



Fundación "la Caixa"

MUSEU
NACIONAL
D'ART DE
CATALUNYA

LOS ORÍGENES DEL
CARTELES DE LA VIDA MODERNA
ARTE PUBLICITARIO



CaixaForum Sevilla

Del 21 de septiembre de 2021 al 16 de enero de 2022



Una exposición muestra los orígenes del arte publicitario en la transición de los siglos XIX al XX a través de la evolución de los carteles litográficos

CaixaForum Sevilla descubre la edad de oro del cartel moderno

- La exposición *Carteles de la vida moderna. Los orígenes del arte publicitario*, comisariada por Ricard Bru, narra cómo alrededor del 1900, en el período de entresiglos, el cartel publicitario se convirtió en un poderoso medio de comunicación de masas y a su vez en obra de arte. Todo ello en el marco de una época de gran transformación social, cultural y estética, considerada el inicio de la modernidad.
- Se exponen 138 piezas de artistas, tanto españoles como internacionales, de la talla de Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec, Ramon Casas, Alexandre de Riquer, Joaquín Sorolla, Théophile A. Steinlen, John Hassall, Santiago Rusiñol o Antoni Utrillo. Estos autores plasmaron en los carteles los grandes cambios de la sociedad moderna en temáticas como el papel de la mujer, el auge de la publicidad, la industrialización y el consumo, la preocupación por la salud, las nuevas aficiones o la vida nocturna.
- La exposición se conforma de una selección muy cuidada del valioso fondo histórico de carteles del Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), museo barcelonés de donde proceden la mayoría de las piezas incluidas, además de algunos préstamos de centros y colecciones públicos y privados. Ésta es una colaboración más entre el MNAC y la Fundación "la Caixa", que desde hace años trabajan conjuntamente en proyectos expositivos y artísticos.
- La muestra estrena su itinerancia en CaixaForum Sevilla, donde se verá del 21 de septiembre de 2021 al 16 de enero de 2022, y posteriormente viajará a CaixaForum Lleida.

Carteles de la vida moderna. Los orígenes del arte publicitario. Fechas: Del 21 de septiembre de 2021 al 16 de enero de 2022. **Concepción y producción:** Fundación "la Caixa" y MNAC. **Comisariado:** Ricard Bru. **Lugar:** CaixaForum Sevilla (Centro Comercial Torre Sevilla C/ López Pintado, s/n)



Sevilla, 21 de septiembre de 2021. El director corporativo del Área de Cultura y Ciencia de la Fundación "la Caixa", **Ignasi Miró**; el conservador jefe del Gabinete de Dibujos y Grabados del Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), **Francesc Quílez**; el director de CaixaForum Sevilla, **Moisés Roiz**, y el comisario **Ricard Bru** han presentado hoy en CaixaForum Sevilla la exposición *Carteles de la vida moderna. Los orígenes del arte publicitario*. Se trata de una muestra concebida conjuntamente entre la Fundación "la Caixa" y el Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), que descubre los orígenes del cartel artístico moderno como obra de arte y como reclamo publicitario en el marco de la sociedad en transformación alrededor del 1900. La exposición se nutre mayoritariamente del valioso fondo de carteles históricos del MNAC, además de préstamos de otras colecciones y museos. El recorrido incluye 138 piezas de artistas nacionales e internacionales de la talla de **Henri de Toulouse-Lautrec, Alphonse-Marie Mucha, Jules Chéret, Ramon Casas, Alexandre de Riquer, Joaquín Sorolla, Théophile A. Steinlen, John Hassall, Adolf Hohenstein, Santiago Rusiñol y Antoni Utrillo**, entre otros.

Carteles de la vida moderna, comisariada por Ricard Bru, estrena su itinerancia en Sevilla, donde se podrá ver hasta el 16 de enero de 2022, para posteriormente viajar a otros centros CaixaForum, inicialmente en Lleida, y después, Tarragona y Girona. Se trata de una oportunidad única de contemplar un conjunto de carteles históricos de gran calidad que son el testimonio de los cambios sociales, estéticos, industriales y de costumbres del período entre los siglos XIX y XX, en definitiva, del inicio de la modernidad.

