

La medalla de premio en la publicidad. Exposiciones, marcas y propaganda en Cataluña (1888-1929)

Albert Estrada-Rius



Reial Acadèmia Europea de Doctors
Real Academia Europea de Doctores
Royal European Academy of Doctors

BARCELONA - 1914



El Dr. Albert Estrada-Rius es doctor en Derecho por la Universidad Pompeu Fabra (2001) y en Historia (2012) por la Universidad de Barcelona y licenciado en Filosofía y Letras (1993), en Derecho (1998), en Ciencias Políticas y de la Administración (2001) y en Historia del Arte (2006) por la Universidad Autónoma de Barcelona.

Desarrolla su actividad profesional como conservador del Gabinet Numismàtic de Catalunya del MNAC y como profesor en las universidades Autónoma de Barcelona y Pompeu Fabra. En el Museo dirige las tribunas numismáticas anuales *Seminari d'Història Monetària de la Corona d'Aragó* y *Curs d'Història Monetària Hispànica* y ha comisariado distintas exposiciones temporales y coordinado sus respectivos catálogos. Es autor de publicaciones científicas y divulgativas.

Ha sido galardonado con la beca anual de historia medieval de la Fundació Noguera (2013), con el premio Pròsper de Bofarull del Institut d'Estudis Catalans (2014) y reconocido por la Asociación Numismática Española con las medallas Javier Conde Garriga (2011) y Excelente al Mérito Numismático (2017). Es miembro de número electo de la Reial Acadèmia de Bones Lletres de Barcelona (2022) y correspondiente de la Reial Acadèmia Catalana de Belles Arts de Sant Jordi (2013), de la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación de España (2015), de la Real Academia de la Historia (2019) y del Instituto Bonaerense de Numismática y Antigüedades (2015). También es vocal de la Sociedad Iberoamericana de Estudios Numismáticos (2012).

**La medalla
de premio en
la publicidad.
Exposiciones, marcas y
propaganda en Cataluña
(1888-1929)**

Excmo. Sr. Dr. Albert Estrada-Rius

La medalla de premio en la publicidad. Exposiciones, marcas y propaganda en cataluña (1888-1929)

Discurso de ingreso en la Real Academia Europea de Doctores, como
Académico Numerario, en el acto de su recepción
el 1 de octubre de 2024

por el

Excmo. Sr. Dr. Albert Estrada-Rius
Doctor en Derecho y Doctor en Historia

y contestación de la Académica Numeraria y Vicepresidenta

Excma. Sra. Dra. M. Àngels Calvo Torras
Doctora en Veterinaria y Doctora en Farmacia

COLECCIÓN REAL ACADEMIA EUROPEA DE DOCTORES



Reial Acadèmia Europea de Doctores
Real Academia Europea de Doctores
Royal European Academy of Doctors

BARCELONA - 1914

www.raed.academy

© Albert Estrada-Rius¹

© Real Academia Europea de Doctores

La Real Academia Europea de Doctores, respetando como criterio de autor las opiniones expuestas en sus publicaciones, no se hace ni responsable ni solidaria.

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del “Copyright”, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático y la distribución de ejemplares de ella mediante cualquier medio o préstamo público.

Producción Gráfica: Ediciones Gráficas Rey, S.L.

Impreso en papel offset blanco Superior por la Real Academia Europea de Doctores.

ISBN: 978-84-09-64845-0

D.L: B 18163-2024

Impreso en España –Printed in Spain- Barcelona

Fecha de publicación: octubre 2024

¹ ORCID 0000-0002-4093-2975.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y AGRADECIMIENTOS	9
DISCURSO DE INGRESO	13
1. INTRODUCCIÓN	13
2. LA EDAD DE LAS GRANDES EXPOSICIONES	17
3. EL PROTAGONISMO DE LA MEDALLA EN LAS EXPOSICIONES	25
4. LA INCORPORACIÓN DE LAS RECOMPENSAS INDUSTRIALES EN LA IMAGEN COMERCIAL.....	37
4.1. Antecedentes	47
4.1.1. El precedente del distintivo de Proveedor de la Real Casa.....	47
4.1.2. El complemento de las condecoraciones.....	59
4.1.3. El reconocimiento de asociaciones y corporaciones.....	66
4.2. La medalla de premio de exposición y las marcas locales.....	70
4.2.1. Espacios y formatos de promoción empresarial.....	80
4.2.1.1. El establecimiento comercial o empresarial	80
4.2.1.2. La papelería de empresa.....	87
4.2.1.3. El etiquetaje, envasado y empaquetado	90
4.2.1.4. La cartelería artística.....	93
4.2.1.5. La publicidad en la prensa y en las guías	99
4.2.1.6. <i>Ephemera</i> y jetones publicitarios.....	102
4.2.2. Algunos testimonios comerciales históricos.....	108
4.2.2.1. El valor de la continuidad y de la fidelidad a un modelo. Algunas marcas vigentes	108
4.2.2.1.1. Fábrica de anisados de Vicente Bosch.....	108
4.2.2.1.2. Agua mineral del manantial Vichy Catalán.....	113
4.2.2.1.3. Aceites y aceitunas G. Sensat	115
4.2.2.1.4. Cerrajería y Pararrayos J. Torrente.....	117
4.2.2.1.5. Antigua farmacia Comabella, actual Mas Docampo.....	121

