



EL BOOM DE LA PUBLICITAT

RECLAMS DE LLAUNA,
CARTRÓ I RAJOLA
1890-1950



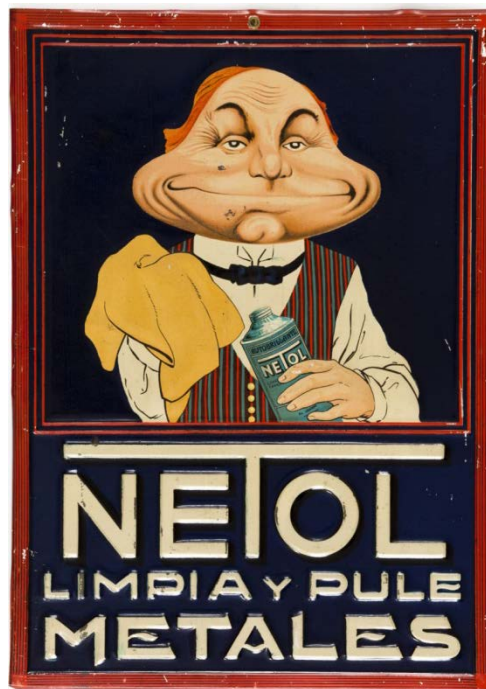
Exposició temporal
14.12.18 - 31.03.19
Museu del Disseny

El Museu del Disseny presenta l'exposició temporal "El boom de la publicitat. Reclams de llauna, cartró i rajola. 1890-1950"

- Un recorregut per imatges publicitàries icòniques de marques i productes d'ús quotidià a través de 250 peces.
- L'Ajuntament de Barcelona publica el llibre que recull tota l'obra gràfica de l'exposició.



Artiach. La buena galleta c. 1930.
Col·lecció Mateu Llinàs i Audet



Netol. Limpia y pule metales c. 1930
Col·lecció Mateu Llinàs i Audet

A partir del **14 de desembre de 2018 i fins al 31 de març del 2019** el Museu del Disseny presenta l'exposició temporal "**El boom de la publicitat. Reclams de llauna, cartró i rajola. 1890-1950**". A la mostra hi trobareu **més de 250 peces**, provinents de la **Col·lecció Mateu Llinàs i Audet** de Barcelona -llauna i cartró- i del **Museu de Manises** de València-ceràmica-.

Comissariada per Pilar Vélez, l'exposició fa un recorregut, des del final del segle XIX fins a mitjan segle XX, per la **publicitat comercial** dedicada especialment a la difusió de **productes d'ús quotidià**. En aquest període la **llauna, el cartró i la rajola ceràmica** van ser **importants suports publicitaris** que van contribuir a una gran difusió dels productes anunciats, sobretot en els establiments comercials—petits comerços o grans magatzems—, damunt dels taulells, als aparadors de les botigues o a les façanes. Van ser unes peces publicitàries que es van integrar molt bé en el paisatge quotidià col·locades en llocs estratègics i concorreguts, fet que va contribuir a la seva popularitat.

El boom de la publicitat s'organitza en **dotze àmbits** que corresponen a les indústries que més van créixer en aquest període, quan s'inicia la **fabricació intensiva de béns de consum**: productes alimentaris, vins i caves, farmacèutics, d'higiene i perfums, tabac, maquinària, assegurances, entre altres. L'exposició presenta un recorregut amb un eix cronològic que permet veure els **canvis en l'estètica i el missatge publicitari**. Des de l'eclecticisme de finals del XIX, al Modernisme dels primers anys del XX, els trets noucentistes, l'Art Déco i

les avantguardes, la 2a República, a la influència de l'estètica americana que arriba després de la guerra i fins els anys 50, per exemple.

Provinents de la col·lecció de Mateu Llinàs i Audet, la major part de les peces de la mostra, trobarem **cartells bidimensionals de llauna i cartró** i, fins i tot **peces tridimensionals** de gran format en el cas del cartró que funcionaven com a potent reclam a l'entrada dels establiments. Tenen especial **rellevància** les **figures retallades de mida real**, anomenades **showcards** o **displays**, que esdevingueren **icones populars** del seu temps. La finalitat de tots aquests suports era propagar les qualitats i els avantatges dels productes, sobretot posant en relleu el nom del fabricant que començava a utilitzar el disseny per crear una **imatge de marca** atractiva en un esforç per posicionar-se en el mercat.

