



L'exposició mostra els orígens de l'art publicitari en la transició entre els segles XIX i XX a través de l'evolució dels cartells litogràfics

## CaixaForum Sevilla descobreix l'edat d'or del cartell modern

- L'exposició *Cartells de la vida moderna. Els orígens de l'art publicitari*, comissariada per Ricard Bru, narra la manera en què, cap a l'any 1900, en el període d'entresegles, el cartell publicitari es va convertir en un poderós mitjà de comunicació de masses i, a la vegada, en una obra d'art. Tot això, en el marc d'una època de gran transformació social, cultural i estètica, considerada l'inici de la modernitat contemporània.
- S'hi exposen 138 peces d'artistes, tant espanyols com internacionals, de la talla de Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec, Ramon Casas, Alexandre de Riquer, Joaquim Sorolla, Théophile A. Steinlen, John Hassall, Santiago Rusiñol o Antoni Utrillo. Aquests autors van plasmar en els seus cartells els grans canvis de la societat moderna en temàtiques com el paper de la dona, l'auge de la publicitat, la industrialització i el consum, la preocupació per la salut, les noves aficions o la vida nocturna.
- L'exposició està constituïda per una selecció molt cuidada del valuós fons històric de cartells del Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), museu barceloní d'on procedeixen la majoria de peces incloses, a banda d'alguns préstecs de centres i col·leccions públics i privats. Aquesta és una col·laboració més entre el MNAC i la Fundació "la Caixa", que des de fa anys treballen conjuntament en projectes expositius i artístics.
- La mostra estrena la itinerància a CaixaForum Sevilla, on es veurà del 21 de setembre de 2021 al 16 de gener de 2022, i posteriorment viatjarà a CaixaForum Lleida.

---

**Cartells de la vida moderna. Els orígens de l'art publicitari. Dates:** Del 21 de setembre de 2021 al 16 de gener de 2022. **Concepció i producció:** Fundació "la Caixa" i MNAC. **Comissariat:** Ricard Bru. **Lloc:** CaixaForum Sevilla (Centro Comercial Torre Sevilla, c/ López Pintado, s/n)



**Sevilla, 21 de setembre de 2021.** El director corporatiu de l'Àrea de Cultura i Ciència de la Fundació "la Caixa", **Ignasi Miró**; el conservador en cap del Gabinet de Dibuixos i Gravats del Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), **Francesc Quílez**; el director de CaixaForum Sevilla, **Moisés Roiz**, i el comissari **Ricard Bru** han presentat avui a CaixaForum Sevilla l'exposició *Cartells de la vida moderna. Els orígens de l'art publicitari*. Es tracta d'una mostra concebuda conjuntament per la Fundació "la Caixa" i el Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), que descobreix els orígens del cartell artístic modern com a obra d'art i com a reclam publicitari en el marc de la societat en transformació dels voltants del 1900. L'exposició es nodreix, en gran part, del valuós fons de cartells històrics del MNAC i, a més, de préstecs d'altres col·leccions i museus. El recorregut inclou 138 peces d'artistes nacionals i internacionals de la talla d'**Henri de Toulouse-Lautrec, Alphonse-Marie Mucha, Jules Chéret, Ramon Casas, Alexandre de Riquer, Joaquim Sorolla, Théophile A. Steinlen, John Hassall, Adolf Hohenstein, Santiago Rusiñol i Antoni Utrillo**, entre d'altres.

*Cartells de la vida moderna*, comissariada per Ricard Bru, estrena la itinerància a Sevilla, on es podrà veure fins al 16 de gener de 2022, i viatjarà després a altres centres CaixaForum, inicialment a Lleida, i a continuació a Tarragona i a Girona. Es tracta d'una oportunitat única de contemplar un conjunt de cartells històrics de gran qualitat que són el testimoni dels canvis socials, estètics, industrials i de costums del període d'entre els segles XIX i XX, en definitiva, de l'inici de la modernitat contemporània.

**El cartell publicitari va inundar els carrers de les grans ciutats d'Europa i dels Estats Units per anunciar productes de tot tipus** (alimentació, nous invents, etc.), però també locals d'oci i espectacle, com un símbol indiscutible de la vida moderna i urbana, i de l'inici de la cultura de masses. La qualitat i l'exquisidesa artística d'aquestes peces és deuen al fet que pintors i il·lustradors importants de l'època es van apuntar a l'execució de cartells amb un llenguatge artístic innovador, com també al desenvolupament de noves tècniques de reproducció litogràfica.

