

# ASOCIACIÓN UNIVERSITARIA DE MAYORES DE ALCALÁ

*05 de abril de 2018 12:00*

*Crónica de la visita al museo de la  
fundación CANAL por nuestro compañero  
José Luis Salas Oliván*



AUDEMA



## TOULOUSE-LAUTREC *y los placeres de la belle époque*



AUDEMA, como una más de sus profusas actividades culturales, ha programado una visita a la Fundación Canal para ver esta espléndida exposición sobre el artista francés, cuyos carteles –especialmente- se han convertido en iconos.

Toulouse-Lautrec es el símbolo de una época dichosa. Evoca la vida parisiense, de Montmartre, de sus cabarets, sus mujeres y sus placeres nocturnos. Ha conquistado la memoria colectiva de aquella época en la que el arte sufre una importante reforma, al hilo de los cambios producidos en la sociedad –especialmente en la urbana- por la revolución industrial.

Lautrec se impregna del espíritu de la época y de las tendencias innovadoras, haciendo de la creación gráfica y del cartel algo novedoso, arte.

Le presta una atención comparable a la que dedica a sus pinturas, añadiéndoles valor con la consideración de la calle, de los transeúntes, para lo que utiliza unos contornos lineales precisos, claros esquemas de colores y composiciones y encuadres originales que plasmará en una tipografía concebida a ese fin.



La nueva mentalidad, más abierta y hedonista, propició el disfrute de nuevos placeres al alcance de mayor número de ciudadanos. Los cambios sociales afectaron al arte, la literatura, los espectáculos y los usos sociales, tal como se puede apreciar en esta exposición en la Fundación Canal que reúne una de las dos únicas colecciones completas que existen de los carteles de Lautrec, procedentes del Musée d'Ixelles, Bruselas, compuesta de 65 obras, 33 de Lautrec y otros de importantes artistas coetáneos como Alfons Mucha o Jules Cheret.

Jane Avril. Jardin de Paris. 1893. Dinamismo, “baila como una orquídea en delirio” (Maurice Joyant). Capta el frenesí que la poseía mientras bailaba, rostro pálido por el esfuerzo, ojos cerrados a medias, éxtasis. Aparece un solo músico, con el contrabajo.

## LOS PLACERESde la noche. *El cabaret parisién*



El aire de modernidad de París, consecuencia de la industrialización, la explosión demográfica y la efervescencia urbana, se refleja en la aparición, a finales del s. XIX, de numerosos cabarets y cafés-conciertos que exhiben espectáculos audaces y humorísticos a tono con el espíritu de libertad de ese periodo.

Cantautores como Aristide Bruant, cantantes y bailarinas como Jane Avril, son las estrellas con sus canciones corrosivas y sus bailes libertinos. Actúan en locales como Chat Noir, Moulin Rouge, Les Folies Bergères, etc., símbolos de la época.

Moulin Rouge. La Goulue, 1891, Primer cartel tras recibir el encargo de un póster para el Moulin Rouge. La Goulue, célebre bailarina de cabaret y Valentín “Le Désossé”, de perfil. Figura en rotación que dinamiza la composición, éxito inmediato.

## LOS PLACERES *de los escenarios*

Desde Napoleón III el teatro era una “libre empresa”, por lo que en el París de la belle-époque proliferaron teatros y salas de espectáculos de todo tipo.

Los templos de la cultura erudita eran la Comédie-Française, el Odéon, la Opéra-Comique o la Opéra Garnier, pero se crean otras salas más pequeñas como el Théâtre de la Renaissance, el del Capucines, el Antoine o el Marigny.

El teatro entra en la conversación habitual y las mujeres copian los trajes de las actrices.



## LOS PLACERES *literarios y artísticos*



La aspiración modernista de la sociedad de finales del s. XIX y principios del XX queda reflejada en la efervescencia artística y literaria, nuevas fuerzas dinámicas, individuales o colectivas, que cuestionan el arte clásico academicista y proponen alternativas de vanguardia.

Los impresionistas alteran la forma de hacer las cosas y revitalizan la mirada sobre el mundo, la visión modernista se extiende por todas las ramas del arte. La difusión de todas estas expresiones vive un gran auge, la vida literaria y artística alcanza una popularidad inédita, el arte ya no es exclusivo de las capas altas de la sociedad.

Los carteles promocionan publicaciones, periódicos, obras teatrales, ferias de arte, etc.