Pel que fa als **rètols i cartells ceràmics** que es poden veure a la mostra, la majoria van ser recuperats pel **Museu del Ceràmica de Manises** de les instal·lacions en ruïnes de la fàbrica **Francisco Lahuerta**, una de les empreses especialitzades en la creació de rajoles decorades més importants de València i que va tancar el 1945.

La **versatilitat** d'aquesta publicitat en el punt de venda permetia adaptar-se a tota mena de productes: els alimentaris, com ara elaboracions càrnies, fruita, llet condensada, aliments infantils, galetes i xocolata, però també, i sobretot, begudes -vins i caves, cerveses, licors, refrescos.-; els medicaments i remeis, però també cosmètics per a home i dona, fulles d'afaitar, sabons o perfums; els elements de vestuari, sabates, complements junt amb els preparats per a tenir-ne cura -sabons, tints.-; els productes de neteja de la llar i insecticides; els productes agropecuaris; els electrodomèstics; el tabac; o els jocs i joguines.

Hi trobarem **imatges icòniques** que constitueixen part de la nostra **memòria històrica col·lectiva**: el majordom de Netol, el dickensia personatge de Cerebrino Mandri, la càndida nena de Tintes Iberia, els sol·lícits botones de Frotin, Nugget o Garvey, el gentleman de Varon Dandy, l'enigmàtic genet de Nitrato de Chile, el cubista fumador de *Jean*, l'exòtic cambrer de xocolata Amatller, la nena que promet de Maggi, entre molts altres.

Aquests reclams van ser obra tant **d'autors artistes, dibuixants comercials o cartellistes**, alguns de gran renom i d'altres anònims o encara desconeguts. Destaquen noms com **Gaspar Camps, Pere Casas Abarca**—uns dels més prolífics—, **Rafael de Penagos**, o el dibuixant **Géza Géza Zsolt**, entre altres.

Van contribuir a la difusió d'aquests suports publicitaris **els procediments tècnics de reproducció**, en el cas de la llauna i el cartró **la litografia amb colors o cromolitografia**, i la **tècnica del tubat** pel que fa a les rajoles. La cromolitografia, aleshores un procediment de reproducció innovador ja va contribuir a la divulgació del cartell publicitari en paper, i aplicada també sobre llauna i cartró, va **omplir de color el món de la publicitat** com ja havia fet amb el món editorial. Pel que fa a les **rajoles**, les més refinades eren producte de l'antiga tècnica del **tubat**, que s'havia desenvolupat a la fi del segle XIX a les fàbriques més innovadores d'Europa i que permetia decorar en relleu de gran qualitat els plafons de rajoles de pasta blanca. Les terres valencianes en van ser el focus de producció principal.

L'exposició s'emmarca dins de les activitats dedicades al disseny gràfic que el Museu ha anat desenvolupant al llarg del 2018. **"El boom de la publicitat. Reclams de llauna, cartró i rajola. 1890-1950"** dona bona mesura d'una societat i d'una manera de viure allunyada de l'actual, gràcies al col·leccionisme, podem comprendre què va significar el nexa indústria, comerç i creativitat, la primera publicitat moderna.

La mostra vol acostar a tots els públics aquests reclams publicitaris, tan populars en el seu moment, una etapa en què la industrialització i la publicitat van de la mà. Concebut originàriament com un producte efímer, avui han assolit la consideració de **patrimoni cultural per la seva dimensió comunicadora, artística i social**. És un **patrimoni** que evocarà un passat llunyà als més grans i als no tan grans i que vol despertar

l'interès dels més joves en descobrir la força d'unes icones que han perdurat durant vora un segle, adaptant-se al pas del temps.

Acompanyant l'exposició s'edita l'opuscle del mateix títol ***El boom de la publicitat. Reclams de llauna, cartró i rajola. 1890-1950***. El llibret pertany a la col·lecció "Nexes" del Museu del Disseny i es podrà trobar en català, castellà i anglès.

Paral·lelament a l'exposició, el servei de publicacions de l'Ajuntament de Barcelona-Barcelona Llibres edita el volum ***"El boom de la publicitat. Reclams de llauna i cartró. 1890-1950"*** amb un recull més ampli de publicitat comercial gràfica de la col·lecció de Mateu Llinàs i Audet. Resultat d'una labor de recerca de publicitat antiga de vora quaranta anys, la publicació vol posar en valor el cartell de llauna litografiada i el reclam de cartró com a importants suports de marques i icones publicitàries que han marcat l'activitat comercial del segle XX.

