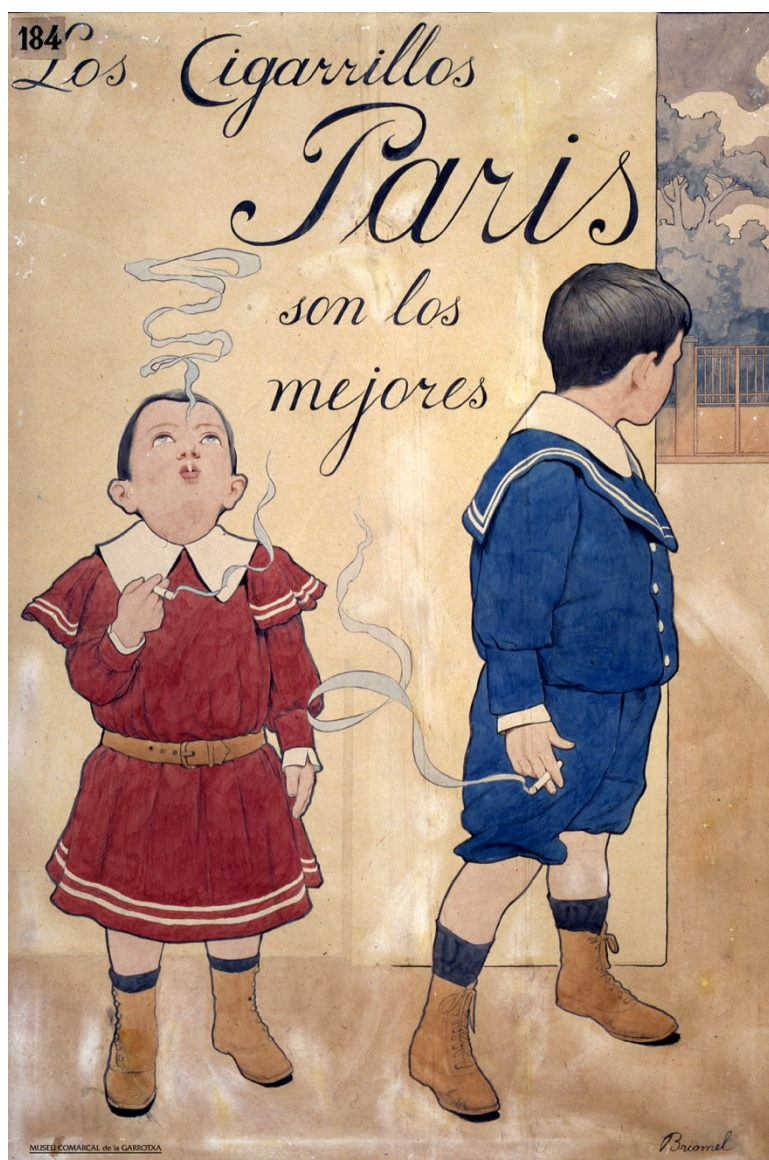




“CIGARRILLOS PARÍS I LA PUBLICITAT MODERNA”

EXPOSICIÓ A LA SALA OBERTA DEL MUSEU DE LA GARROTXA
DEL 5 DE SETEMBRE DE 2020 AL 10 DE GENER DE 2021





L'EXPOSICIÓ

En tan sols deu anys, Manuel Malagrida i Fontanet (Olot, 1864-Barcelona, 1946) va passar de no tenir un cèntim a posseir la indústria tabaquera més potent de l'Argentina. Però avui dia el recordem, sobretot, pels concursos dels "Cigarrillos París" i, a Olot, també per la ciutat-jardí.

El mig centenar d'originals pertanyents als concursos de cartells dels "Cigarrillos París", dipositats al Museu de la Garrotxa pels hereus de Manuel Malagrida, constitueix un dels llegats més significatius d'aquesta institució.

Per rememorar aquest fet, els cartells han estat exposats de manera conjunta diverses vegades: la primera, el 1985 i la penúltima, el 2013. Què hi té a dir de nou, doncs, la cinquena exposició basada en aquest llegat?

Coorganitzada pel Museu de la Garrotxa i la Fundació Vila Casas, l'exposició "Cigarrillos París i la publicitat moderna" se centra en el naixement del llenguatge publicitari al llindar del segle XX.

S'han agrupat alguns dels originals dels concursos dels "Cigarrillos París" a l'entorn d'elements recurrents –com les diverses tipologies de la figura femenina, la infància o la ciutat de París–, i tècnics –com el disseny tipogràfic–. I s'han acompanyat de dibuixos, olis, anuncis procedents de publicacions periòdiques i fins i tot cartells amb publicitat de paper de fumar, que comparteixen iconografia, tema o, fins i tot, autor.

Amb motiu de l'exposició, la Fundació Vila Casas ha editat un catàleg. La mostra es podrà veure també als Espais Volart de la Fundació Vila Casas, del 23 de setembre del 2021 al 2 de gener del 2022.