4.2.2.1.6. Antigua farmacia Cases, actual Agramonte	127
4.2.2.2. El valor de la recuperación de la memoria. Algunas marcas extinguidas	133
4.2.2.2.1. Taller de carpintería, construcción y depósito de fuelles José Castelló	133
4.2.2.2.2. Establecimiento y fábrica de efectos militares Castells.....	135
4.2.2.2.3. Establecimientos de fotografía de la familia Napoleon	140
4.2.2.2.4. Gran fábrica de pianos y armóniums Berrnareggi.....	147
4.2.2.2.5. El Ingenio.....	151
4.2.2.2.6. Gran fábrica especial de paraguas, sombrellas y abanicos Bruno Cuadros	155
5. CONCLUSIÓN.....	161
6. FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA.....	165
6.1. Colecciones y fuentes primarias.....	165
6.2. Fuentes primarias impresas y bibliografía citada.	165
6.3. Impresos	168
6.4. webgrafia	169
DISCURSO DE CONTESTACIÓN.....	175
Publicaciones de la Real Academia Europea de Doctores.....	189



⊗ PRESENTACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Me complace mucho estar esta tarde con todos ustedes para leer, en este solemne acto, el preceptivo discurso de ingreso como Académico de Número de esta Real Academia Europea de Doctores y escuchar, a continuación, la contestación que, en nombre de esta Real Corporación, ha preparado la Académica de Número y Vicepresidenta, Excma. Sra. Dra. Maria dels Àngels Calvo.

Debo confesarles, antes de empezar mi intervención, que, junto al natural sentimiento de íntima satisfacción que conlleva un acto de este tipo y, por supuesto, de vivo agradecimiento a los que lo han hecho posible, siento, también, una cierta extraña sensación de *dejà vu*, puesto que no puedo olvidar que el 18 de octubre de 2016 me encontraba en esta misma sede y auditorio, muy bien acompañado por muchos de ustedes, en el trance de leer el preceptivo discurso de ingreso como académico correspondiente de esta docta casa, apadrinado por el Excmo. Sr. Dr. Carlos Dante Heredia. Cierto es que la dolorosa ausencia de algunos de los que entonces me acompañaban –mi padre, en particular, pero también otros queridos amigos- me recuerda inevitablemente que han pasado casi diez años y que el trascurso del tiempo no pasa en balde para nadie. Quizá por esto me ha costado volver a este auditorio, en el que se concentran tantos sentimientos encontrados, para repetir esta liturgia académica.

Debe saberse que cada corporación académica tiene sus particulares reglamentos, solemnidades y costumbres internas y es particular, aunque no exclusiva de ésta que hoy nos acoge, que los académicos correspondientes tengan el derecho, el deber y el honor al solemne ingreso que, sin duda, imprime carácter e iguala en el saber a todos los miembros de uno y otro grado.

Creo que es una particularidad a destacar que honra y distingue esta corporación. Hoy, pues, vuelvo a comparecer ante todos ustedes para cumplir con el precepto estatutario –eso sí– con una experiencia acumulada.

Hecha esta confidencia preliminar quiero que mis primeras palabras, en este mi segundo ingreso, sean de sincera gratitud por el honor que me dispensa su Presidente, Junta Directiva y todos sus académicos al acogerme como miembro de pleno derecho en el seno de esta Real Corporación y, muy especialmente, a la Dra. Maria dels Àngels Calvo, que me amadrina en este ingreso. Admiro su capacidad de trabajo, su entusiasmo y optimismo ante cualquier reto intelectual y su cercanía humana. Tampoco puedo olvidar que es discípula predilecta del Excmo. Sr. Dr. Pere Costa, otro insigne académico y sobre todo admirado amigo. Espero poder corresponder, a partir de ahora y en la medida de mis modestas posibilidades, para hacerme merecedor de esta confianza.

En mi anterior discurso de ingreso diserté sobre un tema propio de la historia del derecho y de las instituciones públicas como es la figura histórica de los cónsules de Ultramar y su vinculación con Barcelona. Quise, entonces, reivindicar mi doble formación académica en Historia del Derecho y de las Instituciones y en Relaciones Internacionales en un asunto de estudio que estaba en la confluencia de ambos saberes y que, además, se relacionaba con mi dedicación diplomática, entonces como vicecónsul honorario de la República de Eslovenia, que continuo ahora como cónsul general honorario.

En esta ocasión, haré uso de la amplitud de saberes que acoge y ampara esta docta casa para ahondar en otras de las facetas de mi formación académica y de mi dedicación profesional. Esto es, sobre todo, como numismático y como historiador del Arte.

A lo largo de los últimos 23 años he tenido la fortuna de poder madurar esta última doble formación y ejercerla profesionalmente como conservador del histórico Gabinet Numismàtic de Catalunya, fundado en 1932, e incardinado, desde 1991, en el Museu Nacional d'Art de Catalunya.