L'exposició comptarà amb un programa d'activitats paral·leles que inclouen conferències, taules rodones i activitats familiars.

Un recorregut per l'exposició.



Rhum Negrita
Plafó ceràmic vidriat i tubat
1928-1936
Fàbrica de Mayólica y Azulejos
Francisco Lahuerta,
Manises
149,3 x 74,3 x 1,1 cm
Museu de Ceràmica de Manises



Bardinet. Rhum Negrita
Expositor de taulell. Cartró
c. 1950
34,5 x 33 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet



Rhum Negrita
Cartell. Cartró
c. 1910
Lit. A. Utrillo. S. C., Barcelona
45,5 x 32,5 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet

Suports Publicitaris

Des del final del segle XIX, l'increment de la publicitat comercial va ser exponencial. En tot tipus de suport —paper, cartró, llauna, rajola ceràmica—, i de format bidimensional o tridimensional —cartells, plafons o objectes—, les imatges dels productes anunciats van divulgar-se arreu.

La publicitat de la *Rhum negrita* marca és un bon exemple no només de diversos tipus de reclams, sinó també de l'adaptació progressiva als canvis de la comunicació visual exigits pels nous temps.

La cromolitografia o el triomf de la imatge en colors

Revolució industrial, publicitat i cromolitografia són inseparables. L'atracció de la publicitat comercial va fer-se realitat gràcies als reclams plens de color, ben aviat considerats com "l'art al carrer". El paper i la llauna van ser-ne bons suports.

La litografia (del grec *lithos*—pedra— i *graphos* —dibuix—), inventada pel bavarès Aloys Senefelder el 1796, es basa en la incompatibilitat entre l'aigua i les matèries grasses. Sobre pedres calcàries poroses i polides —i des del 1895 sobre planxes de zinc—, s'hi dibuixa directament al damunt al llapis o tinta grassos. Després es renta amb aiguafort i es prepara amb una composició d'aigua engomada que només penetra allà on hi ha dibuix o tinta grassa. Quan s'entinta, les zones humides rebutgen la tinta, que només resta en les parts grasses, i en estampar-se la imatge passa al paper.

La cromolitografia, que tingué vigència fins cap al 1950, exigia tantes pedres com colors tenia el dibuix — cadascuna amb el traç corresponent a cada color— i totes elles havien de sobreposar-se amb precisió guardant el registre per assolir el resultat final correcte. Tot seguit, s'envernissaven per protegir-les i dotar-les de brillantor. En el cas dels cartells de llauna, s'hi donava relleu mitjançant l'estampació en sec.

Al final del segle XIX sorgiren les primeres fàbriques d'envasos metàl·lics cromolitografiats. A Catalunya sobresortí una empresa italiana fundada per Gottardo de Andreis el 1860, que el 1905 obrí una seu a Badalona, coneguda popularment com *La Llauna*, d'on provenen gran part dels cartells exposats, i rere la qual se n'hi crearen d'altres, com succeí arreu de l'Estat.



Pere Casas Abarca

L. Serralta

Targeta comercial. Llauna

Lit. Serralta, Barcelona, 1908

12,5 x 8,5 cm

Col. Mateu Llinàs i Audet

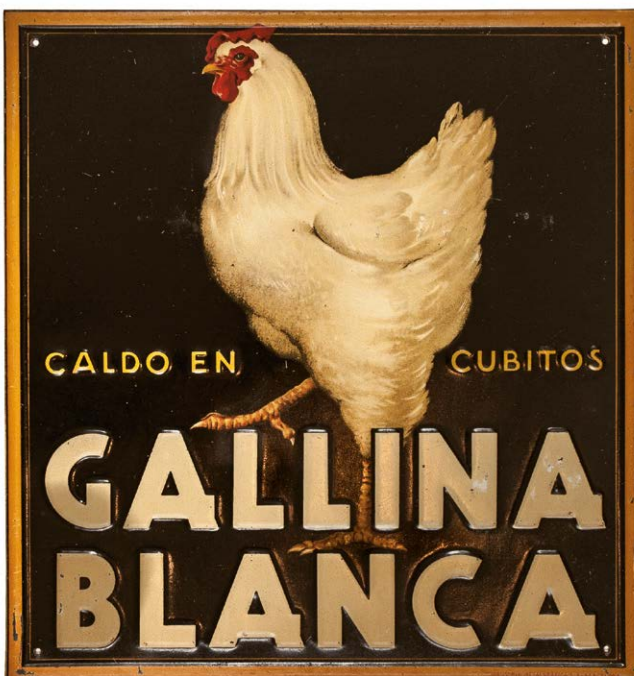
1. Alimentació.