Un total de 92 obres del conjunt de l'exposició provenen del fons de cartells del MNAC, en concret, del Gabinet de Dibuixos i Gravats, el qual disposa de diversos centenars de cartells històrics, procedents sobretot de les adquisicions de les antigues col·leccions Plandiura (1903) i Riquer (1921). Per raons de conservació i d'espai, al museu barceloní només s'hi exposa una part molt reduïda d'aquest fons.



A banda del fons del MNAC, l'exposició es completa amb obres de nou prestadors públics i privats més: la Col·lecció Marc Martí, la Col·lecció Anglada-Camarasa de la Fundació "la Caixa", el Museu de Belles Arts 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 Museu Frederic Marès i una col·lecció particular. Amb motiu d'aquesta exposició, s'han restaurat 56 dels cartells inclosos en la mostra, tant del MNAC com d'altres col·leccions, alguns dels quals són totalment inèdits per al públic. Dels cartells del MNAC, un total de 22 han estat restaurats per especialistes externs sota la supervisió del museu i amb el finançament de la Fundació "la Caixa", mentre que 23 ha estat intervinguts per l'equip de l'Àrea de Restauració i Conservació Preventiva del Museu Nacional d'Art de Catalunya.

La mostra ha estat concebuda i produïda conjuntament per la Fundació "la Caixa" i el Museu Nacional d'Art de Catalunya, dues institucions que des de fa anys col·laboren en diversos projectes expositius i artístics, com per exemple les exposicions *Temps de somni: Andalusia en l'imaginari de Fortuny* (que es va poder veure a CaixaForum Sevilla la tardor del 2017), *Blau. El color del modernisme* i *Ramon Casas. La modernitat anhelada*, a més dels treballs de restauració i museïtzació de l'absis de l'església romànica de Sant Climent de Taüll.

### Recorregut de l'exposició

---

A diferència d'altres exposicions anteriors sobre cartellisme que s'han enfocat amb un punt de vista històric o cronològic, *Cartells de la vida moderna* pretén oferir una panoràmica transversal de l'època daurada del cartellisme. El recorregut se centra en **la representació de la vida moderna en la societat del 1900 a través dels seus cartells**. En certa manera, els cartells històrics ens informen dels canvis de costums i estètics de la societat del canvi de segle.

En els set àmbits de l'exposició es combina la presentació de la tècnica de la litografia amb altres aspectes, per exemple, el paper de la dona com a musa i com a objecte d'atracció publicitària, la influència de l'estampa japonesa en el cartell modern, l'art al carrer o temes que van impactar en la vida quotidiana d'aquesta època, com el progrés de la ciència i de la tècnica, la importància de la premsa periòdica, els llibres, el culte a la moda, la salut i la malaltia, les festes, l'esport, els viatges o la vida nocturna.



Aquest passeig pel món d'entresigles a través del cartell inclou alguns dels moments fonamentals de la història del cartellisme per mitjà dels principals autors d'Europa i els Estats Units. El francès **Jules Chéret**, considerat el pare del cartell artístic modern, va crear un cartell icònic per anunciar l'emblemàtic local parisenc Moulin Rouge, i un miler més de cartells que anunciaven des de llums de petroli fins a begudes alcohòliques. **Toulouse-Lautrec**, client habitual del Moulin Rouge, va ser un altre dels artistes que van fer cartells per anunciar el local. Una fotografia mostra el pintor i J. Oller, cofundador de la sala, contemplant el cartell més famós de Chéret. De **Toulouse-Lautrec** s'exposa l'únic cartell, dels 31 que va produir, present en col·leccions públiques espanyoles, que va dedicar a la cantant irlandesa May Belfort, una de les models habituals del pintor, i que forma part de la col·lecció del Museu Nacional d'Art de Catalunya.

El cartell modern va suscitar ràpidament un gran interès per tot Europa entre galeristes i col·leccionistes. El 1896, a la Sala Parés de Barcelona va tenir lloc la primera gran exposició de cartells a Espanya, amb obres de **Toulouse-Lautrec**, **Chéret**, **Beardsley** i **Hassall**. Aquesta i altres exposicions posteriors —com la primera exposició de cartells catalans impulsada per la revista *Pèl & Ploma* i organitzada per **Alexandre de Riquer** el 1899— van ser el germen de les col·leccions de Lluís Plandiura i del mateix Riquer, que actualment es conserven al MNAC. Un cartell de Riquer que va guanyar el 1985 el concurs per anunciar la 3a Exposició de Belles Arts i Indústries Artístiques de Barcelona és considerat el primer cartell modernista català.

