Castells– el legado material de la empresa Fiter es, hasta día de hoy, inexistente o ilocalizable. Habrá que seguir investigando para poder dilucidar las causas o motivos que llevaron a la extinción de una de las principales marcas encajeras del país, proveedora de la Real Casa española desde 1878.

Un concurso para un cartel

En noviembre del año 1899, debido a la retirada de la madre de Josep Fiter i Inglès del negocio familiar, se creó una nueva sociedad mercantil con la participación de Francesc Planas Soler y Francesc Planas Cañameras, padre e hijo respectivamente. Así pues, en febrero del año siguiente, ya que los nuevos tiempos lo exigían, los propietarios de la empresa en cuestión decidieron convocar un concurso artístico para escoger el cartel anunciador de su producto. Inaugurar una nueva etapa en una industria con más de medio siglo de historia merecía celebrarlo con una flamante y moderna imagen comercial.

El de la *Casa Fiter y Planas* –como pasó a llamarse esta empresa de encajes hasta finales del año 1900– era uno más de los numerosos concursos de carteles que desde 1895, cuando el Ayuntamiento de Barcelona convocó el primero para escoger el cartel anunciador de la III Exposición de Bellas Artes e Industrias Artísticas, se venían celebrando con asiduidad en la capital catalana. La pasión por el cartel artístico, género que hacía tiempo gozaba de gran éxito en

The reasons for the closure of *Casa Fiter* are no longer known. The amount of information we have on this firm during the second half of the nineteenth century contrasts with the almost complete silence surrounding its final days. Unlike other leading firms of the era, Volart, Vives and Castells, the material legacy of *Casa Fiter* has vanished without trace. We will have to continue our investigations to establish the causes of the demise of one of Spain's leading lacemakers, supplier to the Spanish Royal Household from 1878.

A poster competition

In November 1899, when Josep Fiter i Inglès's mother retired from the family firm, a new company was formed, with the participation of Francesc Planas Soler and his son Francesc Planas Cañameras. In February of the following year, the firm's owners decided to hold a competition to choose an advertising poster for their products. The inauguration of a new stage in an industry with a history of more than half a century had to be celebrated with the launch of a bright new commercial image.

The poster competition run by *Casa Fiter y Plana*, as this lace firm was known until the end of 1900, was one of many held in Barcelona at the time. The first had been organized in 1895 by the City Council of Barcelona to choose an advertising poster for the Third Exhibition of Fine Arts and Artistic Industries. The passion for artistic posters, a genre which had been extremely successful in countries such as France or Britain for some time, was a constant feature of the modernist era in Catalonia. The large number of competitions held acted as a real spur to many artists and illustrators: winning a competition not only earned them a decent sum of money, but was also an excellent means of becoming known to a far wider public.

The terms for the competition for the *Casa Fiter* appeared in the main publications in Barcelona and Catalonia of the time, from the *Diario de Barcelona* to *Pèl&Ploma*, one of the leading weeklies of Catalan *modernisme* (fig. 4). The winning poster had to be easy to reproduce, so it had to be



CASA FUNDADA EN 1845 POR D.^o JOSÉ PITER Y AYNÉ.

INDUSTRIA LEÍTIMA \Rightarrow PUNTOS DE PRODUCCION \Rightarrow INDUSTRIA MECANICA