Es en este contexto particular de interrelación de la numismática con las otras disciplinas artísticas presentes en el Museo que elijo el tema del discurso. Esta tarde voy a disertar sobre un asunto formalmente situado en el campo de la medallística, o rama de la numismática que estudia las medallas. De la frondosa rama del árbol del arte de la medalla voy a elegir una tipología muy concreta. Esto es, la de las medallas creadas en el seno de las grandes exposiciones comerciales con el fin de estimular, reconocer y premiar a los asistentes más destacados y a los ganadores de los distintos concursos que, en su seno, se convocaban.

Mi discurso va a centrarse en el uso propagandístico que de esas medallas y recompensas hicieron algunas razones comerciales para reforzar, prestigiar y proyectar su marca y sus productos en el mercado. Se trata de una práctica que empezó en el ochocientos a caballo del desarrollo de la publicidad y que, en algunas marcas particulares, ha perdurado hasta la actualidad. Basta recordar las etiquetas de algunos productos en las cuales son visibles algunas de estas medallas. Esta continuidad se explica por el legítimo interés de procurar distinguir una imagen comercial con unos valores de credibilidad centenaria y de vinculación de la marca con activos relacionados con la tradición y la historia. En definitiva, dotar al producto de una áurea de validez, solvencia y confianza.

Se trata de un fenómeno de alcance general en el mundo occidental que fue recibido, imitado y desarrollado en España.

En esta ocasión nos centraremos en el contexto de marcas catalanas en un marco cronológico orientativo situado, no por casualidad, entre las grandes exposiciones barcelonesas de 1888 y 1929. Esta etapa es la que podemos considerar de mayor esplendor y difusión del fenómeno. Algunas de las marcas y compañías reseñadas han desaparecido, pero otras están plenamente vigentes. Confío conseguir trenzar un relato que nos acerque a un retazo cotidiano de nuestra historia empresarial más inmediata vinculada, también, de alguna manera, con la historia de Foment del Treball Nacional, en cuya sede nos encontramos esta tarde.

Algunas publicaciones de nuestra historiografía reciente han reivindicado, de manera un poco oportunista, los comercios e industrias que han sobrevivido con fines propagandísticos olvidando las desaparecidas. En este caso, en un ejercicio de ecuanimidad histórica, vamos a poner en el mismo plano a todos los que utilizaron esta estrategia comercial basada en el prestigio de las recompensas. Cabe aclarar que, tras una exposición sistemática del fenómeno, nos centraremos en una pequeña selección de empresas en activo y de otras desaparecidas que tienen en común el uso publicitario de sus medallas de premio. Este discurso no puede ser exhaustivo sino que solo aspira a una representación del fenómeno. Que esta incipiente investigación tenga un desarrollo futuro, o no, dependerá del interés que despierte entre el público.

Sin más preámbulos, y agradeciéndoles de antemano su asistencia y la paciencia al escucharme, procedo a leer el preceptivo discurso de ingreso.



❧ 1. INTRODUCCIÓN

El preámbulo que ha precedido a la lectura del discurso que ahora inicio simplifica la introducción al mismo. Ya he avanzado el tema y la razón de la elección. Esto es, la presencia de la medalla de premio, especialmente la obtenida en las grandes exposiciones y certámenes comerciales, en la construcción y proyección publicitaria de algunas de las marcas catalanas en el arco cronológico de 1888 a 1929. El tema va a permitirnos un viaje en el tiempo en una Barcelona que, a pesar de los grandes cambios sufridos, mantiene tradiciones y vestigios de ese pasado vinculado al despliegue de la burguesía, de la industrialización y del capitalismo. Vamos a recuperar el recuerdo de empresas desaparecidas y olvidadas a la vez que vamos a homenajear a otras que siguen activas y han sabido mantener esos elementos que son, de manera simultánea, de su historia patrimonial particular y del patrimonio cultural empresarial común de la Cataluña industrial y mercantil.

La exposición, como en los estudios de historia de las instituciones a los que tanto debo en cuanto a la sistemática, tendrá una primera parte interpretativa, abstracta, de conceptualización y generalización de las categorías a tener en cuenta y una segunda parte, casuística, de análisis de los ejemplos recogidos existentes y desaparecidos. De hecho, la primera se construye sobre la segunda, pero a efectos de la presentación y comprensión del tema, es preferible la exposición en este orden.

Las fuentes de estudio para emprenderlo han oscilado entre la bibliografía especializada en la historia empresarial y comercial para los contextos generales y para las historias particulares, de

una parte, y la multitud de evidencias documentales de todo tipo. Esto es, artísticas, fotográficas y arquitectónicas junto a los propios productos, o parte de los mismos, como etiquetas, contenedores y botellas que ilustran esa faceta tan particular que nos hemos propuesto presentar. Archivos, Museos, Bibliotecas y Hemerotecas públicas y alguna colección particular han sido fundamentales, del mismo modo que el trabajo de campo a partir del callejeo real por las vías barcelonesas y por las virtuales de internet a la búsqueda de evidencias del fenómeno. Vaya por delante mi agradecimiento a todas las personas que me han ayudado en esta investigación.