A l'exposició es pot veure que els cartells artístics servien per anunciar tota mena de productes, fruit de l'auge de la industrialització i el consum, tant d'alimentació com de moda, tabac o alcohol. Dues indústries catalanes, Anís del Mono i Codorniu, van organitzar els primers concursos importants de cartells. El 1898, **Ramon Casas** va guanyar el primer premi d'Anís del Mono amb l'icònic cartell *Mono i mona*. A escala internacional, l'empresa Cigarrillos París, a Buenos Aires, també va organitzar un concurs el 1901 que va guanyar l'artista italià **Aleardo Villa** (el tercer premi va ser per a Casas).

Els cartells artístics també van ser testimonis dels canvis de costums de l'època, com l'estiueig i el turisme. Un cartell de **Joan Llaverias** del 1901 anuncia el Gran Hotel de Palma, edifici modernista de Lluís Domènech i Montaner, actual seu de CaixaForum Palma. L'art del cartell també va ser crucial per difondre espectacles i esdeveniments diversos.



La figura de la dona, sigui com a musa, o bé com a objecte eròtic, o bé com a *femme fatale*, protagonitza molts dels cartells de l'exposició. **Théophile Alexandre Steinlen**, un dels grans cartellistes internacionals presents a l'exposició, va retratar aspectes foscos com l'esclavitud sexual per a un cartell que publicitava la novel·la *La Traite de Blanches*, de Dubut de Laforest. **Ramon Casas** utilitza la figura d'una dona envoltada de símbols relatius a la puresa perduda i la malaltia per alertar sobre els perills de la sífilis.

L'exposició també analitza aspectes com la influència i l'impacte del japonisme en el cartellisme occidental, no sols pel que fa a aspectes estètics, sinó també perquè molts pasquins amb finalitats publicitàries es van començar a produir sobre papers policroms importats del Japó, xilografies japoneses pensades per a la publicitat occidental.

A més de cartells, l'exposició també inclou dibuixos originals, fotografies, llibres, objectes de l'època, com un cinematògraf, un llum elèctric i una bicicleta, i algunes de les primeres pel·lícules dels **Lumière**, que ajuden a contextualitzar aquesta edat d'or del cartell artístic modern i aporten ritme a la mostra.

## TEXTOS DE SALA

### Introducció

---

L'art del cartell va sorgir a Europa i als Estats Units en l'últim quart de segle XIX i es va fer present i omnipresent a les grans ciutats per anunciar la vida moderna i, de manera indirecta, desafiar la tradició acadèmica de l'art. A partir de l'èxit dels cartells publicitaris de Jules Chéret, aquest nou mitjà es va convertir en una de les formes d'expressió artística més idiosincràtiques i representatives de l'art del 1900. El cartell modern, penjat i exposat al carrer de manera efímera, es va convertir, al mateix temps, en un reflex de les innovacions artístiques i en el mirall de les inquietuds i els grups de la societat urbana, industrial i moderna del canvi de segle.

Aquesta exposició parteix principalment del fons de cartells històrics del Museu Nacional d'Art de Catalunya amb l'objectiu de mostrar l'eclosió del cartellisme, una forma d'art nova que, sorgida a partir dels avenços tecnològics, va permetre arribar al gran públic per promocionar i anunciar des dels productes més recents i els esdeveniments propers fins a les ideologies contemporànies. Així, els primers cartells artístics, nascuts com a reclam publicitari i creats per alguns dels



artistes de més renom del seu temps, van servir per proclamar a gran escala l'arribada de la vida moderna i el començament d'un nou segle.

### L'art del carrer: el cartell modern

---

El cartell artístic tenia una funció eminentment pràctica: la seva intenció era convertir els murs neutres de les ciutats en parets parlants, en pantalles estàtiques, però plenes de color i capaces de comunicar, promocionar i anunciar apel·lant als desitjos i a les necessitats dels vianants. A diferència de les arts associades a l'acadèmia, principalment la pintura i l'escultura, el cartell tenia el poder d'arribar a tota la població. Era un mitjà de comunicació de masses de gran impacte social, destinat a un públic anònim i heterogeni, i, per tant, era capaç de democratitzar les noves formes de l'art modern a tot arreu i sense discriminació.