La proliferació de productes derivats de les noves indústries que permetien estandarditzar sistemes de fabricació, conservació i distribució, i, per tant, abaratir costos i preus de venda, va permetre que no sols la burgesia, sinó també les classes populars, hi poguessin tenir accés.

La novetat va ser notable en el ram de l'alimentació que, arran dels canvis de vida que comportà el món industrial, oferí un seguit de productes que simplificaven l'elaboració dels àpats, com ara brous concentrats o llets en pols o condensades, o galetes, xocolates o cafès, que des de llavors podien adquirir-se envasats i amb garanties de conservació i higiene. Però calia fer-ne conèixer les qualitats al públic comprador, ja que fins aleshores eren d'elaboració casolana i es venien a doll, com l'oli.

Els costums van canviar i calia atreure els possibles compradors. Tot i que els primers cartells comercials eren de caire artístic, és a dir, el concepte i la imatge eren més propis de les arts que de l'estratègia publicitària, la finalitat era propagar les qualitats i el benefici dels productes, sobretot destacant el nom del fabricant.

Progressivament, el missatge es "professionalitzà" i sorgiren eslògans referents als productes per cridar l'atenció del client: la llet "dona força i salut" o és "el millor nodriment per als nens"; les galetes "són les més selectes"; o el cacau és "l'aliment ideal". Finalment, imatge i text formaren una unitat.



Gallina Blanca. Caldo en cubitos

Cartell. Llauna

c. 1940

Industria Metalgràfica, S. A.,

Barcelona

22 x 21 cm

Col. Mateu Llinàs i Audet

2. Begudes

Publicitat i begudes alcohòliques són inseparables des de l'inici. Vins, xampanyes, cerveses, vermutos i licors de tota mena acudiren als millors dibuixants per crear les seves icones femenines: fades modernistes, "manoles", dones modernes, figures exòtiques, però també noiets somrients, cambriers elegants o granotes assedegades.

Les begudes refrescants també crearen les seves imatges generalment femenines, somrients i plàcides.



Orange Crush

Expositor de taulell. Cartró
c. 1930

Manufacturas Gráficas, B. Sirven,
S.A.E, Barcelona

39,5 x 29 cm

Col. Mateu Llinàs i Audet

3. Paper de fumar

El ritual de fer un cigarret amb paper de fumar ens porta a segles enrere. Cap al final del segle XIX hi havia moltes fàbriques a Catalunya i València i també eren molt corrents les marques franceses. Totes elles van comptar amb dibuixants de renom per donar identitat al seu producte. La publicitat, presidida per una imatge femenina, modernista, "manola" o dels feliços anys vint, o bé per un distingit personatge masculí, va prendre forma de cartell i de *show card*, però sobretot de calendari.



Nicolau Miralles (LAU)

Jean

Cartell. Llauna

c. 1925

Cirages Français, Santander

15 x 10 cm

Col. Mateu Llinàs i Audet

GOL

Expositor d'aparador. Cartró

c. 1925

Lit. S. Durá, València

167 x 51 cm

Col. Mateu Llinàs i Audet

Els *show cards* o cartells de cartró retallat

"Los *show cards* son un poderoso auxiliar del escaparate. Consisten en unos carteles impresos en cartón y recortados, que pueden colocarse superpuestos formando escenas que representan el uso del producto o sus cualidades. Con las figuras del *show card* a veces se hacen pequeños dioramas donde se reproduce el sitio en que se obtienen los productos, su forma de fabricación, utilidad que pueden prestar, etc. A veces es una figura suelta o en forma de tríptico o como simple cartel, pero siempre tanto en su ejecución y colorido, como idea, deberán estar bien presentados y hechos con toda pulcritud. Los *show cards* a veces consisten en la representación del producto hecha a gran tamaño o la figura de la marca, permitiendo ambas cosas que el detallista pueda arreglar escaparates atractivos y de gran visualidad."

