



Fundación "la Caixa"

MUSEU
NACIONAL
D'ART DE
CATALUNYA

LOS ORÍGENES DEL
CARTELES DE LA VIDA MODERNA
ARTE PUBLICITARIO



CaixaForum Lleida

Del 1 de marzo al 24 de julio de 2022



La exposició mostra els orígenes del arte publicitari en la transició de los siglos XIX al XX a través de la evolución de los carteles litográficos

CaixaForum Lleida descubre la edad de oro del cartel moderno

- La exposició *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 109 piezas de artistas 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 exposició se compone de una selección muy cuidada del valioso fondo histórico de carteles del Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), museo de donde proceden la mayoría de las piezas incluidas, además de algunos préstamos de centros y colecciones públicos y privados. Se trata de una colaboración entre el Museu Nacional y la Fundación "la Caixa", que desde hace años trabajan conjuntamente en proyectos expositivos y artísticos.

Carteles de la vida moderna. Los orígenes del arte publicitario. Fechas: Del 1 de marzo al 24 de julio de 2022. **Concepción y producción:** Fundación "la Caixa" y MNAC. **Comisariado:** Ricard Bru. **Lugar:** CaixaForum Lleida (Avda. de Blondel, 3)

 [@FundlaCaixa](https://twitter.com/FundlaCaixa) [@CaixaForum](https://twitter.com/CaixaForum) [#CartelesVidaModernaCaixaForum](https://twitter.com/CartelesVidaModernaCaixaForum)



Lleida, 1 de març de 2022. El conservador jefe del Gabinete de Dibujos y Grabados del Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), **Francesc Quílez**; la directora de CaixaForum Lleida, **Maribel Tost**, y el comisario de la muestra, **Ricard Bru**, han presentado hoy en **CaixaForum Lleida** la exposición *Carteles de la vida moderna. Los orígenes del arte publicitario*. Se trata de una muestra concebida conjuntamente entre el Museu Nacional d'Art de Catalunya y la Fundación "la Caixa", 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 Museu Nacional, además de préstamos de otras colecciones y museos. El recorrido incluye 109 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, se podrá ver en CaixaForum Lleida hasta el 24 de julio de 2022, y después viajará a 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 contemporánea.

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 75 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 de Lluís Plandiura (1903) y de



Alexandre de Riquer (1921). Por razones de conservación y de espacio, en el Museu Nacional solo se expone una parte muy reducida de este fondo.

Además del Museu Nacional, la exposición se completa con obras de nueve prestadores más públicos y privados: la Colección Marc Martí, la Colección Anglada Camarasa de la Fundació "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-Colecció Tomàs Mallol de Girona, el Museu de les Arts Escèniques-Institut del Teatre y el Museo Frederic Marès. Con motivo de esta exposición, se han restaurado 56 de los carteles incluidos en la muestra, tanto del Museu Nacional como de otras colecciones, algunos de los cuales son totalmente inéditos para el público. De los carteles del Museu Nacional, un total de 22 han sido restaurados por especialistas externos bajo la supervisión del museo, y su coste financiado por la Fundació "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 el Museu Nacional d'Art de Catalunya y la Fundació "la Caixa", 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



Dossier de prensa

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, contemplando uno de los carteles más famosos de Chéret. De **Toulouse-Lautrec**, se expone el único cartel, presente en colecciones públicas españolas, de los 31 que produjo el artista, 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 1895 y en 1896 se celebraron en el Palau de Belles Arts y la sala Parés de Barcelona las dos primeras grandes exposiciones 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 Museu Nacional. 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.



ACTIVIDADES EN TORNO A LA EXPOSICIÓN

CONFERENCIA A CARGO DEL COMISARIO: CARTELES DE LA VIDA MODERNA

Martes 1 de marzo de 2022, 18 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.

CICLO DE ARTES VISUALES

JUEGOS DE SEDUCCIÓN: EL ARTE PUBLICITARIO DE LA MODERNIDAD

DEL 19 DE ABRIL AL 10 DE MAYO DEL 2022

La publicidad moderna se origina cuando eclosiona la sociedad de consumo, a inicios del siglo XX, una época en la que varias ciudades occidentales se encuentran inmersas en un gran proceso de cambio: se convierten en centros urbanos industrializados y pasan a estar dominadas por un nuevo sistema económico, el capitalista. En este marco nace esta disciplina, que tiene como objetivo fomentar el consumo en la población. Con tal de influenciar en la decisión de compra de los consumidores, la publicidad busca en el arte uno de sus aliados clave. El arte publicitario utiliza estrategias de seducción que fomenten el deseo, la fascinación y la satisfacción.