L'art al carrer, en paraules del crític d'art Raimon Casellas, es va convertir en el reflex d'un temps nou i, en darrer terme, va transformar aquest espai en un gran aparador no solament de la modernitat, sinó també de les aportacions, les innovacions i les contradiccions de l'art i de la societat de consum del 1900.

### Murs que parlen

---

Els cartells moderns competien al carrer per destacar els uns per damunt dels altres. Volien atraure la mirada, impactar, persuadir i comunicar de manera clara, sintètica, precisa, directa i ràpida. Com es podia aconseguir? Amb l'arabesc, amb l'ús de diagonals i de les línies sinuoses de l'*art nouveau*, amb les taques cromàtiques contrastades, amb les composicions japonitzants, amb les formes simplificades, amb l'omnipresent presència femenina... Els artistes del canvi de segle van utilitzar tots els recursos formals al seu abast per aconseguir el seu objectiu i per convertir els seus cartells en un «crit» enganxat a la paret.

### A l'entorn del cartellisme

---

El naixement de l'art publicitari del cartell modern va generar un fulgurant fenomen desconegut fins en aquell moment. Durant la dècada del 1890, els concursos, les exposicions, la venda, l'estudi i el col·leccionisme de cartells es va estendre per Europa i els Estats Units, i van donar peu a l'aparició d'un nou mercat internacional, basat tant en la compravenda i l'intercanvi de cartells moderns com en l'aparició d'estudis i de revistes i publicacions especialitzades.



## **La revolució litogràfica: una tècnica per a un fi**

---

Tot i que els anuncis públics impresos tenen una llarga història, el cartell com l'entendem avui dia, és a dir, una impressió en color i de gran format enganxada en un suport específic o en una paret al carrer, no va aparèixer fins al segle XIX. El sorgiment de la litografia a finals del segle XVIII, la seva difusió en color cap a mitjan segle XIX i l'ús de la planxa de zinc, més lleugera i manejable que les grans pedres litogràfiques, van revolucionar el món del cartell, que va passar dels primers dissenys tipogràfics (només amb text imprès) a les composicions figuratives, originals i polícromes del canvi de segle. Així, durant el darrer quart del vuit-cents, el desenvolupament industrial i les demandes d'aquest nou mitjà publicitari de comunicació massiva van provocar l'eufòria cartellista i van permetre que les arts gràfiques visquessin una època daurada.

## **L'estampa japonesa: la modernitat del Japó**

---

A partir de la dècada del 1860, el descobriment de l'art japonès va motivar l'aparició del japonisme, un fenomen d'atracció i inspiració que va ajudar a transformar i modernitzar les arts de final de segle i el cartellisme, en particular. Els colors vius, les siluetes contrastades, els contorns clars i definits, així com les perspectives, els punts de vista, les temàtiques i els enquadraments originals són alguns dels elements característics de l'art de l'estampa japonesa, que va contribuir a inspirar noves formes artístiques de fàcil lectura, capaces d'anunciar i de comunicar amb èxit al carrer.

## **Musa i objecte. La dona com a reclam**

---

El cartell artístic modern va basar gran part de la seva iconografia en la imatge de la dona —com a musa i com a objecte—, que es va convertir en un important estímul eròtic per atraure els espectadors. La dona, mística, sensual, elegant, misteriosa, alegre, malalta o melancòlica, és present en la majoria de cartells del canvi de segle per servir com a reclam publicitari, per anunciar i vendre des d'espectacles fins a tota classe de béns de consum. Tot i així, al mateix temps alguns cartells van començar a mostrar les noves funcions de la dona, que lluitava per emancipar-se i aconseguir una veu pròpia.

## **Anunciar la vida moderna**

---





Al principi, els cartells es van centrar a anunciar esdeveniments, sobretot, ludicoculturals. Però a finals de segle, el context urbà i industrial en el qual la indústria litogràfica es desenvolupava va convertir l'art del cartell en un dels mitjans principals de propaganda i de publicitat de la societat de consum. El cartell modern va omplir els murs de la ciutat ràpidament per anunciar les novetats comercials de l'època i es va convertir en un clar reflex de la vida moderna. L'anunci d'espectacles i exposicions, actes públics, publicacions, esdeveniments esportius i oferta turística, com també de tot tipus de nous productes alimentaris i d'higiene, moda, automoció, ciència o indústria, van convertir el cartell en el primer *mass media* i en un mirall dels desitjos i les necessitats de la societat del 1900.