(Rafael Bori, José Gardó, *Tratado completo de publicidad y propaganda*, Barcelona, 1931)



Géza Zsolt
La Marta. Cafés tostados
Expositor d'aparador. Cartró
c. 1930
84,5 x 30 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet

4. Perfumeria i cosmètica

La industrialització arribà també a la perfumeria i la cosmètica. Després de la Primera Guerra Mundial, l'avenç en el sector químic i els nous costums de la vida moderna van fer que els productes es diversifiquessin —colònies, sabons, perfums— i s'especialitzessin —femenins, masculins i infantils. En flascons i envasos d'acurat disseny, anuncis i cartells, obra de dibuixants de renom, propagaven eslògans seductors sobre els efectes benefactors del seu ús. Els grans magatzems en solien fer promocions, sobretot adreçades al públic femení.

A Barcelona es concentraren notables empreses del sector, com ara Myrurgia, Parera (Varon Dandy, capdavanter en fragàncies per a l'home del segle XX), Dana, Puig, i a Madrid, Gal.



Gerard Carbonell
Tentación. Perfumería Parera
Expositor de taulell. Cartró
c. 1930
Seix & Barral Herms.,
Barcelona
61 x 49,5 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet

5. Salut

La generalització de la higiene personal i el progrés de la indústria farmacèutica van afavorir la producció i el consum d'una sèrie de productes pensats per alleujar els petits tropells de salut quotidians de grans i petits, que esdevingueren molt populars. Laxants, reforçants, aigües minerals o els famosos *lithinés* per dissoldre en una ampolla d'aigua corrent, pastilles contra la tos, dentífrics per a un somriure de cine i emplastres contra el dolor puntual, eren anunciats amb imatges eloqüents i eslògans captivadors, en pro del benestar personal i familiar.



Lucosta. Comprimidos litinados

Expositor d'aparador.

Cartró

c. 1930

Publicolor, Barcelona

71,5 x 126,5 cm

Col. Mateu Llinàs i Audet

6 i 7. Drogueria i neteja

Els productes de drogueria i neteja adreçats a la mestressa de casa, que tenia cura de l'economia domèstica i el confort de la llar, eren molts. Pel que fa a la neteja, abundaven els sabons, i més endavant els detergents, per fer la bugada a mà o ja a màquina, però també els lleixius desinfectants i els líquids o les cremes polidors i enlluentadors de metalls i de fusta amb els corresponents estris per aplicar-los. Tot ben net!

Complementava la profilaxi domèstica l'ús d'insecticides infal·libles contra tota mena d'insectes, mentre els tints de color per donar nova vida a la roba contribuïen a l'economia familiar. Un altre producte de gran popularitat eren les cremes o els betums d'enllustrar sabates, per assegurar-ne una llarga durada, tant aplicats a casa com pels enllustradors habituals de la Rambla barcelonina, fins fa uns vint-i-cinc anys. Tots aquests productes eren representats per imatges molt populars, icones símbol d'una època i una manera de viure. Eslogans ingenus però efectius acompanyen, en català durant la república, els seus protagonistes.



Marc Farell Jorba
Albada
Cartell. Cartró
c. 1935
Relieues Basa y Pagés,
Barcelona
41 x 28 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet



Armiño. Blanqueador y restaurador
Expositor de taulell. Cartró
c. 1930
30,5 x 25,5 x 5 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet

8. Indústria

Una mostra heterogènia de productes aplegats sota l'epígraf d'"Indústria" ens en mostra alguns al servei de la vida quotidiana, com pot ser la il·luminació en forma de bombetes, les màquines de cosir domèstiques, popularitzades des de mitjan segle XIX, que alleugerien la labor de les mestresses de casa com ho feien alguns petits electrodomèstics o, fins i tot, la premsa. Així mateix, se'n veuen dels sectors de l'enginyeria i els motors, l'automoció i el transport, lubricants i pneumàtics, d'armes de caça, de la indústria química de pintures, vernissos i tintes, i de la dels fertilitzants agrícoles, de la qual ens resten algunes imatges que avui són referents icònics de la publicitat del segle XX.



Netol
Cartell. Llauna
c. 1930
35 x 24,5 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet



Nitrato de Chile
Cartell. Llauna
1930
G. de Andreis M. E., Badalona
63,5 cm Ø.
Col. Mateu Llinàs i Audet

9. Assegurances

Plaques de llauna van ser el suport publicitari de les companyies d'assegurances des dels primers anys del segle XX: marítimes, contra incendis, de vida, que solen exhibir-hi el seu capital per tal de garantir-ne la fiabilitat.