POBLACIONES de la COSTA de LEVANTE y BAJO LLOBREGAT BARCELONA

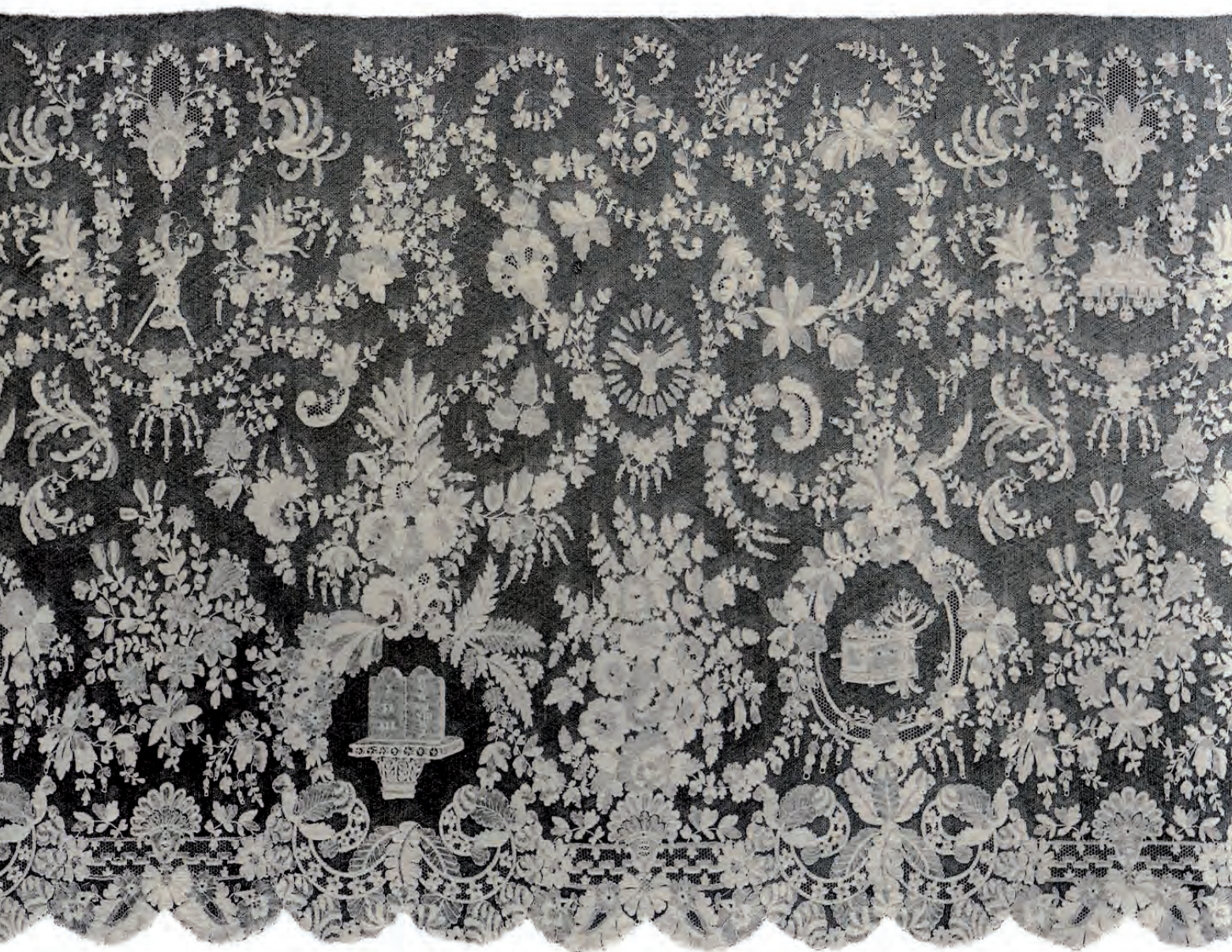
RECOMPENSAS Y DISTINCIONES OBTENIDAS por la CASA