MANUEL MALAGRIDA I LA PUBLICITAT MODERNA

Manuel Malagrida va declarar, en una ocasió: “Sense publicitat, no hi ha negoci possible. L'èxit d'una marca depèn, en primer lloc, de la qualitat del producte, és clar! Però la publicitat, la publicitat és el tot. Somnio amb alguna cosa molt ianqui, molt rara, que la gent en parli, que meravelli...”

Aquesta filosofia va portar Malagrida, tot partint del no-res, a ser el principal fabricant de tabac de la República Argentina, amb dues factories i més de vint marques. A part dels concursos dels “Cigarrillos París”, i dels nombrosos premis i sortejos que incloïa en els paquets de tabac, va arribar a fer circular per l'Argentina carros de cavalls, l'un amb un bombo gegant i l'altre amb un canó. El soroll del timbal s'escoltava a cinc-cents metres de distància, i el canó disparava propaganda. Segurament Malagrida es va inspirar en l'industrial barceloní Miquel Escuder, fabricant de la primera màquina de cosir espanyola, a l'hora d'usar aquestes estratègies.

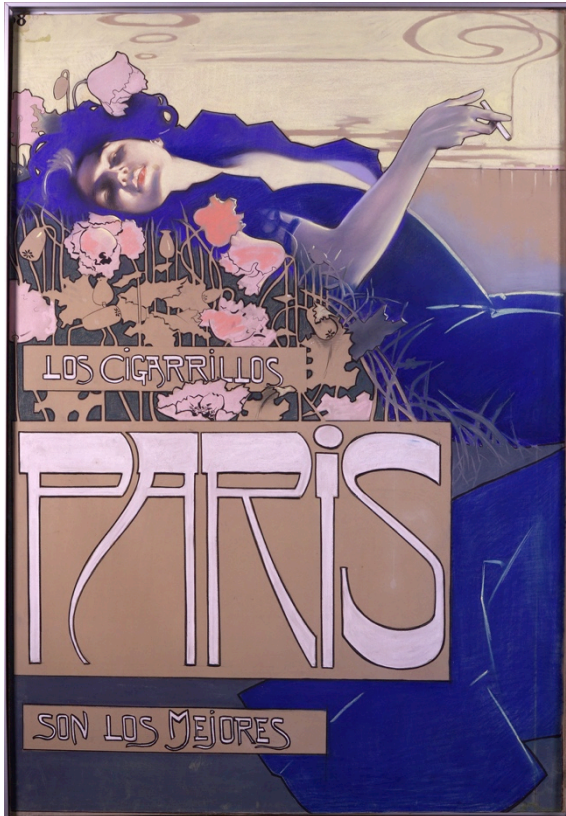
Manuel Malagrida va organitzar dos concursos de cartells per als “Cigarrillos París”. El primer, restringit a artistes residents a l'Argentina, va tenir lloc l'any 1900. Estava dotat amb 6.000 pesos, repartits en dotze premis. Tots els originals havien dur el lema: “Cigarrillos París – Tabaco Habano”. Els 111 cartells presentats es van exposar al Teatro Nacional de Buenos Aires i el cartell guanyador va ser imprès. També se'n va editar una revista.

El segon concurs va tenir lloc immediatament després, el 1901. Estava obert a tot el món, i es va encoratjar els millors artistes europeus a participar-hi. El lema havia de ser “Los Cigarrillos París son los mejores”. Aquesta vegada hi havia 25.000 francs francesos en premis, 10.000 per al guanyador. Segurament es tracta d'un dels concursos de cartells més ben dotats de la història. Hi van participar 555 artistes. També es va editar una luxosa revista amb reproduccions dels cartells a concurs. Els originals van ser exposats a Buenos Aires i, el 1902, a la Sala Parés de Barcelona; després, a la ciutat d'Olot. Actualment, al Museu de la Garrotxa es conserven 46 originals i alguns cartells impresos.



LA FIGURA FEMENINA I LA PUBLICITAT MODERNA

La mostra reflexiona sobre les dones que retraten alguns dels artistes als seus cartells.



Per una banda trobem a **la dona elegant**. Fumar era una activitat pràcticament restringida als homes, als quals estan adreçats els anuncis de “Cigarrillos París.” Per contra, la majoria d’aquests anuncis estan protagonitzats per dones; concretament, un tipus de dona jove, de figura estilitzada i rostre agradable, en edat de casar i elegantment abillada.

Les dones “elegants” són una subcategoria de les classes alta i mitjana-alta. La roba, els capells, les joies, els perfums que llueix una dona elegant estan inspirats en les tendències de la capital mundial de la moda, París.

Les “elegants” dels cartells de “Cigarrillos París” no acostumen a aparèixer dretes, sinó que seuen o es recolzen sobre un suport; estan fumant o encenent una cigarreta. Evidentment, no duen a terme cap tasca laboral. No són dones “reals”, són dones somiades.