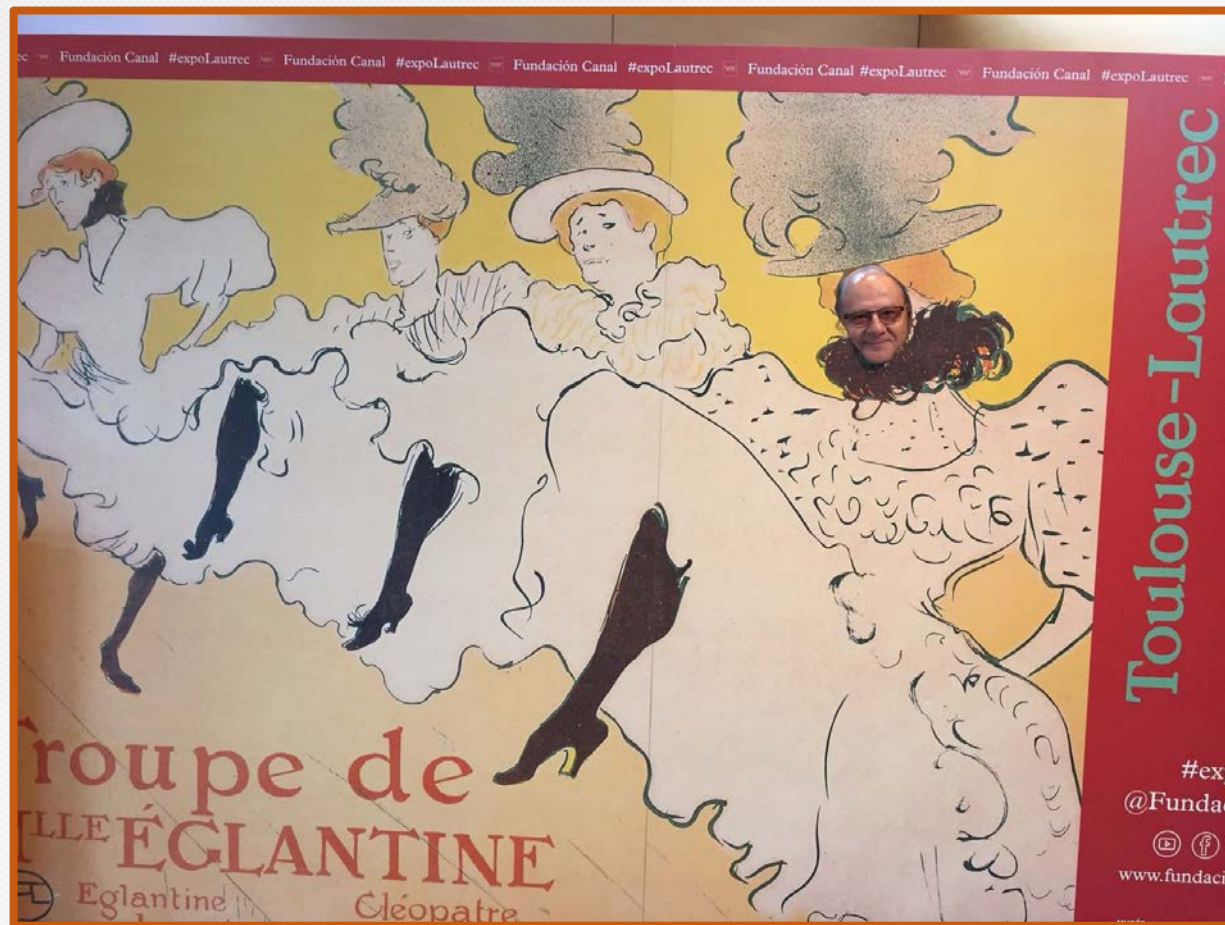
## LOS PLACERES modernos. *El consumo*

La industrialización trajo como consecuencia una auténtica explosión en el consumo debido al gran desarrollo del comercio, al auge de los grandes almacenes, el desarrollo del crédito, el crecimiento de los asalariados y el nacimiento de las ligas de consumidores.

Multitud de objetos y bienes, gran parte nuevos, comienzan a venderse a gran escala, naciendo la sociedad de consumo, y el cartel publicitario se convierte en un medio adecuado para promocionarlos sin dejar de ser plenamente artístico, condición necesaria para su éxito.

La figura de la mujer se convierte en un eficaz reclamo, en una eficaz estrategia comercial.





Tenemos un infiltrado

Gracias José Luis por tu crónica

Un Abrazo

AUDEMA