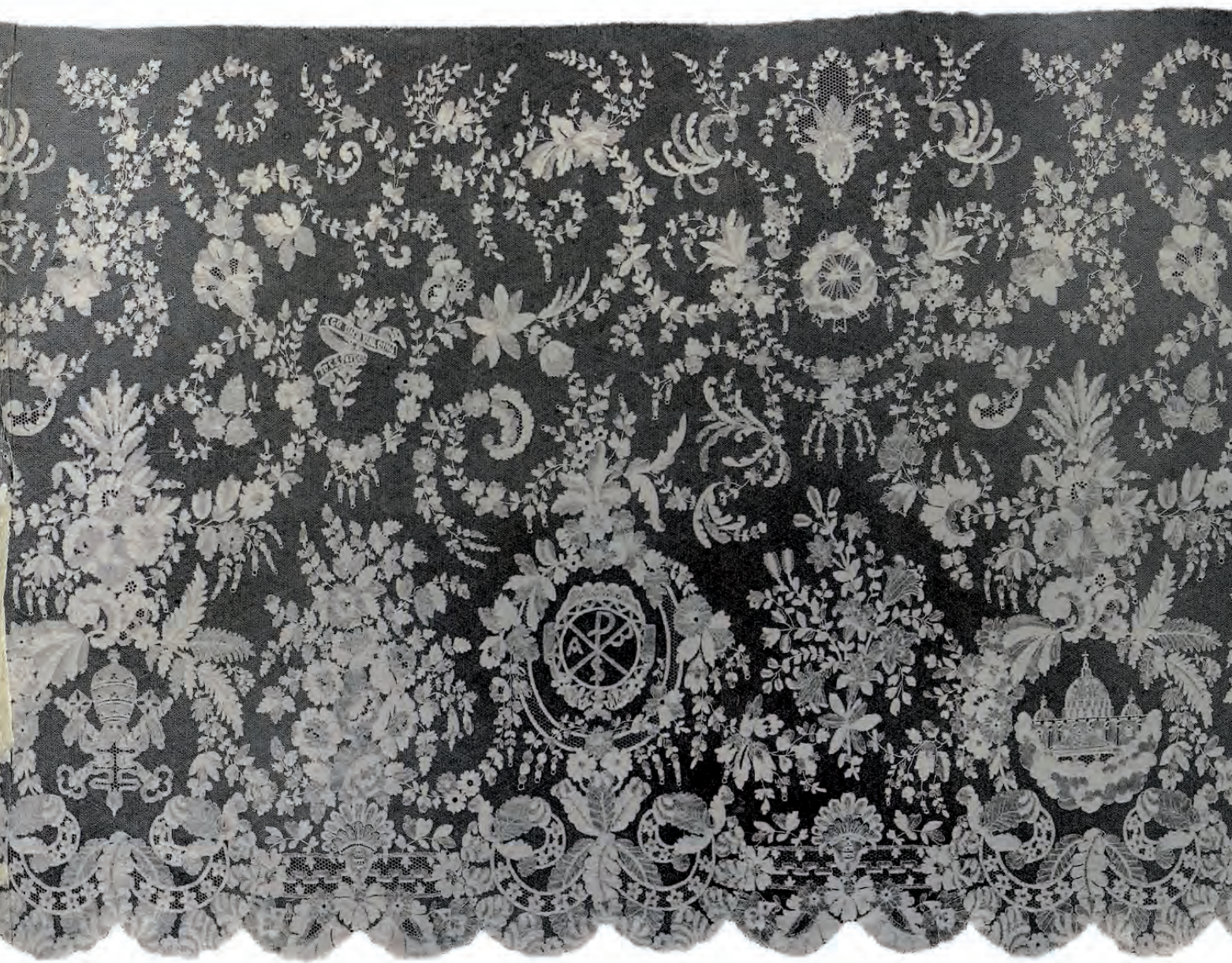
1878	Proveedor de la Real Casa con uso del «Escudo Real»	
1850	Exposición de Madrid	Cruz de Carlos III
1851	Universal " Londres	Medalla de 1 ^a clase
1855	" " Paris	" " 1 ^a clase
1860	Local " Barcelona	Cruz de Isabel la Católica
1862	Universal " Londres	Medalla de 1 ^a clase
1862	" " Oporto	" " Plata
1867	" " Paris	" " Plata
1871	General " Catalana	" " Única
1877	de Gratz " (Austria)	" " Plata
1881	de Fomento del Trabajo Nacional	" " Plata
1883	Extrangerera de Boston	" " Oro
1888	Universal " Barcelona	" " Oro
1889	" " Paris	" " Oro
1892	" " Chicago	" " Oro
1892, 1896, 1898,	Exposiciones Industrias y Arte de Barcelona, Jurado de Admisión y Recompensas	
1900	Jurado en la Exposición Universal de Paris	

CONSEJO de CIENTO 295 bis **BARCELONA** = TELEFONO 2039

Fig. 3. Imagen del alba realizada en encaje por la Casa Fiter con motivo de la Exposición Vaticana dedicada en 1887 al papa León XIII.

Fig. 3. Image of the alb made in lace by Casa Fiter for the Vatican Exhibition of 1887 dedicated to Pope Leo XIII.





países como Francia o Inglaterra, fue una constante durante toda la época modernista en Cataluña.⁵ La gran cantidad de concursos convocados llegó a convertirse en un verdadero revulsivo en la creatividad y producción de muchos artistas y proyectistas. Ganar un certamen de este tipo no sólo suponía el ingreso de una buena suma de dinero sino también un excelente medio para darse a conocer a un público mucho más amplio.

Las bases del concurso para esta industria de encajes y blondas aparecieron en las principales publicaciones barcelonesas y catalanas de la época, desde el *Diario de Barcelona* hasta *Pèl & Ploma*, uno de los semanarios más emblemáticos del modernismo catalán (fig. 4). Así, el cartel en cuestión tenía que ser de fácil reproducción, por lo que debía ser entendedor, claro y explícito –tres premisas básicas en el arte publicitario– con unas dimensiones de 160 x 80 cm –o sea, de formato vertical–, tenía que contener alusión gráfica a los procedimientos del producto –es decir, a su producción tanto artesana como mecánica–, al nombre de la empresa y a los premios recibidos, entre otras distinciones. Con todo ello, la sociedad Fiter y Planas se comprometía a exponer las obras presentadas en la reputada Sala Parés de Barcelona, hecho que sin duda otorgaba más prestigio a la convocatoria.