Claro está que nos centramos en un sector particular y concreto y, por ello, debe quedar claro, desde el primer momento, que no disertamos de la multitud de marcas comerciales que no obtuvieron o no quisieron utilizar esas medallas de premio en la construcción de la imagen de su marca. Únicamente aquellas que sí lo hicieron van a ser objeto de análisis. Son las que llamamos, por esta razón, *las laureadas*. Tampoco se trata, insistimos en ello, de un estudio con voluntad exhaustiva sino solo representativa. Me encantaría recibir un retorno o *feed back* de los hoy oyentes, o más adelante lectores del discurso impreso, facilitándome otras marcas y otros comercios –existentes o ya desaparecidos- que amplíe el catálogo de los que he utilizado. Estoy convencido que, tras escuchar este discurso y durante las próximas semanas, van a encontrar muchas de estas medallas en etiquetas de productos de diferente índole y quizá, se animarán a visitar alguno de los establecimientos históricos en los que me detendré en mi exposición.

La finalidad del trabajo es evidenciar un modelo concreto de difusión publicitaria de una marca rodeándola de recompensas empresariales. Se constata el éxito de este sistema, entonces innovador y moderno, que fue hegemónico entre las marcas

catalanas entre 1888 y 1929 y que, como la cola de un cometa, se ha mantenido entre algunas de ellas, que todos identificaran o han identificado ya, hasta el día de hoy como parte de su patrimonio de marca. Con esto habremos sentado un primer paso que ha de permitir, en investigaciones futuras, la comparación nacional e internacional de magnitudes de uso de esta particular estrategia comercial¹. Este trabajo también quiere poner en alerta sobre la fragilidad de los testimonios arquitectónicos y decorativos de estas manifestaciones que son un patrimonio que, por estar expuesto, en parte, en la vía pública o en locales, está siempre amenazado por el vandalismo y por intervenciones o reformas desafortunadas.



¹ Véase, por ejemplo, BERGOT & DRIEN 2017.

⊗ 2. LA EDAD DE LAS GRANDES EXPOSICIONES

Europa, a mediados del siglo XIX, es un continente en el que la Primera Revolución Industrial, de un modo u otro, está en pleno desarrollo. El capitalismo, de la mano del liberalismo político y del librecambismo, se expande por todo el Occidente europeo con la ambición de extenderse por todo el mundo. El carbón y el vapor mueven los ferrocarriles y los navíos que acortan las distancias, facilitan el transporte de viajeros, materias primas y productos manufacturados. Pronto se desarrollarán grandes proyectos de ingeniería para acortar distancias y disminuir los costes de transporte.

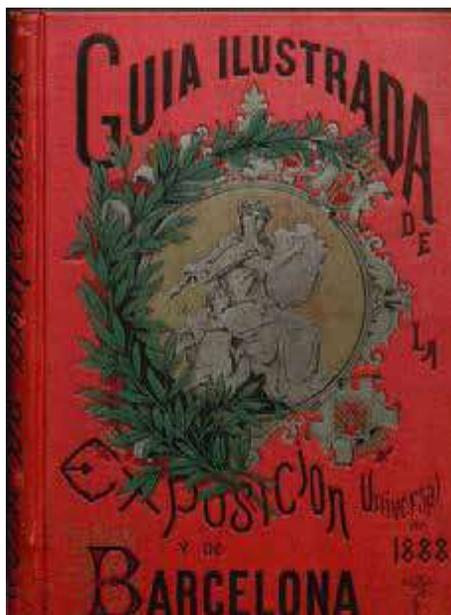
El vapor también se aplica a toda la industria que empieza a producir de acuerdo a los principios de la economía de escala, mientras los gremios entran en profunda crisis y el artesanado deja paso, resistiéndose, a obreros, empresarios e inversores. Las reformas legislativas bancarias, bursátiles, arancelarias, de protección de la propiedad industrial y de las distintas formas societarias se seguirán, unas tras otras, a fin de implantar el liberalismo económico. No todo es positivo y, tras fases de expansión económica y bonanza, llegan otras de depresión y crisis. Las nuevas tensiones sociales entre patronos y obreros y la eclosión de ideologías opuestas al capitalismo, algunas violentas como el anarquismo, conviven con los oropeles de las exposiciones.

La necesidad de recursos y materias primas pronto lanzará a las principales potencias a una carrera colonial mundial que culminará en el Congreso de Berlín (1885) y el posterior tratado de reparto de África. No hay tierra que quede fuera del alcance de la

ambición de la exploración y la posterior dominación y colonización. En ese contexto globalizador los mercados locales tradicionales se ven forzados a expandirse para sobrevivir y crecer frente la competencia, a la búsqueda de nuevos espacios, a la vez que a defender sus mercados tradicionales. En este contexto se obliga incluso a los países, tradicional y voluntariamente aislados, como China y Japón a participar, por la fuerza si es necesario, en el concierto internacional de las naciones y en el comercio que, en esta etapa imperialista, viene a ser su ley suprema.