### **Planificació de la visita**

---

Amb l'objectiu de facilitar l'accés als visitants i millorar la seva experiència, el centre els recomana planificar la visita prèviament a través de la reserva o l'adquisició d'entrades a través del web. A la pàgina de CaixaForum Sevilla, els visitants podran saber quina és la disponibilitat d'entrades per franja horària i canalitzar la seva petició. D'aquesta manera, s'asseguraran l'accés a la sala, actualment amb capacitat limitada a causa de les mesures de seguretat.





## ACTIVITATS A L'ENTORN DE L'EXPOSICIÓ

### CONFERÈNCIA A CÀRREC DEL COMISSARI: CARTELLS DE LA VIDA MODERNA

Dimecres 22 de setembre de 2021, a les 19 h

El comissari de *Cartells de la vida moderna. Els orígens de l'art publicitari*, **Ricard Bru**, introduirà l'exposició i la seva conceptualització. La mostra se centra en els canvis de la societat moderna europea a través de l'art del cartellisme durant el període d'entre els segles XIX i XX.

**Ricard Bru** és doctor en Història de l'Art i professor del Departament d'Art i Musicologia de la Universitat Autònoma de Barcelona. Especialitzat en l'art dels segles XIX i XX, ha comissariat diverses exposicions, entre les quals destaquen *Imatges secretes. Picasso i l'estampa eròtica japonesa* (Museu Picasso, 2009), *Japonisme. La fascinació per l'art japonès* (CaixaForum Barcelona-Madrid, 2013) i *Els colors del foc. Hamada & Artigas* (Museu Nacional d'Art de Catalunya, 2021). Ha publicat llibres com *Erotic Japonisme* (Leiden, 2013) i nombrosos articles i capítols de llibres sobre l'art dels segles XIX i XX, i especialment sobre japonisme i el temps del modernisme, tant de divulgació com d'investigació. També, ha impartit nombroses conferències tant al país com a l'estranger, per a institucions com el British Museum de Londres, el Van Gogh Museum d'Amsterdam, l'Institut National des Langues et Civilisations Orientales de París, el Museo Nacional del Prado de Madrid o els Museus Nacionals de Tòquio.

### VISITA EN FAMÍLIA: MIRA, DESITJA, COMPRA

Del 22 de setembre de 2021 al 16 de gener de 2022

Uneix-te a una visita especialment pensada per a famílies que inclou un recorregut per l'exposició i activitats participatives dins de l'espai expositiu. Les visites, conduïdes per un educador o educadora, estan basades en un tema principal de l'exposició que es desenvolupa a l'entorn de les obres exposades.

\*Activitat recomanada per a famílies amb infants a partir de 8 anys.

### HORARIS

Setembre:

Dissabtes, a les 11 h

D'octubre de 2021 a gener de 2022:

Dissabtes, a les 12 i 18 h

Diumenges, a les 13 h



Fundació "la Caixa"

MUSEU  
NACIONAL  
D'ART DE  
CATALUNYA

Dossier de premsa

### **VISITA COMENTADA: CARTELLS DE LA VIDA MODERNA**

**Del 22 de setembre de 2021 al 16 de gener de 2022**

La vista està dirigida per un educador o educadora que, a partir del diàleg amb els participants, presenta els temes clau de l'exposició i els contextualitza, i resol els possibles dubtes o preguntes que puguin sorgir.

#### **HORARIS**

Setembre:

Dijous i dissabtes, a les 19 h

D'octubre de 2021 a gener de 2022:

Dijous i diumenges, a les 17.30 h

Dissabtes, a les 19 h



Fundació "la Caixa"

MUSEU  
NACIONAL  
D'ART DE  
CATALUNYA

Dossier de premsa

# Cartells de la vida moderna. Els orígens de l'art publicitari

Del 21 de setembre de 2021 al 16 de gener de 2022

## CaixaForum Sevilla

Centro Comercial Torre Sevilla. C/ López Pintado, s/n  
41092 Sevilla

Tel.: 955 657 611 - 955 657 612

## Horari

De dilluns a diumenge i festius, de 10 a 20 h

## Servei d'Informació de la Fundació "la Caixa"

Tel.: 900 223 040

De dilluns a diumenge, de 9 a 20 h

---

## Àrea de Comunicació de la Fundació "la Caixa"

Cristina Font: 608 582 301 / [cristina.font@fundaciolacaixa.org](mailto:cristina.font@fundaciolacaixa.org)

Sala de Premsa: <https://premsa.fundacionlacaixa.org/ca/>

 @ FundlaCaixa\_CAT @CaixaForumCAT #CartellsVidaModernaCaixaForum