Tan importante como establecer las bases a las que atenderse era dejar bien claro la cantidad en metálico de los premios ofrecidos. En este caso habría tres: uno de mil pesetas –otorgado al vencedor–, uno de quinientas y otro de doscientas cincuenta. Además, completaría el palmarés la concesión de tres accésits, cada uno de los cuales estaría dotado con veinte de los antiguos duros. En total, pues, un presupuesto global de 2.050 pesetas, cantidad importante para la época, superior a muchos de los concursos convocados desde las administraciones o entidades públicas.

El plazo para recibir todos los proyectos finalizaba el 31 de marzo. A partir de ese momento, cada una de las creaciones sería examinada por un jurado constituido por, en aquel entonces, algunas de las principales personalidades de la vida artística oficial catalana. Además de por la gerencia de la casa –Fiter y los Planas–, el jurado estaba compuesto por Antoni Caba –director de la Academia Provincial de Bellas

immediatamente understandable, clear and explicit – the three basic tenets of advertising art. With dimensions of 160 x 80 cm – in vertical format – it had to depict the procedures used in the manufacture of the product (both hand-made and machine-made lace) the name of the firm, and the prizes and other distinctions the firm had been awarded. *Fiter y Planas* undertook to display the works presented at the well-known Sala Parés in Barcelona, which undoubtedly added prestige to the competition.

As well as establishing the terms and conditions of the competition, it was important to publicize the amount of the cash prizes on offer. There were to be three prizes: a first prize of a thousand pesetas, a second prize of 500 pesetas, and a third prize of 250. Three consolation prizes would also be awarded, each one worth 100 pesetas. So the total prize money amounted to 2,050 pesetas, a large sum at the time, and higher than many of the competitions organized by government or public offices.

The deadline for the submissions was 31 March. From then on, each one of entries would be examined by a jury comprising some of the leading figures in the Catalan art world. In addition to the directors of the firm (Fiter and Planas father and son) the judges were Antoni Caba, director of the Provincial Academy of Fine Arts, Josep Lluís Pellicer, director of the Municipal Museum of Fine Arts, Francesc Soler i Rovirosa, a well-known painter and scenographer, Carles Pirozzini i Martí, art critic and secretary general of the Commission of Exhibitions and Museums, Eudald Canibell, illustrator and advertiser, and Josep Malvehy i Font, silkmaker and vice-president of the Silk Arts School. In addition to their acknowledged competence in the field of plastic arts and the art industry, these were all professional acquaintances of Fiter's, and, like him, they were all actively engaged in the promotion of Catalan culture.

The result was supposed to be announced during the first half of April, but because of several unforeseen circumstances (the sudden death of Fiter's mother, for example) the jury took longer to meet than had initially been intended. Finally, on 20 April the list of runners-up was published; the name of the winner was announced a week

Fig. 4. Portada de la revista *Pèl & Ploma* del 5 de mayo de 1900, número en el que aparece una crítica del concurso para el cartel de Casa Fiter. Biblioteca de Catalunya, Barcelona

Fig. 4. Cover of *Pèl & Ploma*, 5 May 1900. This issue contained a review of the Casa Fiter poster competition. Biblioteca de Catalunya, Barcelona.



Año 1906





EXPOSICION
DE
BLONDAS
Y OTROS
ENCAJES
EN

ARENYS
DE MUNT

Fig. 5. En la página anterior, cartel para la exposición de blondas y encajes celebrada en 1906 en Arenys de Munt (Barcelona). Cromolitografía, atribuida a Antoni Utrillo. Museu d'Arenys de Mar.

Fig. 5. On the previous page, poster for the lace exhibition held in 1906 in Arenys de Munt (Barcelona). Multi-coloured print attributed to Antoni Utrillo. Arenys de Mar Museum.

Artes-; Josep Lluís Pellicer –director del Museo Municipal de Bellas Artes-; Francesc Soler i Rovirosa –reconocido pintor y escenógrafo-; Carles Pirozzini i Martí –crítico de arte y secretario general de la Comisión de Exposiciones y Museos-; Eudald Canibell –dibujante y publicista- y Josep Malvey i Font –fabricante de sederías y vicepresidente del Colegio del Arte Mayor de la Seda. De todos ellos, más allá de su reconocida competencia en el campo de las artes plásticas o industrias artísticas, hay que destacar la amistad que mantenían con Fiter, ya fuera por motivos profesionales o por otros personales y de *militancia* en pro de la cultura catalana, pues el encajero estuvo siempre directamente involucrado, como se ha comentado anteriormente, en diversas entidades e instituciones de esta índole.