La necessitat de "protegir-se" creix a mesura que augmenta el benestar social. Aquest és l'origen de les asseguradores modernes per fer front a fets imprevisibles que poden comportar grans danys i la pèrdua d'un patrimoni personal, familiar o industrial. Nascudes al segle XVIII, al segle XX les companyies i les mútues es multiplicaren. La primera llei general de l'Estat espanyol sobre les assegurances es promulgà el 14 de maig de 1908.



Giovanni Guerzoni
La Catalana
Cartell. Llauna
c. 1917
G. de Andreis M. E., Badalona
35 x 45,5 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet

10. Tèxtil i moda

Barcelona va ser un gran centre d'indústria tèxtil durant molt de temps i concentrà un gran nombre de fàbriques. De mica en mica, a més de teixits i filatures, algunes manufactures, sobretot al Maresme, es dedicaren a la confecció de gènere de punt —mitges i mitjons, samarretes, jerséis, vestits de bany, guants... Des dels anys vint, la publicitat animava el públic a lluir peces "de fantasia" a la moda, els usuaris de les quals apareixien sempre feliços i somrients.

La difusió de les indústries de luxe, com ara la pel·leteria, va recórrer a professionals reconeguts com Josep Porta, refinat il·lustrador i col·laborador de revistes femenines i de moda, que fou l'autor d'aquests expositors de taulell exquisits.



Josep Porta
Modelos Tapioles y Pirretas
Expositor de taulell. Cartró
c. 1920
Seix & Barral Herms. S.A.,
Barcelona
36 x 21 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet

11. Rajoles ceràmiques decorades en relleu

Els plafons o cartells ceràmics van ser un altre suport publicitari molt popular. València en fou un gran centre de producció, sobretot del 1910 al 1940. Rajoles de pasta blanca, de 15 x 15 cm, eren decorades amb la tècnica del *tubat*, és a dir, amb un cordó d'argila que separa els vernissos pintats i atorga un cert relleu a la imatge representada.

La resistència del material en permetia la ubicació exterior, especialment a les façanes de les botigues, des d'on la brillantor dels vernissos i els esmalts contribuïen al seu objectiu: atreure l'atenció dels vianants.

Productes d'alimentació, begudes alcohòliques i aigües de taula hi són els més anunciats.

Una gran part dels plafons procedeixen de la fàbrica Francisco Lahuerta de Manises, que en produí entre el 1925 i el 1939.



Leonetto Cappiello
Agua de Solares
Plafó ceràmic, vidriat i tubat
1925-1936
Fàbrica de Mayólica y Azulejos Francisco Lahuerta,
Manises
90,2 x 59,9 x 1,2 cm
Museu de Ceràmica de Manises



Jean d'Ylen
Fernet-Branca
Plafó ceràmic, vidriat i tubat
1928-1936
Fàbrica de Mayólica y Azulejos Francisco Lahuerta,
Manises
151,7 x 91 x 1,1 cm
Museu de Ceràmica de Manises

ACTIVITATS PARAL·LELES

Entrada gratuïta. Aforament limitat.

15.01.19, 19 h. Conferència:

Icones publicitàries, imatges d'un temps analògic i "políticament incorrecte".

Pilar Vélez, Comissària de l'exposició i Directora del Museu del Disseny de Barcelona.

22.01.19, 19 h. Masterclass:

La creativitat. Lluís Bassat, publicitari.

19.02.19, 19 h. Taula rodona:

Curiosos, col·leccionistes i coneixedors de la primera publicitat moderna.

Santi Barjau (historiador de l'art), Mateu Llinàs (col·leccionista), Víctor Oliva (dissenyador gràfic i col·leccionista), Núria Sadurní (historiadora i museòloga), Sara Blanes, directora del Museu de Ceràmica de Manises

Moderador: Pilar Vélez.

26.02.19, 19 h. Conferència:

El cronista imaginari, col·leccions de disseny gràfic.

Albert Isern, dissenyador gràfic que col·lecciona.

05.03.19, 19 h. Conferència:

Com ens parlen els mitjans publicitaris?

Carolina Serra Folch, cap d'estudis del Grau de Publicitat i Relacions Públiques. UIC.

PUBLICACIÓ

El boom de la publicitat. Reclams de llauna i cartó 1890-1950.