En ese contexto, radicalmente innovador, aparece un formato nuevo de gran evento que se alza sobre los antiguos y tradicionales mercados y ferias del Antiguo Régimen. Se trata, por supuesto, de las grandes exposiciones como puntos de confluencia estratégicos, de estímulo, de talento, de novedad y de negocio. Las hay sectoriales y generales. Las hay universales, internacionales, nacionales y regionales. Unas y otras modalidades se combinan y acaban por fijar unos modelos que se trasladan, copian y adaptan a la escala por la que se opta. La celebración de una exposición es símbolo de modernidad, de superación de fronteras y una manera de mostrar poder e influencia política, industrial y comercial. Es quizá el primer evento global que interesa a todos por su carácter abierto y socialmente transversal.

1. Valero de Tornos, Juan. *Guía ilustrada de la Exposición Universal de Barcelona en 1888: de la ciudad, de sus curiosidades y de sus alrededores*. Barcelona, 1888.



La primera gran exposición universal se celebra en Londres en 1851. Se trata de un acontecimiento global y sociedades como la Asociación Económica Barcelonesa de Amigos del País se interesan por el acontecimiento y escuchan los informes de los corresponsales que han asistido, como el economista Laureano Figuerola (1816-1903). La exposición de Londres tiene, además, como escenario representativo el famoso *Crystal Palace* que inaugura la arquitectura de hierro. Efectivamente, las exposiciones impulsan un nuevo tipo de arquitectura moderna, grandilocuente y, en principio, efímera. Las autoridades respaldan estas exposiciones y los ciudadanos tienen acceso a las mismas en masa. Las nuevas exposiciones vienen a substituir a las antiguas cámaras de maravillas o *Wunderkammer* en las que la tecnología *artificialia* queda a la vista de todos contrapuesta a la *naturalia* como testimonio de la capacidad transformadora del ser humano frente la naturaleza. El ansia de conocimiento y la seducción de las culturas lejanas llevan a acercarlas en las exposiciones en forma de productos coloniales expuestos de manera ordenada y sistematizada en la que las secciones técnicas alternan con otras más de índole etnográfico.

El modelo que proyecta Londres tiene los antecedentes y raíces en Francia. No importa, una capital tras otra, siguiendo el liderazgo de Londres, se afanan para organizar su propio certamen y convertirse en anfitrionas del mundo y entrar en el ranking secuencial de las grandes capitales organizadoras. En 1855 es París, en 1860, es Besançon; en 1867 otra vez París, en 1871 es Córdoba (Argentina); en 1872 es Lyon; en 1873 es Viena; en 1876 es Filadelfia (EEUU); en 1878 es París; en 1879 es Sidney; en 1881 repite París; en 1883 es Amsterdam; en 1885 es Amberes; en 1888 es Barcelona; en 1889 vuelve a repetir París; en 1893 es Chicago; en 1894 es Leipzig; en 1900 vuelve París; en 1911 es Turín, en una sucesiva lista de capitales y eventos que muestran el vigor y el arraigo del modelo. En los intervalos

de las grandes exposiciones universales también se celebran exposiciones internacionales como lo serán, por citar unos pocos ejemplos, las de Saint Louis en 1904; la fallida de Nueva York en 1908 o Barcelona y Sevilla en 1929.

Por supuesto, a nivel nacional y regional se intercalan y solapan desde mediados del siglo XIX muchas exposiciones temáticas o sectoriales. Solo citaremos algunas relevantes que nos son cercanas como la Exposición de Industria, Artes y Oficios de Barcelona de 1860; la Exposición General Catalana de Barcelona de 1871; la Exposición Artística, Marítima y Agrícola de Barcelona de 1872; la Exposición de Productos Catalanes de Barcelona de 1877; la I Feria de Muestras de Barcelona en 1920 y la Exposición Internacional del Mueble y de la Decoración de interiores y Exposición Internacional de la Edificación de Barcelona en 1923.



2. Medalla de premio al Progreso de la Exposición Regional de Vilanova i la Geltrú, 1882.

Junto a todas estas se celebraron multitud de exposiciones locales y regionales en España como la de Matanzas (Cuba) de 1881 (fig. 3) en la que participaron doce países. Un año después, en

1882, era la dinámica localidad de Vilanova i La Geltrú la que protagonizaba una exposición regional de carácter industrial y técnico (fig. 2) que se considera que fue la preparación de la Exposición Universal de Barcelona de 1888. En 1895 era el turno de Manila y la Exposición Regional de Filipinas. No son listados exhaustivos pero muestran como las exposiciones llegaron a ser eventos con una gran continuidad.



3. Medalla de premio al Mérito de la Exposición de Matanzas (Cuba), 1881.

El modelo cala hondo y, pronto, exposiciones nacionales y regionales satisfacen las ansias a todos los niveles en España. Madrid, Zaragoza, Lugo y otras organizan exposiciones. Barcelona es una ciudad en la que el modelo se convierte en transcendental para su crecimiento urbanístico. El éxito de la gran Exposición Universal de Barcelona de 1888 marca un punto de inflexión en la historia de la ciudad y llena de orgullo a la burguesía como clase social que sostiene la iniciativa y, así, el evento tiene su azarosa continuidad en la Exposición Internacional de Barcelona de 1929, simultánea a la Exposición Iberoamericana de Sevilla del mismo año. Se está en plena Segunda Revolución Industrial, la de la electrificación. El contexto político es muy

distinto pero el formato, de éxito, y ya consolidado, sigue un modelo muy similar.