Si bien el veredicto tenía que darse a conocer la primera quincena de abril, varios acontecimientos –como por ejemplo la repentina muerte de la viuda Fiter- hicieron que el jurado se constituyera con retraso. Finalmente, el día 20 de ese mismo mes aparecía publicado el listado de los premios y accésits otorgados; el nombre del ganador se hacía público una semana más tarde, veinticuatro horas después de haber sido inaugurada la exposición de los proyectos presentados. El primer premio fue a parar al proyecto número 11, obra de Antoni Coll i Pi presentada bajo el lema «Randa ben fina com la taranyina» –encaje bien fino como la telaraña-, de clara alusión al mito de Aracne;⁶ el segundo fue para el cartel número 24, de Joan Llaverias, titulado «A la voreta del mar» –cerca del mar-, tomando como referencia el poema *La puntaire* –La encajera- del reconocido literato Jacint Verdaguer. El tercer premio fue para «Clavant l'agulla» –clavando la aguja-, proyecto número 18 diseñado por Feliu de Lemus. Por otra parte, los accésits correspondieron a «Visca Catalunya» o «Visca la Mantellina», «Blonda 1900» y «Gavot», obras ideadas respectivamente por Javier Gosé, Lluís Labarta y Librado García Barberà.

Las noticias aparecidas en la prensa permiten obtener todo tipo de detalles alrededor del concurso que nos ocupa; desde los proyectos no admitidos por no haberse ceñido a las bases de la convocatoria, hasta los comentarios de tipo estético de las diferentes composiciones presentadas. En este sentido, según el crítico del *Diario de Barcelona* «la

later, 24 hours after the opening of the exhibition of the entries. The first prize went to entry nº 11, by Antoni Coll i Pi, entitled “*Randa ben fina com la taranyina*”, “lace as fine as a spider’s web”, a clear allusion to the fable of Arachne; the second went to entry nº 24, by Joan Llaverias, entitled “*A la voreta del mar*” – “Beside the sea”, taking as its reference the poema *La puntaire*, “The lacemaker”, by the well-known literary figure Jacint Verdaguer. The third prize went to entry nº 18, “*Clavant l’agulla*”, “Threading the needle”, by Feliu de Lemus. The consolation prizes went to “*Visca Catalunya*”, “*Visca la Mantellina*”, “*Blonda 1900*”, and “*Gavot*”, by Javier Gosé, Lluís Labarta and Librado Garcia Barberà respectively.

The news reports that appeared in the press go into great detail about the competition, from the entries that were rejected for not complying with the terms and conditions, to the opinions of the artistic merits. According to the critic of the *Diario de Barcelona* “the figure in the poster that won first prize has a highly expressive face and countenance [...] although perhaps it does not conform entirely to the nature of an advertisement”. This journalist, like Alfredo Opisso in *La Vanguardia*, thought that the winner of the third prize was a much better work: the creation of Feliu Lemus stood out, among other things, for its brilliant decorative effect, its masterful drawing, and its elegant composition.

This opinion was shared by the critic of *Pèl&Ploma* – perhaps Miquel Utrillo – in an article published in the week in which the posters were displayed at the Sala Parés. In fact this critic found most of the entries to be unsuitable for a competition for a poster advertising lace, with the sole exception of entry nº 40, whose creator is unknown to us. The piece in question, which represents a group of fairies dancing with the bobbins and braiding the threads, suggests a composition with a clearly modernist inspiration, very different from the winning entry.

Indeed, *Casa Fiter*’s poster had nothing in common with the style used in most posters of the time in Catalonia, nor with the symbolism or pre-Raphaelitism popularized by Alexandre de Riquer, nor with the *japonisme* of Ramon Casas. Coll i Pi, its creator, presents a formally

Fig. 6. Hermen Anglada Camarasa, Nocturn de París, ca. 1900, óleo sobre madera, 22,5 x 35 cm. © MNAC - Museu Nacional d'Art de Catalunya, núm. inv. 156065-000. Fotografos: Calveras / Mérida / Sagristà.