Seminario coordinado e impartido por **Marta Marín**, Dra. en Comunicación y licenciada en Geografía e Historia y en Documentación. Es profesora de Estética y de Publicidad en la Facultad de Comunicación Blanquerna de la Universidad Ramón Llull y directora del Máster en Comunicación de Moda en la misma. Es directora creativa y ha trabajado en proyectos para Carolina Herrera, Nina Ricci, Seat, Perrier o Telefónica.



- **DESEO. CONSUMO Y GRATIFICACIÓN, DE LA NECESIDAD AL DISFRUTE**
MARTES 19 DE ABRIL DE 2022

Nos adentramos en la modernidad y observamos cómo los nuevos tiempos comportan cambios fundamentales para los hábitos de consumo. La población empieza a demandar productos aspiracionales, productos que no satisfacen las primeras necesidades pero que hacen la vida más agradable. Impulsar el consumo de estos bienes intangibles pone en valor la práctica de la publicidad. Hace falta generar nuevos deseos y anhelos en el consumidor, y se amplía el listado de productos: el chocolate, el té y el café, las bebidas alcohólicas y el tabaco, la moda, la cosmética o las fragancias. También se amplían las nuevas propuestas de ocio, cultura y deporte. Esta revolución pasa por idear carteles publicitarios en las calles que interpelen al caminante y lo seduzcan. Los estímulos publicitarios tienden a crecer y el impacto que generan en los ciudadanos es potente y significativo. En esta sesión, nos preguntaremos si todo es susceptible de convertirse en objeto de deseo y cuáles son los límites existentes.

- **PERSUASIÓN. CARTEL GRÁFICO VS. TIKTOK.**
CÓDIGOS EXPRESIVOS A REVISIÓN
MARTES 26 DE ABRIL DE 2022

La publicidad se ha convertido en una poderosa herramienta de persuasión, la cual permite generar una conexión racional y emocional con el consumidor. Resulta motivadora una propuesta publicitaria que sea sutil y que acompañe al usuario en el proceso de atracción y de decisión. El arte es un recurso primordial para aumentar los niveles de atención y de empatía, un elemento sugerente que aumenta el nivel de seducción. En esta sesión, exploraremos los distintos códigos de expresión que se han utilizado desde la modernidad hasta la actualidad. Analizaremos la evolución de los soportes, canales, formatos y técnicas que la publicidad ha puesto en valor y, también, los lenguajes y el tono que se han considerado adecuados en cada época. Proponemos un recorrido desde el cartel gráfico hasta las redes sociales.

- **FASCINACIÓN. LA FIGURA DE LA MUJER COMO RECLAMO PUBLICITARIO**
MARTES 3 DE MAYO DE 2022

Uno de los elementos clave dentro del arte de la publicidad es el uso de la figura de la mujer, que se emplea para generar fascinación y atracción. La imagen de la mujer puede utilizarse como objeto sensual, con la intención de impactar y mantener la atención de un posible consumidor. También, se asocia a la mujer con ciertos estereotipos, con el objetivo de adaptar unos ideales estéticos que se imponen en la sociedad de consumo y generan unos imperativos instrumentales incriminatorios. Esta tendencia se mantiene en alza a lo largo del s.XX y la vigencia de la utilización del cuerpo de la mujer como recurso promocional y reclamo sexual se continúa perpetuando. Haremos un recorrido en el tiempo y observaremos los cambios que ha habido en los códigos visuales utilizados y reflexionaremos acerca de cómo deberían cambiar las estrategias comunicativas en paralelo a las nuevas feminidades.



- **SATISFACCIÓN. TENDENCIAS EXPRESIVAS EN EL UNIVERSO DEL ARTE Y LA PUBLICIDAD**

MARTES 10 DE MAYO DE 2022

Desde la publicidad y el arte hace falta detectar cuales son los gustos y las preferencias de los consumidores. Nos centramos en cuestiones estéticas y ponemos en valor las tendencias que imperan en la sociedad y que se convierten en variables para saber qué es lo que gusta y disgusta, lo que cautiva. Las tendencias nos dan pautas para saber captar la atención y el interés de las personas, y también nos permiten aumentar las ganas de poseer un producto o de ser partícipe de una experiencia. En esta sesión, desvelaremos los parámetros que han definido el gusto de los consumidores desde principios del s. XX hasta la actualidad.

VISITA EN FAMILIA: MIRA, DESEA, COMPRA

Del 20 de marzo al 19 de julio 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

Domingos 20 de marzo, 24 de abril, 22 de mayo y 19 de junio, a las 12 h

Martes 5 y 19 de julio, a las 18.30 h

VISITA COMENTADA: CARTELES DE LA VIDA MODERNA

Del 5 de marzo al 23 de julio 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.