El certamen se desarrolla en un amplio espacio ferial que transforma sectores de la ciudad con su recinto y los pabellones y los expositores particulares u oficiales. Llegan visitantes locales y extranjeros, mezclados por unas semanas o unos meses, que recorren y viven en la ciudad. Visitantes anónimos, legaciones oficiales, corresponsales de prensa y hasta miembros de la realeza de incógnito. La urbe se beneficia de una inversión extraordinaria, que incluye empréstitos y una deuda municipal que se tardará en cubrir, y que se justifica por la mejora de las infraestructuras y por el prestigio adquirido.

Una exposición es un monumental escaparate en el que ver y ser visto. Se editan guías para visitarla (fig. 1), listados de expositores y de premiados (fig. 5) y hasta periódicos para seguir la actualidad diaria del recinto y sus eventos. Se trata, también, de un mercado en el que se compran y se venden proyectos y realizaciones modernas y, también, un campo en el que se compite abiertamente bajo la supervisión de jurados. Es un mundo regido por registros de marcas y patentes que se compran y se venden bajo unas leyes de protección industrial que buscan la armonización internacional con tratados y oficinas especiales. También es un espacio simbólico de diplomacia en el que los Gobiernos ponen todo su empeño en proyectar su imagen de poder y liderazgo global. En definitiva, su “marca” estatal.

En este contexto también hay que incardinar en España el papel de las ilustradas Sociedades Económicas de Amigos del País que, a nivel provincial y local, juegan un papel dinamizador ayudando a canalizar los esfuerzos, temores y ambiciones de las élites locales. Pronto se les sumarán otros organismos nuevos

que coordinarán los intereses de los sectores empresariales y comerciales. Entre las actividades de las citadas sociedades están las promociones y la entrega de medallas de mérito y su suma a la organización de exposiciones regionales. Cabe destacar, por ejemplo, la de Barcelona y sus medallas.² Un elemento que se sumará a los eventos y medallas de recompensa o mérito que otorgarán algunos ayuntamientos o diputaciones como la de Barcelona.



2 Crusafont 2006 cat. nº 1102.

❧ 3. EL PROTAGONISMO DE LA MEDALLA EN LAS EXPOSICIONES

La celebración de las exposiciones ofrece un campo imprevisto, o no, de desarrollo y aburguesamiento de la medalla tradicional. Recordemos que la medalla surge en el Renacimiento como un pequeño objeto exótico y prestigioso que emula formalmente las viejas monedas griegas y romanas atesoradas por los coleccionistas. Surge como una especie de pequeña obra de arte monetiforme con retratos de las personas a las que se quería homenajear, inscripciones conmemorativas y laudatorias e imágenes simbólicas y emblemáticas en sus dos caras. Muy pronto, los papas y los otros soberanos temporales se dan cuenta de su potencial y acaparan su emisión. Solo los gobernantes o las grandes figuras tienen su sitio en el campo metálico de la medalla. Los reyes europeos regalarán sus medallas con sus retratos, a veces colgando de cadenas de oro, como se reparten gracias o se ofrecen obsequios diplomáticos.



4. Medalla de premio al Mérito de la Exposición de la Diputación a los adelantos en ciencias y Artes de Madrid, 1841.

El atractivo estético del nuevo formato; la posibilidad de su producción seriada en distintos metales según la categoría del que debe recibirla, y las enormes posibilidades propagandísticas, acabaron en confluír en una larga sucesión de especímenes de un género bien consolidado. Esto es, el de la medalla conmemorativa. El gobernante celebraba con su acuñación un acontecimiento de cualquier índole y a su promotor por partes iguales.

En los siglos XVII, XVIII y XIX llegaron a crearse auténticas series de medallas conmemorativas nacionales que, al ordenarse de manera consecutiva, devenían historias metálicas capaces de resistir la peor de las iconoclastias pues, como las monedas de la Antigüedad, siempre llegaba algún ejemplar que garantizaba la preservación de ese pedazo de historia que se quería narrar. Como siempre, la copia y el traslado de experiencias de una corte a otra, de un Estado a otro cruzó Europa entera. Esta última era la que diferentes autoridades territoriales acuñaban y repartían al público en el solemne acto de proclamación de un nuevo soberano.

La medalla hasta el siglo XIX es, básicamente, un regalo diplomático y un divertimento para coleccionistas eruditos. También una expresión del poder político que se proyecta como un medio de gracia o recompensa, de una parte, y de recuerdo, homenaje y conmemoración, de otra. En definitiva, un instrumento de exaltación de la majestad del poder real. De una parte, gracias a la medalla conmemorativa y, de otra, gracias a la medalla de proclamación y jura. Dos manifestaciones metálicas cuya relación viene a ser la de género y especie.