Fig. 6. Hermen Anglada Camarasa, Paris Nocturne, ca. 1900, oil on wood, 22.5 x 35 cm. © MNAC – National Art Museum of Catalonia, inv. n° 156065-000. Photographers: Calveras / Mérida / Sagristà.



cabeza de la figura que constituye el asunto del cartel premiado en primer lugar es muy expresiva por su rostro y por su actitud [...] en su contra tiene el que quizá no se ajuste por completo a la índole del cartel anunciador». Este periodista, como también Alfredo Opisso para *La Vanguardia*, creía mucho mejor el proyecto premiado con el tercer lugar, creación de Feliu Lemus, destacable por su brillante efecto decorativo, un dibujo magistral o una composición elegantísima, entre otros aspectos.

La misma opinión la compartía el crítico de *Pèl & Ploma* –quién sabe si el polifacético Miquel Utrillo– en un artículo publicado la misma semana que los carteles fueron expuestos en la galería Parés.⁷ De hecho, este crítico encontraba la mayoría de propuestas presentadas poco dignas para un cartel de blondas y encajes, a excepción solamente de la obra número 40, de autoría para nosotros desconocida. La pieza en cuestión, en la que podían verse unas hadas bailando con los bolillos y trenzando sus hilos, permite imaginarnos una composición de inspiración modernista, poco que ver con la obra ganadora.

Efectivamente, el cartel de la Casa Fiter no responde para nada a la estética preponderante en los principales carteles diseñados entonces en Cataluña, ni al simbolismo o prerrafaelismo puesto de moda por Alexandre de Riquer ni al japonésimo más propio de Ramon Casas. Coll i Pi, su autor, presenta una imagen formalmente convencional, poco económica en cuanto a los recursos expresivos y mucho más pictórica que dibujística, dentro del estilo usado entonces en la ilustración infantil más convencional o en los cromos publicitarios. Sólo el fondo floral del tercio inferior de la composición, encima del que se despliega el elenco de premios recibidos por la casa, es la única parte que respira una cierta influencia de la corriente *Art Nouveau* que por la época inundaba el diseño europeo.

Ciento once años después, lo que quizá llama más la atención del cartel Fiter es la escena representada, ni más ni menos que la captación de un momento de descanso o de distracción en la dura jornada de una encajera. Con cierta originalidad, Coll i Pi muestra una chica joven, un tanto despreocupada y curiosa, lejos de la encajera sumisa y obediente glosada en el poema ya citado de Verdaguer o en el

convencional image, with lavish use of expressive resources, a style often used at that time in illustrations for children or in advertising picture cards. Only the floral background in the lower part of the picture, beneath the list of prizes awarded to the firm, reflects a certain influence of the *Art Nouveau* trends that dominated European design at the time.

A hundred and eleven years later, what may strike us the most in the Fiter poster is the scene represented – a moment of rest in the hard working day of a lacemaker. Coll i Pi's creation is quite original, depicting a young girl with a certain self-confidence, in stark contrast to the submissive, obedient image presented in the poems by Verdaguer and Ribot i Serra. Even so, the portrayal is folkloric and traditional: the style of the girl's her clothes has little to do with the urban, modern image of young women that we find in many posters of the time. Much more in keeping with her time is the lacemaker depicted in the poster advertising the lace exhibition held in Arenys de Munt in 1906. (Fig. 5)

We do not know whether Fiter and the Planas family had hoped to emulate the impact of the competitions held in 1898 by Vicente Bosch, the producer of the anisette liqueur *Anis del Mono*, and by Manuel Raventós for his *Cordorniu* champagne, today two landmarks in the history of Catalan and Spanish graphic art. If this was the case, the lacemakers did not succeed. In general the entries in the Fiter competition were characterized by a lack of creativity, and indeed the competition had little repercussion in the Barcelona art world of the time. What is more, the display of the entries at the Sala Parès was overshadowed by the exhibition of paintings by Hermen Anglada Camarassa who had recently returned from his triumphs in Paris, which was held on the same days and in the same gallery. (Fig. 6)

Nor did the competition meet with much success in terms of participation. In spite of the considerable financial incentive, the number of entries was well below that recorded in the competition organized by the Badalona distillery for *Anis del Mono*: 44 compared with 150. The great names in Catalan poster art – for instance, Riquer

de Ribot i Serra.⁸ No obstante, el artista continúa dando una versión folclórica y tradicional de este oficio, especialmente a través de la indumentaria, por lo que la *fémna* allí dibujada se encuentra muy lejos de la mujer moderna, urbana y *chic* que por la época se divulgaba en muchos carteles publicitarios. Bastante diferente, mucho más acorde con su tiempo, sería la encajera reproducida en el cartel anunciador de la exposición de blondas y encajes celebrada en Arenys de Munt en 1906.⁹ (Fig. 5)