El cartel publicitario inundó las calles de Europa y Estados Unidos de las grandes ciudades para anunciar productos de todo tipo (de alimentación, nuevos inventos, etc), pero también de locales de ocio y espectáculo, como un símbolo indiscutible de la vida moderna y urbana y del inicio de la cultura de masas. La calidad y exquisitez artística de estas piezas se debe al hecho de que pintores e ilustradores importantes de la época se apuntaron a la realización de carteles con un lenguaje artístico innovador, así como al desarrollo de nuevas técnicas de desarrollo de nuevas técnicas de reproducción litográfica

Un total de 92 obras del conjunto de la exposición provienen del fondo de carteles del MNAC, cuyo Gabinete de Dibujos y Grabados dispone de varios centenares de carteles históricos, procedentes, sobre todo, de las adquisiciones de las antiguas colecciones Plandiura (1903) y Riquer (1921). Por razones de conservación y de espacio, en el museo barcelonés solo se expone una parte muy reducida de este fondo.



Además, del MNAC, la exposición se completa con obras de nueve prestadores más públicos y privados: la Colección Marc Martí, la Colección Anglada Camarasa de la Fundación "la Caixa", el Museo de Bellas Artes de Bilbao, el Museu d'Història de la Medicina de Catalunya, el Museu Nacional de la Ciència i la Tècnica de Catalunya, el Museu del Cinema-Col·lecció Tomàs Mallol de Girona, el Museu de les Arts Escèniques-Institut del Teatre, el Museo Frederic Marès y una colección particular. Con motivo de esta exposición, se han restaurado 56 de los carteles incluidos en la muestra, tanto del MNAC como de otras colecciones, algunos de los cuales son totalmente inéditos para el público. De los carteles del MNAC, un total de 22 han sido restaurados por especialistas externos bajo la supervisión del museo, y su coste financiado por la Fundación "la Caixa"; mientras que 23 han sido intervenidos por el equipo del Área de Restauración y Conservación Preventiva del Museu Nacional d'Art de Catalunya.

La muestra ha sido concebida y producida conjuntamente entre la Fundación "la Caixa" y el Museu Nacional d'Art de Catalunya, dos instituciones que desde hace años colaboran de la mano en diversos proyectos expositivos y artísticos, como, por ejemplo, las exposiciones *Tiempo de ensoñación: Andalucía en el imaginario de Fortuny* (que se pudo ver en CaixaForum Sevilla en otoño de 2017), *Azul. El color del modernismo* y *Ramon Casas. La modernidad anhelada*, además de los trabajos de restauración y musealización del ábside de la iglesia románica de Sant Climent de Taüll.

Recorrido de la exposición

Al contrario que otras exposiciones anteriores sobre cartelismo que se han enfocado desde el punto de vista histórico o cronológico, *Carteles de la vida moderna* pretende ofrecer una panorámica transversal de la época dorada del cartelismo. El recorrido se centra en **la representación de la vida moderna en la sociedad del 1900, a través de sus carteles**. En cierta manera, los carteles históricos nos informan de los cambios de costumbres y estéticos de la sociedad alrededor del 1900.

En los siete ámbitos de la exposición se combina la presentación de la técnica de la litografía con otros aspectos como el papel de la mujer como musa y como objeto de atracción publicitaria, la influencia en el cartel moderno de la estampa japonesa, el arte en la calle o temas que impactaron en la vida cotidiana de esa época como el progreso de la ciencia y de la técnica, la importancia de la prensa periódica, los libros, el culto a la moda, la salud y la enfermedad, las fiestas, el deporte, los viajes o la vida nocturna.