Algo de todo ello se manifestará en las primeras medallas de las exposiciones y, especialmente, en las medallas de premio de los certámenes, que abrían las puertas de su distribución de manera democrática a la oligarquía comercial e industrial. Todas

las medallas adoptarán parte del lenguaje pomposo y grandilocuente de las grandes exposiciones. Por una parte ayudarán a recordarlas y, por otra, recompensarán a sus protagonistas. La propia producción de la medalla se irá industrializando pasando del inicial huecograbado artesanal a la mecanización de pantógrafos y máquinas reductoras.³



5. Portada de la publicación *Expositores de España y sus provincias de Ultramar recompensados en la Exposición Universal de Filadelfia de 1876*. Barcelona, 1877.

La celebración de una exposición implicaba la emisión de una o varias medallas conmemorativas. Son las principales acuñaciones del evento. Las tenemos ya en la Exposición Universal

³ Sobre el proceso, véase Gimeno 2001, p. 17-19.

de Londres de 1851 y en ellas, además de los perfiles de la reina Victoria y de su consorte el príncipe Alberto, tenemos la representación del impactante edificio del *Crystal Palace*. Las sucesivas exposiciones, universales o no, dispusieron de sus respectivas medallas conmemorativas oficiales. Así, también las exposiciones de Barcelona de 1888⁴ (fig. 11) y de 1929⁵ (fig. 12) las tuvieron y en su anverso aparecen los respectivos soberanos reinantes y en el reverso, diversas alegorías. Son las más conocidas y divulgadas por su carácter emblemático y oficial y forman parte de la imagen de la Exposición.



6. Medalla de premio de la Exposición Internacional del Centenario. Filadelfia, 1876.

En primer lugar, tenemos la medalla conmemorativa oficial de regalo, recuerdo o *souvenir* como una manifestación presente en el mundo de los grandes certámenes ya citados. Figura entre la pluralidad de piezas editadas por los organizadores oficiales o por los propios participantes que así publicitaban sus productos. Tenemos distintos ejemplos. En primer lugar, las

⁴ Véase Vives 1916, cat. n° 542 y 540.

⁵ Véase Gimeno 2001, cat. n° 131.

medallas conmemorativas de las exposiciones, que se regalaban o se compraban a un módico precio, y que se presentaban en pequeños estuches. Tenemos los testimonios de las grandes exposiciones de París y de Barcelona de 1888,⁶ pero también las de exposiciones modestas como la Exposición de Matanzas de 1881 o la Exposición de Minería de Madrid de 1882.⁷

En segundo lugar tenemos otra variante que son las medallas que se repartían a los osados visitantes que ascendían en los globos cautivos que fueron durante un tiempo una poderosa atractiva actividad en las exposiciones.⁸ Democratizaron, en este punto, la ascensión en globo y la acuñación de medallas conmemorativas de la misma hazaña de algunas testas coronadas como la de nuestra Augusta Reina Regente. Debe saberse que eran una atractiva novedad en las exposiciones de fines de siglo XIX. Algunas de ellas colgaban de cintas con los colores nacionales a modo de condecoración que premia una hazaña. En todas las medallas citadas se expresa claramente en la inscripción la naturaleza de recuerdo. También se podían adquirir otras medallas que tenían la finalidad expresa de funcionar como *souvenir* o recuerdo como la que se vendía en la Barcelona de 1888 con el Arco de Triunfo en el anverso y la inscripción recuerdo de la Exposición en el reverso.⁹ Dentro de este grupo tenemos a los expositores particulares que podían, igualmente, acuñar medallas o jetones particulares o no oficiales para repartirlas como propaganda propia asociándose, de este modo, al evento.¹⁰ En ocasiones, como veremos, hay medallas de este tipo que sustituyen las tarjetas publicitarias.

6 Véase Almagro-Gorbea 2005, cat. nº 720-722, Vives 1916, cat. nº 543 y nº 858.

7 Véase Vives 1916, cat. nº 514.

8 Véase Gimeno 2001, cat. nº 92

9 Véase Gimeno 2001, cat. nº 61.

10 Véase el epígrafe 4.2.1.6.

Finalmente, la otra gran manifestación medallística que se hizo imprescindible en toda exposición fue la medalla de premio. Las denominaciones variaban en función de lo que se quería premiar o como se quería distinguir. Lo mismo pasaba con las categorías del premio y el metal de la medalla. A esta rama es a la que nos referiremos de manera central en este discurso.



7. Medalla de premio al Mérito de la Exposición Artística, Marítima y Agrícola de Barcelona, 1872.

La medalla de premio o de mérito no fue un invento de las exposiciones en sentido estricto pues ya las reales academias, por ejemplo, habían acuñado medallas de este tipo tales como la Real Academia de la Historia,¹¹ la Academia de Medicina y Cirugía de Barcelona,¹² o la Academia de Bellas Artes de Cádiz,¹³ al igual que también algunas Sociedades Económicas de Amigos del País como, por ejemplo, las de Murcia,¹⁴ Madrid,¹⁵ As-

11 Véase Almagro-Gorbea 2005, cat. nº 615 y 633.

12 Véase Almagro-Gorbea 2005, cat. nº 610.

13 Véase Almagro-Gorbea 2005, cat. nº 694.

14 Véase Almagro-Gorbea 2005, cat. nº 576.

15 Véase Almagro-Gorbea 2005, cat. nº 581.

turias,¹⁶ Valencia¹⁷ o Barcelona.¹⁸ No obstante, las exposiciones las hicieron oficiales en su seno, institucionalizaron su entrega y uniformizaron el modelo, convirtiéndola en una nueva rama bien delimitada del frondoso árbol de la medallística.