L'obra exposada queda reflectida en el llibre que porta el mateix nom, ***El boom de la publicitat. Reclams de llauna i cartó 1890-1950.***

Provinents de la col·lecció de Mateu Llinàs i Audet, el ventall ampli d'imatges que recull aquest volum és una mostra més que representativa de l'èxit de què va gaudir la publicitat comercial des del 1880 fins al 1950 en el nostre marc geogràfic. Reclams produïts en una gran part a Barcelona i les rodalies, atès que la indústria gràfica catalana comptava amb empreses i tallers moderns de gran competència, com va ser el cas de les indústries de Badalona, dedicades a la llauna. En van ser autors artistes i professionals de la il·lustració, que amb el temps es convertirien en especialistes d'aquest tipus de treballs.

El llibre està dividit en dues parts, els cartells de llauna i els cartells de cartó, dins de cada una la classificació segueix aproximadament un ordre equivalent a les divisions convencionals dels grans establiments de l'època.

Edita: Ajuntament de Barcelona

Primera edició: setembre 2018

CRÈDITS DE LES IMATGES DISPONIBLES PER PREMSA. [Descàrrega](#)

Fotògraf: **Frederic Camallonga**



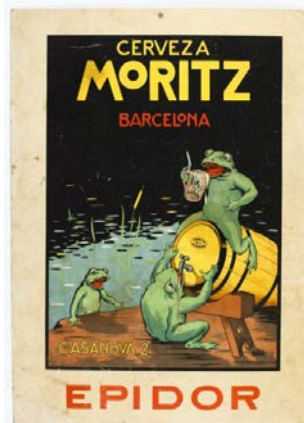
Géza Zsolt
La Marta. Cafés tostados
Expositor d'aparador.
Cartró
c. 1930
84,5 x 30 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet



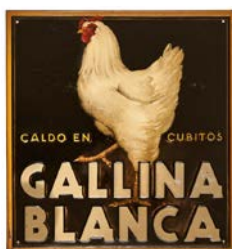
Orange Crush
Cartró
c. 1930
Manufacturas Gráficas, B. Sirven,
S.A.E, Barcelona
Col·lecció Mateu Llinàs i Audet



Artiach
La buena galleta
c. 1930
Expositor de peu
Gráficas Laborde
y Labayen - Tolosa
Col·lecció Mateu Llinàs i Audet



Joan "John" Gols
Cerveza Moritz
Epidor
c. 1920
Cartell de botiga
Col·lecció Mateu Llinàs i Audet



Gallina Blanca. Caldo en cubitos
Llauna
c. 1940
Industria Metalgráfica,
S. A., Barcelona
Col·lecció Mateu Llinàs i Audet



Champagne Freixenet
c. 1929
Cartell de botiga. Cartró
Col·lecció Mateu Llinàs i Audet



Marc Farell Jorba
Albada
Fàbrica de sabons de qualitat
c. 1935
Cartró Suport de calendari
Relieves Basa y Pagés.
Barcelona.
Col·lecció Mateu Llinàs i Audet



Chocolate Amatller. Marca Luna
Llauna
c. 1915
G. de Andreis, Badalona
Col·lecció Mateu Llinàs i Audet

Imatges per descàrrega:

<https://eicub.net/share/service/publicSite?node=workspace://SpacesStore/9542ca97-6b84-4ea3-8a4f-59f90be88992>



El niño.
Leche condensada
Llauna
c. 1920
Ind. Metalgràfica
Tintoré y Oller.
Barcelona
Col·lecció Mateu Llinàs i
Audet



Gaspar Camps
El Cafeto
Cròtido de Simón
Llauna
c. 1920
G. de Andreis. M. E.
Badalona
Col·lecció Mateu Llinàs i
Audet



Netol
Cartell-Llauna
c. 1930
Col·lecció Mateu Llinàs i
Audet



"Tubed" Homs
Llauna
c. 1925
G. de Andreis. M. E.
Badalona
Col·lecció Mateu Llinàs i
Audet



Leonetto Cappiello
Agua de Solares
Plafó ceràmic, vidriat i tubat
1925-1936
Fàbrica de Mayólica y Azulejos
Francisco Lahuerta, Manises
Museu de Ceràmica de Manises



Fàbrica de rajoles Francisco Lahuerta
Mural ceràmic, vidriat i tubat c. 1927
Museu de Ceràmica de Manises



Armiño. Blanqueador y restaurador
Expositor de taulell. Cartró
c. 1930
Col·lecció Mateu Llinàs i Audet



