

L'exposició '250 anys de publicitat comercial a Reus'

"Els historiadors i arqueòlegs descobriran algun dia que els anuncis de la nostra època són els reflexos quotidians més rics i més fidels que qualsevol societat hagi presentat mai de tota la seva diversitat d'activitats."

MARSHALL MCLUHAN



"L'anunci comercial ens produeix una emoció d'ordre infinitament superior a la que ens procuren els quilòmetres de pintura qualitativa que infesten els nostres salons. L'anunci comercial està regit per les lleis de composició i d'economia que han governat les produccions de les èpoques més florents."

SALVADOR DALÍ, SEBASTIÀ GUASCH i LLUÍS MONTANYÀ. *Manifest Surrealista*, 1928.

L'exposició "250 anys de publicitat comercial a Reus" pretén ser un repàs de la publicitat, des dels seus orígens fins el 1992, en un nucli humà de prou envergadura com era la ciutat de Reus, la segona població de Catalunya, després de Barcelona, en demografia i moviment econòmic fins els primers anys del segle XX.

Els historiadors de l'art, capbussats en l'estudi i l'anàlisi d'obres de més ressò, s'han oblidat sovint en aquest país d'aquesta segona família artística que són els anuncis publicitaris, que no per ser de menor volum tenen menys importància. Els anuncis tenen molt més interès que el possible valor artístic, perquè són vehicles d'informació visual. Per això, la història del disseny publicitari no és, com molta gent pensa, la d'una forma d'art menor, sinó la d'un mètode poderosíssim de comunicació entre els homes i també la història dels seus efectes sobre el pensament i la civilització del món occidental.

Una visió històrica del disseny gràfic i de la publicitat comercial ha estat present poques vegades en la perspectiva dels estudiosos i historiadors actuals del país. Més enllà de diversos estudis sectorials, ha estat l'emblemàtic dissenyador

i historiador del disseny Enric Satué qui d'una manera sistemàtica ha abordat les diferents vessants de la qüestió.¹ Vaig intentar seguir la crida feta en el seu primer volum del *Llibre dels anuncis*: "En fer aquest llibre [...] els nostres tres apunten en la direcció d'aixecar la llebre i engrescar en aquesta cacera inofensiva i saludable els estudiosos, teòrics, crítics i historiadors, els quals [...] poden fer d'aquesta feta una fita: ajudar la comunitat famolenca a atipar-se estèticament amb la munió de conills que hi ha amagats al bosc de paper imprès i que no han rebut, encara, una atenció crítica particular". Per la meua part, he presentat la nombrosa cacera obtinguda als boscos de paper imprès de Reus en els dos volums del llibre *Publicitat comercial a Reus*.

L'skyline de l'autosatisfacció, editat per l'Àrea de Projecció Econòmica i Estratègia de Ciutat de l'Ajuntament de Reus, prologat i presentat pel mateix Enric Satué.²

Avui, a les portes del segle XXI, bombardejats a diari amb imatges multimèdia, pot ser un bon moment per fer una mirada enrere i reflexionar sobre l'evolució de la publicitat en la que era la segona ciutat de Catalunya, la història de l'evolució de la cultura visual i estètica. És un fet que el disseny gràfic publicitari, gratuït i elemental, omple, més enllà del seu paper, una funció cultural de transmissió d'art. La major part de la població no s'acostava a les sales d'exposicions però rebia les manifestacions dels corrents artístics a través de la premsa, els anuncis, els cartells i tots els impresos comercials. Satué ha demostrat que les imatges publicitàries de propietats més pregnants han fet més per l'alfabetització visual, estètica, de les majories intel·lectualment senzilles, que moltes de les obres tancades en llibres i museus. En conseqüència, els pintors, "ninotaires" o il·lustradors que participaren en el procés de creació o en la promoció comercial de formes gràfiques de marques i produc-



tes, arribaren a la immensa majoria, que de manera inconscient les havia anat assimilant. Així els seus creadors, sovint anònims, han contribuït a potenciar la iniciativa del disseny gràfic a Catalunya, i a incrementar alhora el nivell cultural de la població.³

La publicitat, o utilització de tècniques persuasives a través de diferents mitjans de comunicació per a promoure la venda d'un producte és tan antiga com el comerç. Però la veritable història de la publicitat com a factor econòmic poderós té

l'origen en la industrialització vuitcentista, que assenyalava per a l'anunci la utilització de tots els recursos de l'art, la indústria i la psicologia, i que determina la creació d'una veritable tècnica publicitària. Publicitat que exerceix una poderosa i innegable influència sobre la població, i que fa un paper fonamental en les societats desenvolupades contemporànies.⁴

Aquesta exposició presenta i analitza la publicitat comercial reusenca des dels



seus orígens fins la més estricta contemporaneïtat, acotada simbòlicament amb els Jocs Olímpics de Barcelona 92, en què Reus fou subseu olímpica. Els anuncis i altres productes publicitaris exposats —marques, targes, postals, cartells, calendaris...— són una selecció feta amb l'objectiu de donar una bona representació dels produïts a la ciutat de Reus i a la seva comarca. La gran majoria dels anuncis foren creats per artistes reusencs i destinats a productes o empreses reusenques. També n'hi figuren de fets per reconeguts artistes de fora —com Gaspar Camps, Lluís Blesa, Antoni Utrillo, Alexandre Cardunets, Gaietà Comet, Josep Morell, o Nicolau Miralles "Lau"— per a empreses locals, i els realitzats per dibuixants nascuts a Reus per a empreses o productes de fora. A més del sentit estètic, l'evolució dels anuncis és també en part la de la indústria i el comerç de la ciutat i permet conèixer millor alguns aspectes de la vida quotidiana. S'hi observa la transformació en el transport, la tècnica, la moda, la medicina, i en general del consum.

