

□Cigarrillos París□ y la publicidad moderna

Desde su inauguración en 2002, las instalaciones de Espais VolART en la sede de la fundación Vila Casas se han convertido en uno de los lugares más dinámicos donde disfrutar del arte actual en Barcelona. Aunque el objetivo principal de esta entidad es la promoción de la cultura catalana contemporánea, su histórico de exposiciones muestra cómo de vez en cuando se toma la libertad de incluir en su programa algún evento que dirija nuestra mirada al pasado. La inauguración de la muestra *“Cigarrillos París” y la publicidad moderna* es una de estas ocasiones.

A lo largo del recorrido expositivo se explica el viaje que Manuel Malagrida i Fontanet realizó en 1889 a Argentina para convertirse en el principal empresario tabaquero del país gracias a un despliegue publicitario sin precedentes. Una sencilla museografía acompaña a fotografías, cajas de tabaco coleccionables, dibujos, revistas y numerosos carteles. Estos últimos son los protagonistas indiscutibles gracias a los dos concursos que organizó *Cigarrillos París*, su marca de tabaco, para encontrar la mejor publicidad posible. En el primer certamen celebrado en 1900 se citó únicamente a artistas argentinos, pero en la segunda edición se abrió una convocatoria en la que no importaba el país de origen de las propuestas. Quinientos cincuenta y cinco cartelistas de diversos países de Europa y América enviaron sus creaciones, que fueron posteriormente editadas en forma de revista y se expusieron en el Teatro Nacional de Buenos Aires, en la Sala Parés de Barcelona y en Olot, ciudad natal del magnate.

Gran parte de las obras procede del Museu de la Garrotxa, entidad coorganizadora y en la que los descendientes de Malagrida depositaron las versiones originales de los carteles. Entre los artistas catalanes que se animaron a

participar destaca Ramón Casas con *Montmartre*, donde aparece una de sus elegantísimas damas. Seguramente se trata de su musa Júlia Peraire, enmarcada por el perfil de la inconfundible colina parisina en la que el reconocido pintor y dibujante residió durante largas temporadas. Precisamente desde París envió Javier Gosé su *Romanesque*, que destaca de entre los competidores por su ambiente lúgubre y, a su vez, una utilización muy contrastada y viva del color. En cuanto a los concursantes italianos ocupa un lugar especial *Amor* del milanés Aleardo Villa, candidatura ganadora del segundo certamen, que a su vez sirve de cartel a la exposición con su sensual y decadente fumadora de cabellos azulados.

El tono de los carteles es de lo más diverso, mostrando el estilo y la personalidad de cada uno de los creadores: desde la alegría del portugués Pedro Ribera Dutaste, pasando por la sátira del argentino Cándido Villalobos, ganador del primer concurso, hasta llegar a las referencias mitológicas formuladas al óleo por el aragonés Luís Palao Ortubia. Una característica común en muchos de ellos es que los personajes que los pueblan con más frecuencia son los niños, para sorpresa y escándalo de la sociedad actual, y las mujeres. Resulta muy interesante que se haya aprovechado esta circunstancia para organizar parte de la exposición a modo de análisis sobre los distintos arquetipos femeninos que servían como reclamo publicitario en los albores de la sociedad de consumo, algunos de los cuales se mantienen en los anuncios actuales.

Es cierto que los carteles se han exhibido con cierta frecuencia en los últimos años y, de hecho, parte de la serie cuelga en los muros de las salas permanentes del Museu de la Garrotxa. Sin embargo, hay una buena selección de piezas complementarias, el material gráfico y textual es efectivo y accesible y, sobre todo, las obras destacan por su belleza y justifican por sí mismas la visita a la exposición.