Sábados, a las 18.30 h

VISITA COMENTADA PARA GRUPOS: CARTELES DE LA VIDA MODERNA

Del 2 de marzo al 24 de julio de 2022

Si sois una entidad cultural, una asociación, un colectivo o un grupo de amigos, CaixaForum os ofrece visitas comentadas a las exposiciones temporales. La visita dura una hora y puede realizarse en varios idiomas.



SERVICIO DE EDUCACIÓN

Jueves y viernes, de 18 a 20 h, sábados, de 12 a 14 h y de 18 a 20 h y domingos y festivos, de 12 a 14 h, habrá un/a educador/a en la sala a disposición del público para cualquier duda o comentario sobre la exposición. Servicio gratuito incluido con la entrada.

PRESENTACIÓN A DOCENTES: CARTELES DE LA VIDA MODERNA

La presentación a docentes permite a los maestros y al profesorado interesado en la exposición "Carteles de la vida moderna" descubrir los temas de interés educativo que se pueden trabajar a partir de la muestra y conocer las actividades y los recursos educativos que se han organizado a su alrededor. El profesorado puede obtener la información necesaria para preparar las actividades en el aula y reforzar sus contenidos después de la visita dinamizada.

Fecha: Miércoles 9 de marzo de 2022

Horario: 18:00 - 19:30

VISITAS PARA EL PÚBLICO ESCOLAR

VISITA INFANTIL A "CARTELES DE LA VIDA MODERNA"

¿Cómo se crea un mensaje publicitario impactante y seductor? En esta visita los niños y niñas conocerán, a través de un recorrido por el fondo de carteles históricos del Museo Nacional de Arte de Cataluña, los recursos gráficos que se utilizaron para promocionar al gran público la vida moderna.

Por medio de la observación y los materiales didácticos explorarán la relación entre el arte y la industria y descubrirán cómo la publicidad crea relatos y despierta ilusiones

Del 2 de marzo al 23 de junio. Horario lectivo

Niveles recomendados: infantil. Duración: 1 h

VISITA DINAMIZADA A "CARTELES DE LA VIDA MODERNA"

En esta visita dinamizada el alumno conocerá el fondo de carteles históricos del Museo Nacional de Arte de Cataluña y descubrirá una forma de arte que, surgida a raíz de los avances tecnológicos, llegó al gran público para promocionar desde los últimos productos del mercado hasta a ideologías contemporáneas. Por medio de la observación y las propuestas de diálogo, análisis y debate descubrirá cómo estos carteles sirvieron para proclamar a gran escala la vida moderna y los inicios de un nuevo siglo.

Del 2 de marzo al 23 de junio. Horario lectivo

Niveles recomendados: de 3º a 6º de Primaria y ESO. Duración: 1h y 30 min



Fundación "la Caixa"

MUSEU
NACIONAL
D'ART DE
CATALUNYA

Dossier de premsa

VISITA COMENTADA A "CARTELES DE LA VIDA MODERNA"

En esta visita comentada el alumnado conocerá el arte del cartel, que surgió en Europa y Estados Unidos en el último cuarto del siglo XIX y se convirtió en una de las formas de expresión artística más representativas de 1900. A través del fondo de carteles históricos del Museo Nacional de Arte de Cataluña, descubrirá cómo el cartelismo surgió de los avances tecnológicos y llegó al gran público para proclamar a gran escala la llegada de la vida moderna y los inicios de un siglo nuevo.

Del 2 de marzo al 23 de junio. Horario lectivo

Niveles recomendados: ESO, Bachillerato y ciclos formativos de 3º a 6º de Primaria y ESO. Duración: 1h



Fundación "la Caixa"

MUSEU
NACIONAL
D'ART DE
CATALUNYA

Dossier de premsa

Carteles de la vida moderna.

Los orígenes del arte publicitario

Del 1 de marzo al 24 de julio de 2022

CaixaForum Lleida

Avda. de Blondel, 3

25002 Lleida

Tel. 973 27 07 88

caixaforumlleida@marmacultura.com

Horario

De lunes a viernes, de 10 a 14, y de 17 a 20 h

Sábados de 11 a 14, y de 17 a 20 h

Domingos y festivos de 11 a 14 h

Venta de entradas

<https://caixaforum.org/es/lleida/>

Área de Comunicación de la Fundación "la Caixa"

Paula Baldrich: 620 17 18 96 / pbaldrich@fundacionlacaixa.org

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

@FundlaCaixaCAT @CaixaForum_CAT #CartelesVidaModernaCaixaForum