Els dos únics cartells amb **dones pertanyents a classes populars** del segon concurs són obra del català Laureà Barrau i del portuguès Pedro Ribera Dutaste. Ambdós exposaven freqüentment a París, on el tema de la “manola” espanyola tenia molta demanda. Les dues obres mostren dones joves, amb un o més clavells al cap, camisa blanca, mocador de Manila sobre les espatlles i la imprescindible cigarreta encesa entre els dits.

En art, al menys fins a la irrupció d’Édouard Manet [1863], les dones despulades pertanyien a l’univers mitològic. Es fa estrany que una dona ensenyi els pits en un anunci de 1901, destinat a ser vist al carrer i no pas en un museu. Dues obres que van participar al concurs de Malagrida, retraten aquesta **dona mitològica**.

El cartell creat pel català Torquat Tasso i l’italià Antonio Vaccari mostra una dona nua, que sosté una dona vestida i la inscripció en llatí POST FATA RESURGAM, vinculada a la llegenda de l’au fènix, que reneix de les seves cendres. El fum sòlid de la cigarreta dota l’escena del to oníric necessari per associar erotisme, mort i resurrecció en un incomparable marc parisenc.

D’altra banda, l’oli de l’aragonès Luis Palao al·ludeix al famós rapte d’Europa, on la robusta princesa fenícia envia el fum de la seva cigarreta cap al musell de Zeus, transformat en brau. En la cultura occidental de principi del segle XX, el fet que una dona bufés fum de tabac al rostre d’un home era considerat un acte extremadament promiscu.

LA FIGURA MASCULINA



La majoria dels homes que apareixen en els cartells dels concursos de "Cigarrillos París" van vestits amb frac. Com l'extraordinari *Romanesque* [1901] de Xavier Gosé, enviat des de París, en el qual veiem un dandi que encén la seva cigarreta amb broquet en una làmpada.

Alguns dels cartells del primer concurs tracten el mateix tema: un home, vestit de manera elegant, fuma en un descans i endevina en el fum eteri imatges de seductores i sol·lícites dames.

Un gènere bastant cultivat en la publicitat de l'època era el de l'acudit.

INFANTS QUE FUMEN

Avui dia la publicitat de tabac està prohibida en tota la Unió Europea i la visió d'infants fumant en un cartell publicitari pot indignar. Però a principis del segle XX, aquesta imatge –tot i que el tabac estava reservat als adults– era vista amb simpatia, tendresa i complicitat.

El guanyador del primer concurs dels "Cigarrillos París" –que no es conserva– mostrava un nen nu fent fumar un rat-penat, fent honor a l'expressió argentina que diu "fumar como un murciélago" (en català, l'equivalent seria "fumar com una xemeneia").

Un d'aquests cartells mostra dos infants rics –ho sabem pels seus vestits–, fumant d'amagat dels adults. I en un altre hi ha un nen que juga a ser un artista bohemí, amb pinzell, cigarreta als llavis i boina blava, que suporta la riota dels seus companys.



ACTIVITATS COMPLEMENTÀRIES

El Museu de la Garrotxa organitza, en paral·lel a l'exposició, un seguit d'activitats gratuïtes complementàries per aprofundir en els cartells de Cigarrillos París i en la publicitat de principis del segle XX.

El programa està format per visites guiades a la mostra, converses i La Nit dels Museus.

CONVERSES AMB:

ARTISTES & PUBLICISTES: DE RAMON CASAS A JEFF KOONS

AMB DAVID CIRICI, MONTSE FRISACH I RICARD MAS.

Divendres 25 de setembre, 18 h, Museu de la Garrotxa

David Cirici és escriptor i director d'agència de publicitat, Montse Frisach és periodista i crítica d'art i Ricard Mas és historiador de l'art i el comissari de l'exposició.

Activitat organitzada amb la col·laboració de la residència FaberLlull.

"AIXÒ NO ÉS UNA PIPA". TIPOGRAFIA I ART CONTEMPORANI

Amb Enric Jardí, Domènec Moli, Jesús Galdón i Ricard Mas.

Dissabte 26 de setembre, 18 h, Museu de la Garrotxa

Enric Jardí és dissenyador gràfic, Domènec Moli és escriptor, impressor i crític d'art, Jesús Galdón és artista i Ricard Mas és historiador de l'art i comissari de l'exposició.

Activitat organitzada amb la col·laboració de la residència FaberLlull.

VISITES GUIADES A L'EXPOSICIÓ:

A càrrec de Ricard Mas, comissari de l'exposició.

Dissabte 24 d'octubre, 12 h

Dissabte 12 de desembre, 12 h

NIT DELS MUSEUS:

ESFUMAR

AMB EL COL·LECTIU NYAMNYAM

Dissabte 14 de novembre, de 19 a 22 h, Museu de la Garrotxa

El col·lectiu Nyamnyam ens proposa durant aquesta nit una visita amb audioguia a l'exposició. Ens conviden a fixar-nos en el fum d'aquests cartells; tot un món d'arquetips que s'han anat elevant fins als nostres dies.

CONTACTE DE PREMSA

Andreu Oliveras

972 27 27 77 / 630 66 55 61

Andreu.Oliveras@olot.cat



Ajuntament d'Olot

Institut de Cultura