Ignoramos si con la convocatoria del concurso, Fiter y los Planas habrían pretendido emular el revuelo, que hoy llamaríamos mediático, que en 1898 habían despertado los convocados respectivamente por Vicente Bosch, propietario de la fábrica de licores *Anís del Mono*, y por el industrial Manuel Raventós para su cava *Codorniu*, hoy dos hitos en la historia del arte gráfico catalán y español. Si así fue, los encajeros no lograron su objetivo. El concurso Fiter se caracterizó en general por la poca calidad creativa de los proyectos presentados, hecho ratificado por la poca o escasa repercusión que el certamen obtuvo en el ambiente artístico barcelonés de la época. Además, por más inri, la exposición de las obras presentadas se vio *afectada* por la exhibición, los mismos días y en la misma galería, de las pinturas de un flamante Hermen Anglada Camarassa, recién llegado de París. (Fig. 6)

El certamen tampoco tuvo mucho éxito por lo que se refiere a la participación. Pese a la sugerente cantidad de dinero en juego, el número de proyectos no llegó al del conseguido, por ejemplo, por la destilería de Badalona. Ante los ciento cincuenta proyectos presentados para el famoso licor del simio, sólo cuarenta y cuatro lo hicieron en el concurso de la empresa de encajes. Todo hace pensar que los grandes nombres del cartelismo catalán –piénsese de nuevo en Riquer o Casas– no participaron en él; en caso contrario las noticias se hubieran hecho eco de ello. Así pues, la mayoría de artistas que se presentaron tendrían que ser considerados de segunda categoría o todavía demasiado jóvenes o desconocidos como para ser valorados por la crítica contemporánea. Nos referimos especialmente a un tal Cornet, muy seguramente Gaietà Cornet i Palau –quien llegaría a ser uno de los principales dibujantes y caricaturis-

and Casas – did not appear to have taken part; if they had, their names would have appeared in the news reports. So most of the entries were from second-rank artists, or artists who were too young or had not yet established themselves, like a certain Cornet, most probably Gaietà Cornet i Palau, who would later become one of the country's leading illustrators and caricaturists, and Pablo Ruiz Picasso, then only 19 years old. The young Malaga painter entered the Casa Fiter competition shortly after his first solo exhibition at the Quatre Gats beer-house and after the competitions for the poster of the Carnival of Barcelona and the Caja de Previsión y Socorro. Was Picasso trying to put together the money to finance his first – and epoch-making – journey to Paris in September of that year?

The article in *Pèl&Ploma* mentioned above also refers to the low participation in the Fiter competition. The text implies that poster competitions were beginning to go out of fashion; their moment of glory, the editor said, had passed. The high number of competitions of this kind all over Catalonia inevitably meant that the quality of the entries fell and that the prizes were awarded to mediocre works. In the case that concerns us here, the author goes on, the absence of the most important artists may have been due to the fact that the terms of the competition were particularly strict regarding the general structure of the design; “*good painters, true artists, are people who want to do things in their own way*”. The requirement that the poster should incorporate the prizes and distinctions received by the firm is an example of the conditions imposed, which limited the creativity of the illustrators perhaps to an unacceptable degree. The critic of *Pèl&Ploma* quite rightly noted that the public were not interested in so much information. A good advertising poster, he concluded, just needed to show the name of the firm – and nothing else.

None of these comments affected the decision taken by the jury, and *Casa Fiter y Planas* continued with the production of the poster. A year later, in March 1901, the publication was announced and the poster was put on sale at the price of 2.50 pesetas. Today, the copy on display at the Arenys de Mar Museum is living testimony to a unique era, to the magnificent career of one of its leading firms and

tas del país– y a Pablo Ruiz Picasso, entonces con tan sólo diecinueve años. El joven malagueño aspiraba al premio ofrecido por la Casa Fiter poco después de haber realizado su primera exposición individual en la cervecería Quatre Gats y de haberse presentado al concurso para el cartel de la fiesta de Carnaval de Barcelona y para el de la Caja de Previsión y Socorro. ¿Intentaba Picasso conseguir fondos con los que financiar su primer –y trascendente– viaje a París en septiembre de ese mismo año?