Este paseo por el mundo de entresiglos a través del cartel incluye algunos de los momentos fundamentales de la historia del cartelismo de la mano de los principales autores de Europa y EE.UU. El francés **Jules Chéret**, considerado como el padre del cartel artístico moderno, creó un cartel icónico para anunciar el emblemático local parisino Moulin Rouge, así como hasta un millar de carteles que anunciaban desde lámparas de petróleo hasta bebidas alcohólicas. **Toulouse-Lautrec**, cliente habitual del Moulin Rouge, fue otro de los artistas que realizaron carteles para anunciar el local. Una fotografía muestra como el pintor y J.Oller, cofundador de la sala, contemplan el cartel más famoso de Chéret. De **Toulouse-Lautrec**, se expone el único cartel de los 31 que produjo el artista, presente en colecciones públicas españolas, que dedicó a la cantante irlandesa May Belfort, una de las modelos habituales del pintor. Éste forma parte de la colección del Museu Nacional d'Art de Catalunya.

El cartel moderno suscitó rápidamente un gran interés por toda Europa entre galeristas y coleccionistas. En 1896, en la sala Parés de Barcelona, tuvo lugar la primera gran exposición de carteles en España, con obras de **Toulouse-Lautrec, Chéret, Beardsley** o **Hassall**. Esta y otras exposiciones posteriores - como la primera exposición de carteles catalanes impulsada por la revista *Pèl & Ploma* y organizada por **Alexandre de Riquer** en 1899-, fueron el germen de las colecciones de Lluís Plandiura y del mismo Riquer, que actualmente se conservan en el MNAC. Un cartel de Riquer ganó en 1895 el concurso para anunciar la 3ª Exposición de Bellas Artes e industrias Artísticas de Barcelona, considerado el primer cartel modernista catalán.

En la exposición, se puede ver como los carteles artísticos servían para anunciar todo tipo de productos, fruto del auge de la industrialización y el consumo, tanto de alimentación como de moda, tabaco o alcohol. Dos industrias catalanas, Anís del Mono y Codorniu, organizaron los primeros concursos importantes de carteles. En 1898 **Ramon Casas** ganó el primer premio de Anís del Mono con el icónico cartel *Mono y mona*. A nivel internacional, la empresa Cigarrillos París, en Buenos Aires, también organizó un concurso en 1901 que ganó el artista italiano **Aleardo Villa** (el tercer premio fue para Casas).

Los carteles artísticos también fueron testigos de los cambios de costumbres de la época, como el veraneo y el turismo. Un cartel de **Joan Llaverías** de 1901 anuncia el Grand Hôtel de Palma (actualmente sede de CaixaForum Palma, edificio modernista de Lluís Domènech i Montaner). El arte del cartel también fue crucial para difundir espectáculos y acontecimientos diversos.



La figura de la mujer, tanto como musa o siendo objeto erótico o una *femme fatale*, protagoniza numerosos de los carteles de la exposición. **Théophile Alexandre Steinlen**, uno de los grandes cartelistas internacionales presente en la exposición, retrató aspectos oscuros como la esclavitud sexual para un cartel que publicitaba la novela *La trata de blancas*, de Dubut de Laforest. **Ramon Casas** utiliza la figura de una mujer, rodeada de símbolos sobre la pureza perdida y sobre la enfermedad, para alertar sobre los peligros de la sífilis.

La exposición también analiza aspectos como la influencia y el impacto del japonismo en el cartelismo occidental, no solo por lo que se refiere a aspectos estéticos, sino porque muchos pasquines con fines publicitarios se empezaron a producir sobre papeles policromos importados de Japón, xilografías japonesas pensadas para la publicidad occidental.

Además de carteles, la exposición también incluye dibujos originales, fotografías, libros, objetos de la época como un cinematógrafo, una lámpara eléctrica y una bicicleta, y algunas de las primeras películas de los **Lumière** que ayudan a contextualizar esta edad de oro del cartel artístico moderno, y aportan ritmo a la muestra.