Els anuncis seleccionats han estat ordenats des de dos punts de vista: per períodes cronològics clars: el segle XIX, el primer terç del XX (1900-1930), els anys de la República i la guerra civil (1931-1939), la llarga postguerra (1939-1962), i del creixement dels seixanta al 1992 (1962-1992). El recorregut cronològic mostra l'evolució tipogràfica i estètica, la presència dels anuncis dins el contingut general de les publicacions i el canvi de productes i serveis segons cada època. D'altra banda, la visió temàtica presenta el contingut dels anuncis, el tipus d'objectes publicitaris agrupats en grans blocs. Mentre que la quantitat d'anuncis de premsa reusenca és abassegadora, el nombre de cartells conservats —el més antic, popular i artístic dels medis publicitaris— és molt escadusser.

El material de l'exposició és format majoritàriament per reproduccions fotogràfiques dels anuncis comercials reusenca més destacats de cada una de les èpoques, i un bon nombre d'originals publicitaris: revistes, cartells, targes, postals, calendaris, ventalls, io-iós, xapes, etc. Cada un d'ells ha estat seleccionat d'entre els més de quatre mil anuncis localitzats, i entre els més de mil publicats als dos volums del llibre *Publicitat comercial a Reus*. Ni els llibres ni l'exposició haurien estat possibles sense la genero-





sa col·laboració dels col·leccionistes, comerciants, industrials, institucions públiques i privades que han cedit generosament els anuncis per a l'exposició i la reproducció.

La publicitat que veurem a l'exposició constitueix un dels termòmetres sociològics més eficaços per mesurar el nivell estètic de la població mitjana d'aquella època de la manera més fàcil i distreta. Són aquestes característiques que, com a Satué, em semblen especialment útils avui, en l'inici de l'expansió d'Internet o xarxa global, la WWW, quan tothom és

conscient de l'evidència de la supeditació de la publicitat a aquesta gran estructura anomenada capitalisme, responsable de la informació, com a mínim tendenciosa, que sovint transmet.⁵

Publicitat, o l'art de fer que allò que produeix plusvàlua, benefici, esdevingui necessitat social.

Salut, i bon profit...

Albert Arnavat

Doctor en història, professor associat de la Universitat Rovira i Virgili i dissenyador

NOTES:

1. SATUÉ, Enric. *Un Museu al carrer. Lletres, imatges i tècniques dels rètols comercials a Catalunya*. Diputació de Barcelona, 1984. – *El llibre dels anuncis*, I. El temps dels artesans (1830-1930); II. Anys d'aprenentatge (1931-1939), 1988; III. Tornar a començar (1940-1962), 1990; i IV. A la recerca d'un ordre nou (1962-1992), 1994, Barcelona: Alta Fulla. – *El Disseny Gràfic a Catalunya*. Barcelona: Llibres de la Frontera, 1987. *El Disseny gràfic. De los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza, 1988. – *Los demiurgos del diseño gráfico*. Madrid: Mondadori, 1992.

La meua primera aproximació al tema fou A. ARNAVAT. *Propaganda comercial a Reus (1813-1936)*. *L'skyline de l'autosatisfacció*; *Zona Metropolitana, Magazine d'actualitats*, 6, Reus, 1992, pp.11-13. Vegeu també A. ARNAVAT: "Publicitat comercial a Reus", *Plecs d'Història Local*, 68, IV-1997; *L'Avenç*, 213, Barcelona, IV-1997.

2. ARNAVAT, Albert. *Publicitat comercial a Reus. L'skyline de l'autosatisfacció*. Ajuntament de Reus, 1996 i 1998. 2 vols. 240 i 240 pp. En el pròleg, Enric Satué escriu: "(...) Hi ha marques, etiquetes i anuncis d'anís, llexiu, cafè, teixits, begudes, xocolates, iogurts, peces de vestir i calçar i parament de la llar, que han penetrat tant en el subconscient col·lectiu que avui formen part del patrimoni iconogràfic popular per mèrits propis, perdut pel camí l'origen prosaic dels mitjans emprats per tal de provocar-se una empremta tan profunda. [...] Perquè, si com va escriure encertadament Gerard de Nerval, 'la clau per a conèixer la història de França són els blasons' (és a dir, l'heràldica), haurem d'afanyar-nos a començar ben aviat l'estudi de marques i logotips, si és que volem conèixer tota la història de Catalunya. I aquest llibre que teniu a les mans esdevindrà, sens dubte, una peça clau."

3. SATUÉ, E. *El llibre...*, I, pp.7-9.

4. ARNAVAT, A.: "El naixement de la publicitat a Catalunya". A: *Història, Política, Societat i Cultura dels Països Catalans, La consolidació del món burgès. 1860-1900*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1996. Vol. 7. pp. 262-263.

5. SATUÉ, E. *El llibre...*, II, pp. 39-42.



Museu Comarcal
Salvador Vilaseca
Reus



Ajuntament de Reus
Projecció Econòmica
i Estratègia de Ciutat