Sobre la poca participación en el concurso Fiter se reflexiona también en el artículo de *Pèl & Ploma* antes citado. Por el texto en cuestión puede deducirse que por aquel entonces los concursos de carteles empezaban a estar pasados de moda; su *època floreixent*, según el redactor, ya había quedado atrás. El alto número de convocatorias de este tipo en toda Cataluña provocaba irremediamente que bajara la calidad de las obras presentadas y que, por consiguiente, se acabaran premiando las menos malas. En el caso específico que nos interesa, continúa el autor, la ausencia de los artistas más destacados pudiera deberse al hecho de que las bases limitaran la estructura general del diseño; «*els bons pintors, els artistes propiament dits, són gent que vol fer les coses a la seva manera*». Que el cartel tuviera que incorporar los premios y distinciones recibidos por el comitente es un ejemplo de estas limitaciones, que no hacían más que encorsetar la creatividad de los proyectistas. Según el crítico de *Pèl & Ploma*, y con muy buen criterio, al público no le interesa tanta información. En un buen cartel publicitario, concluía, sólo hace falta el nombre de la casa del anunciante y *santas paces*.

Cabe decir que todo este cúmulo de comentarios no afectó para nada a la decisión tomada por el jurado y, por lo tanto, la Casa Fiter y Planas siguió con el proceso. Lo único que seguramente cambió respecto al primer diseño fue el añadido a los méritos de la casa de la actuación de Fiter como jurado en la Exposición Universal de París, inaugurada ese mismo año. Fuera como fuera, en marzo de 1901, se anunciaba la publicación del nuevo cartel publicitario de aquella empresa; todo aquél que quisiera, podría adquirirlo por el precio de 2'50 pesetas de la época. Hoy, un ejemplar se exhibe en las salas del Museu d'Arenys de Mar, dejando

above all, to the role played by bobbin lace in the history of Catalan and Spanish textile art.

NOTES

- 1 Art Historian. Contributor to the Arenys de Mar Museum
- 2 See *Datatèxtil* n.º. 16, June 2007, p. 4-17.
- 3 R. N. COMAS, «En Josep Fiter i Inglès», *Butlletí del Centre Excursionista de Catalunya*, 1918, vol. XXVIII, Barcelona, 1918, p. 8-17.
- 4 Advertisements for Casa Fiter disappear from many publications from 1902 onwards.
- 5 J. CARULLA et alii, *Catalunya en 1000 cartells, des dels orígens fins a la Guerra Civil*, Barcelona, 1994 and P. VÉLEZ, «El cartell modernista a Catalunya: del col·leccionisme a la catalogació», *Revista de Catalunya*, n.º. 150, April 2000, pp. 55-69.
- 6 Even though his work is documented in Catalonia, Antoni Coll i Pi is little known in the country of his birth; he pursued his professional career for many years in Chile.
- 7 «El concurs de cartells de la Casa Fiter y Planas», *Pèl & Ploma*, Barcelona, n.º 48 and 49, 5 May 1900, p. 3.
- 8 The Sabadell poet Manuel Ribot i Serra wrote a poem entitled *La Puntaire* – “The lacemaker” – in 1885.
- 9 This poster, an original of which is preserved in the Arenys de Mar Museum, has been attributed to Antoni Utrillo.

testimonio de una época muy determinada, de la magnífica trayectoria de una empresa en concreto y, por encima de todo, del papel jugado por el encaje de bolillos en la historia del arte textil catalán y español.

NOTAS

- 1 Historiador del Arte. Colaborador del Museu d'Arenys de Mar.
- 2 Ver *Datatèxtil* n.º. 16, junio de 2007, pp. 4-17.
- 3 R. N. Comas, «En Josep Fiter i Inglès», *Butlletí del Centre Excursionista de Catalunya*, 1918, vol. xxviii, Barcelona, 1918, pp. 8-17.
- 4 La publicidad de la Casa Fiter desaparece de muchas publicaciones de la época a partir de 1902.
- 5 J. Carulla *et alii*, *Catalunya en 1000 cartells, des dels orígens fins a la Guerra Civil*, Barcelona, 1994 y P. Vélez, «El cartell modernista a Catalunya: del col·leccionisme a la catalogació», *Revista de Catalunya*, n.º. 150, abril de 2000, pp. 55-69.
- 6 Antoni Coll i Pi, pese a tener obra documentada en Cataluña, es todavía poco conocido en su tierra natal ya que pasó buena parte de su vida en Chile, país en el que desarrolló muchas de sus creaciones.
- 7 «El concurs de cartells de la Casa Fiter y Planas», *Pèl & Ploma*, Barcelona, n.º. 48 y 49, 5 de mayo de 1900, p. 3.
- 8 El poeta sabadellense Manuel Ribot i Serra compuso el poema *La Puntaire* –La encajera– en 1885.
- 9 Este cartel, un original del cual se conserva en el Museu d'Arenys de Mar, ha sido atribuido a Antoni Utrillo.