TEXTOS DE SALA

Introducción

El arte del cartel surgió en Europa y Estados Unidos en el último cuarto del siglo XIX y se hizo presente y omnipresente en las grandes ciudades para anunciar la vida moderna y, de manera indirecta, desafiar la tradición académica del arte. A partir del éxito de los carteles publicitarios de Jules Chéret, este nuevo medio se convirtió en una de las formas de expresión artística más idiosincráticas y representativas del arte de 1900. El cartel moderno, colgado y expuesto en la calle de manera efímera, se convirtió, al mismo tiempo, en un reflejo de las innovaciones artísticas y en espejo de las inquietudes y los gustos de la sociedad urbana, industrial y moderna, del cambio de siglo.

Esta exposición parte principalmente del fondo de carteles históricos del Museu Nacional d'Art de Catalunya con el objetivo de mostrar la eclosión del cartelismo, una forma de arte nueva que, surgida a partir de los avances tecnológicos, permitió llegar al gran público para promocionar y anunciar desde los productos más recientes y los próximos acontecimientos hasta las ideologías contemporáneas. Así, los primeros carteles artísticos, nacidos como reclamo



publicitario y creados por algunos de los artistas de más renombre de su tiempo, sirvieron para proclamar a gran escala la llegada de la vida moderna y el comienzo de un nuevo siglo.

El arte de la calle: el cartel moderno

El cartel artístico tenía una función eminentemente práctica: su intención era convertir los muros neutros de las ciudades en paredes hablantes, en pantallas estáticas pero llenas de color y capaces de comunicar, de promocionar y anunciar, apelando a los deseos y a las necesidades de los viandantes. A diferencia de las artes asociadas a la academia, principalmente la pintura y la escultura, el cartel tenía el poder de llegar a toda la población. Era un medio de comunicación de masas de gran impacto social, destinado a un público anónimo y heterogéneo y, por tanto, capaz de democratizar las nuevas formas del arte moderno en todas partes y sin discriminación.

El arte de la calle, en palabras del crítico de arte Raimon Casellas, se convirtió en el reflejo de un tiempo nuevo y, en última instancia, transformó este espacio en un gran escaparate no solo de la modernidad, sino también de las aportaciones, las innovaciones y las contradicciones del arte y de la sociedad de consumo de 1900.

Muros que hablan

Los carteles modernos competían en la calle por destacar los unos sobre los otros, querían atraer la mirada, impactar, persuadir y comunicar de manera clara, sintética, precisa, directa y rápida. ¿Cómo conseguirlo? Con el arabesco, con el uso de diagonales y de las líneas sinuosas del art nouveau, con las manchas cromáticas contrastadas, con las composiciones japonizantes, con las formas simplificadas, con la omnipresente presencia femenina... Los artistas del cambio de siglo utilizaron todos los recursos formales a su alcance para conseguir su objetivo y para convertir sus carteles en un «grito» pegado a la pared.

En torno al cartelismo

El nacimiento del arte publicitario del cartel moderno generó un fulgurante fenómeno desconocido hasta el momento. Durante la década de 1890, los concursos, las exposiciones, la venta, el estudio y el coleccionismo de carteles se extendieron por Europa y Estados Unidos y dieron pie a la aparición de un nuevo mercado internacional, basado tanto en la compraventa y el intercambio



de carteles modernos, como en la aparición de estudios, de revistas y de publicaciones especializadas.