Rhum Negrita
Plafó ceràmic
vidriat i tubat
1928-1936
Fàbrica de
Mayólica y Azulejos
Francisco Lahuerta,
Manises



Bardinet. Rhum Negrita
Expositor de taulell. Cartró
c. 1950
Col. Mateu Llinàs i Audet



Rhum Negrita
Cartell. Cartró
c. 1910
Lit. A. Utrillo. S. C., Barcelona
Col. Mateu Llinàs i Audet



Pere Casas Abarca
L. Serralta
Targeta comercial. Llauna
Lit. Serralta, Barcelona, 1908
Col. Mateu Llinàs i Audet



GOL
Expositor d'aparador.
Cartró
c. 1925
Lit. S. Durá, València
167 x 51 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet



Nicolau Miralles (LAU)
Jean
Cartell. Llauna
c. 1925
Cirages Français, Santander
15 x 10 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet



Gerard Carbonell
Tentación. Perfumería Parera
Expositor de taulell. Cartró
c. 1930
Seix & Barral Herms.,
Barcelona
61 x 49,5 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet



Lucosta. Comprimidos litinados
Expositor d'aparador. Cartró
c. 1930
Publicolor, Barcelona
71,5 x 126,5 cm
Col. Mateu Llinàs i Audet



Nitrato de Chile
Cartell. Llauna
1930
G. de Andreis M.
E.,
Badalona
Col. Mateu Llinàs
i Audet



Giovanni
Guerzoni
La Catalana
Cartell. Llauna
c. 1917
G. de Andreis M.
E., Badalona
Col. Mateu Llinàs
i Audet



Josep Porta
Modelos Tapbios y Pirretas
Expositor de taulell.
Cartró
c. 1920
Seix & Barral Herms.
S.A.,
Barcelona
Col. Mateu Llinàs i Audet



Jean d'Ylen
Fernet-Branca
Plafó ceràmic, vidriat i tubat
1928-1936
Fábrica de Mayólica y Azulejos
Francisco Lahuerta, Manises
Museu de Ceràmica de Manises

Imatges per descàrrega:

<https://eicub.net/share/service/publicSite?node=workspace://SpacesStore/9542ca97-6b84-4ea3-8a4f-59f90be88992>

INFORMACIÓ PRÀCTICA

Títol: *"El boom de la publicitat. Reclams de llauna, cartró i rajola. 1890-1950"*

Comissària: **Pilar Vélez**

Exposició temporal

Dates: **14 / 12 / 2018 - 31 / 03 / 2019** Inauguració **13/12/2018- 19.30h**

Organitza: **Museu del Disseny de Barcelona**

Obres de: **Col·lecció Mateu Llinàs i Audet, Museu de Ceràmica de Manises, Museu del Disseny de Barcelona**

Col·labora: **Museu de Ceràmica de Manises i Museu de Badalona**

Espai: **planta B**

Preus: **Entrada general: 3 €/Entrada reduïda: 2 €**

CONCURS

#BOOMpublicitat

Participa-hi amb les teves fotografies de llauna, cartró i rajola aplicades a la publicitat comercial, a través del teu compte d'Instagram, amb l'etiqueta #BOOMpublicitat.

Consulta'n les bases a museudeldisseny.barcelona.cat

PUBLICACIONS

Opuscle Nexes 3. *El boom de la publicitat. Reclams de llauna, cartró i rajola. 1890-1950.*

Edicions: catalana, castellana i anglesa

Preu: 3 €; de venda al Museu del Disseny

Llibre *El boom de la publicitat. Reclams de llauna i cartró. 1890-1950.*

Edició en català.

Preu: 30 €; de venda al Museu del Disseny i a la llibreria de la Sala Ciutat.

#museudeldisseny

#BOOMpublicitat

CONTACTE DE PREMSA MUSEU DEL DISSENY DE BARCELONA

Divina Huguet

93 256 68 00 -636068539

premsa.museudeldisseny@bcn.cat

museudeldisseny.barcelona.cat

Descàrrega imatges i notes de premsa:

<https://eicub.net/share/service/publicSite?node=workspace://SpacesStore/9542ca97-6b84-4ea3-8a4f-59f90be88992>

CONTACTE DE PREMSA PUBLICACIÓ

"El boom de la publicitat. Reclams de llauna i cartró. 1890-1950". Ajuntament de Barcelona-Barcelona

Llibres

Laura Santaflorentina

laurasantaflorentina@gmail.com