La revolución litográfica: una técnica para un fin

Aunque los anuncios públicos impresos tienen una larga historia, el cartel tal como lo entendemos hoy en día, es decir, una impresión en color y de gran formato pegada en un soporte específico o en una pared en la calle, no apareció hasta el siglo XIX. El surgimiento de la litografía a finales del siglo XVIII, su difusión a color hacia mediados del siglo XIX y el uso de la plancha de zinc, más ligera y manejable que las grandes piedras litográficas, revolucionaron el mundo del cartel, que pasó de los primeros diseños tipográficos (solo con texto impreso) a las composiciones figurativas, originales y polícromas, del cambio de siglo. Así, durante el último cuarto del ochocientos, el desarrollo industrial y las demandas de este nuevo medio publicitario de comunicación masiva provocaron la euforia cartelista y permitieron que las artes gráficas viviesen una época dorada.

La estampa japonesa: la modernidad de Japón

A partir de la década de 1860, el descubrimiento del arte japonés dio pie a la aparición del japonismo, un fenómeno de atracción e inspiración que ayudó a transformar y modernizar las artes de fin de siglo y el cartelismo en particular. Los colores vivos, las siluetas contrastadas, los contornos claros y definidos, así como las perspectivas, los puntos de vista, las temáticas y los encuadres originales son algunos de los elementos característicos del arte de la estampa japonesa, que contribuyó a inspirar nuevas formas artísticas de fácil lectura, capaces de anunciar y de comunicar con éxito en la calle.

Musa y objeto. La mujer como reclamo

El cartel artístico moderno basó gran parte de su iconografía en la imagen de la mujer —como musa y como objeto—, que se convirtió en un importante estímulo erótico para atraer al espectador. La mujer, mística, sensual, elegante, misteriosa, alegre, enferma o melancólica, está presente en la mayoría de los carteles del cambio de siglo para servir como reclamo publicitario, para anunciar y vender desde espectáculos hasta toda clase de bienes de consumo. Sin embargo, al mismo tiempo, algunos carteles comenzaron a mostrar las nuevas funciones de la mujer, que luchaba por emanciparse y conseguir una voz propia.



Anunciar la vida moderna

Al principio, los carteles se centraron en anunciar acontecimientos, sobre todo lúdico-culturales. Pero a finales de siglo, el contexto urbano e industrial en el que la industria litográfica se desarrollaba convirtió el arte del cartel en uno de los principales medios de propaganda y de publicidad de la sociedad de consumo. El cartel moderno llenó los muros de la ciudad rápidamente para anunciar las novedades comerciales de la época y se convirtió en un claro reflejo de la vida moderna. El anuncio de espectáculos y exposiciones, de actos públicos, publicaciones, deportes, de oferta turística, así como de todo tipo de nuevos productos alimenticios, de higiene, moda, automoción, ciencia o industria convirtieron el cartel en el primer mass media y en un espejo de los deseos y de las necesidades de la sociedad de 1900.

Planificación de la visita

Con el objetivo de facilitar el acceso a los visitantes y mejorar su experiencia, el centro les recomienda planificar su visita previamente a través de la reserva o la adquisición de entradas mediante la página web. Desde la página de CaixaForum Sevilla, los visitantes podrán conocer la disponibilidad de entradas por franja horaria y canalizar su petición. De este modo, se garantizarán el acceso a la sala, actualmente con capacidad limitada debido a las medidas de seguridad.



ACTIVIDADES EN TORNO A LA EXPOSICIÓN

CONFERENCIA A CARGO DEL COMISARIO: CARTELES DE LA VIDA MODERNA

Miércoles 22 de septiembre de 2021, 19 h

El comisario de *Carteles de la vida moderna. Los orígenes del arte publicitario*, **Ricard Bru**, introducirá la exposición y su conceptualización. La muestra se centra en los cambios de la sociedad moderna europea a través del arte del cartelismo durante el período de entre los siglos XIX y XX.

Ricard Bru es Doctor en Historia del Arte y profesor del Departamento de Arte y Musicología de la Universitat Autònoma de Barcelona. Especializado en el arte de los siglos XIX y XX, ha comisariado varias exposiciones, entre las que destacan "Imágenes Secretas. Picasso y la estampa erótica japonesa" (Museu Picasso, 2009), "Japonismo. La fascinación por el arte japonés" (CaixaForum Barcelona-Madrid, 2013) y "Los colores del fuego. Hamada & Artigas" (Museu Nacional d'Art de Catalunya, 2021). Ha publicado libros como *Erotic Japonisme* (Leiden, 2013) y numerosos artículos y capítulos de libros sobre arte de los siglos XIX y XX, y especialmente sobre japonismo y el tiempo del modernismo, tanto de divulgación como de investigación. Asimismo, ha dado numerosas conferencias tanto en el país como en el extranjero, a instituciones como The British Museum de Londres, el Van Gogh Museum de Amsterdam, el Institut National des Langues et Civilisations Orientales de París, el Museo Nacional del Prado de Madrid o bien los Museos Nacionales de Tokio.

VISITA EN FAMILIA: MIRA, DESEA, COMPRA

Del 22 de septiembre de 2021 al 16 de enero de 2022

Únete a una visita especialmente pensada para familias que incluye un recorrido por la exposición y actividades participativas dentro del espacio expositivo. Conducidas por un/a educador/a, las visitas se basan en un tema principal de la exposición que se desarrolla en torno a las obras expuestas.

*Actividad recomendada para familias con niños y niñas a partir de 8 años.

HORARIOS

Septiembre:

Sábados, a las 11 h

De octubre de 2021 a enero de 2022:

Sábados, a las 12 y 18 h

Domingos, a las 13 h



VISITA COMENTADA: CARTELES DE LA VIDA MODERNA

Del 22 de septiembre de 2021 al 16 de enero de 2022

La visita está dirigida por un/a educador/a que, a partir del diálogo con los participantes, presenta los temas claves de la exposición, los contextualiza y resuelve las posibles dudas o preguntas que puedan surgir.

HORARIOS

Septiembre:

Jueves y sábados, a las 19 h

De octubre de 2021 a enero de 2022:

Jueves y domingos, a las 17:30 h

Sábados, a las 19 h

La visita está dirigida por un/a educador/a que, a partir del diálogo con los participantes, presenta los temas claves de la exposición, los contextualiza y resuelve las posibles dudas o preguntas que puedan surgir.

SERVICIO DE EDUCACIÓN

Habrá un educador en sala a disposición del público para cualquier duda o comentario sobre la exposición. Servicio gratuito incluido con la entrada

Horario: De lunes a miércoles, de 17.30 a 19.30 h; jueves y viernes, de 11 a 13 h y de 17.30 a 19.30 h; y fines de semana, de 11 a 14 h y de 17.30 a 19.30 h.

Reserva previa en: 955394302

a través de la web de Caixaforum <https://caixaforum.org/es/sevilla>

***Debido a la situación sanitaria actual, es importante consultar y confirmar los horarios relativos a todas las actividades a través de la página web.**



Fundación "la Caixa"

MUSEU
NACIONAL
D'ART DE
CATALUNYA

- Dossier de prensa

Carteles de la vida moderna.

Los orígenes del arte publicitario

Del 21 de setiembre de 2021 al 16 de enero del 2022

CaixaForum Sevilla

Centro Comercial Torre Sevilla C/ López Pintado, s/n
41092 Sevilla
Tel. 955 657 611 - 955 657 612

Horario

De lunes a domingo y festivos, de 10 a 20 h

Servicio de Información de la Fundación "la Caixa"

Tel. 900 223 040
De lunes a domingo, de 9 a 20 h

Venta de entradas

Las entradas a las exposiciones y a las actividades se podrán adquirir en las taquillas de CaixaForum y a través de la web www.CaixaForum.org

Área de Comunicación de la Fundación "la Caixa"

Cristina Font: 608 582 301 / cristina.font@fundaciolacaixa.org

Sala de Prensa: <https://prensa.fundacionlacaixa.org/es/>

 @ FundlaCaixa @CaixaForum #CartelesVidaModernaCaixaForum