8. Diploma de la Exposición Universal de Barcelona 1888 con el marco oficial.¹⁹

La medalla de premio de exposición se acabó convirtiendo en un tipo de medalla bien delimitada. La propia naturaleza competitiva del certamen propició y consolidó su existencia. Cabe señalar que el reparto de medallas y diplomas era muy generoso

¹⁶ Véase Almagro-Gorbea 2005, cat. nº 585.

¹⁷ Véase Crusafont 2006, cat. nº 343 y 347.

¹⁸ Véase Crusafont 2006, cat. nº 551.

¹⁹ <https://www.todocoleccion.net/antiguedades/antiguo-cuadro-exposicion-universal-barcelona-1888-diploma-pintor-victor-morelli-sanchez-gil-x240912965> [Consulta 20.07.2023].

por el gran número de modalidades y secciones que concurrían a cada Exposición. Medallas de premio en categorías de oro, plata o bronce, por distintas razones y justificaciones, además de diplomas y menciones. Toda exposición se convirtió en una verdadera *fons honorum*.

Las medallas eran otorgadas por jurados oficiales y se entregaban junto a diplomas acreditativos (fig. 8). Unas y otros se individualizaban o personalizaban con la posterior inscripción del nombre del agraciado a cargo, respectivamente, del grabador y del pendolista. A menudo había en el diseño de la medalla una cartela dispuesta para esa postrera inscripción. A partir de ese momento un soporte seriado –la medalla acuñada o el diploma impreso– devenía un documento oficial.

Los diplomas se enmarcaban en marcos pomposos que se colgaban en lugares preeminentes. En la exposición de Barcelona de 1888, por ejemplo, incluso se dispuso que hubiese un marco oficial para los diplomas encargado al enmarcador local Gustavo Martí, con tienda en la calle Bruch, nº 112.²⁰ Este marco tenía la peculiaridad de reproducir el anverso y el reverso de la medalla conmemorativa sobre unas palmas y laureles y los escudos del reino y de la ciudad (fig. 8). En definitiva, lo mismo que pasaba, de antiguo, con las concesiones de condecoraciones. Por desgracia, la mayoría de las veces, diploma y medalla han seguido caminos divergentes a excepción de los beneficiarios que fueron lo suficientemente previsores para enmarcarlos juntos. Tenemos algunos ejemplos de estas prácticas. Así, la empresa Grifería Solé, fundada por Ramón Soler en 1890,²¹

20 Véase *La Exposición. Órgano oficial...* 1888, p. 298.

21 Véase https://rsramonsoler.com/es/empresa/quienes-somos?_gl=1*sw6rsn*_up*MQ..*_ga*MTAwMDgwODczNi4xNzI1NTQ5NjU1*_ga_WE88TVQDD6*MTcyNTU00-TY1NC4xLjEuMTcyNTU0OTY2MC4wLjAuMA..&gclid=EAIaIQobChMIjJborI-2siAMVoj8GAB0acxDuEAAYASAAEgICwPD_BwE#morePillars [Consulta 3.09.24]

conserva el diploma de 1929 con la medalla inserta en el cuadro (fig. 10).

En ocasiones, la acumulación de medallas en manos de las grandes marcas empujó a su disposición dentro de marcos ornamentales en los que se disponían de manera ordenada y hasta artística (fig. 41). Estos cuadros de premios viajaban a las nuevas exposiciones (fig. 40, 54 y 66) en las que el productor asistiese como parte de la parafernalia del certamen. Este modelo, bien documentado en el extranjero, acabó siendo adoptado por los productores catalanes como podemos ver comparando el cuadro de medallas de Nestlé²² con el cuadro similar de los aceites locales Porcar (fig. 41).



9. Medalla de premio de la Feria Concurso Agrícola de Barcelona, 1898.

Estas composiciones o panoplias se trasladaron, de algún modo, a toda la publicidad de la empresa, como veremos a continuación, señalando los espacios y formatos de desarrollo. En estas verdaderas hogueras de vanidades comerciales acabarían mezcladas muchos tipos de medallas. Medallas de premio de expo-

²² Véase en la colección del AHCB.

siciones, de reconocimientos y premios colegiales o académicos y hasta condecoraciones nacionales o extranjeras. Todo, como munición de la publicidad comercial que analizaremos en los siguientes epígrafes.

Además del diploma (fig. 8 y 10) y la medalla (fig. 11), que quedaban en manos del ganador, se procuraba dejar memoria y publicidad del resultado de los premios. De este modo se publicaban listados de los premios concedidos, en las distintas categorías, por parte de los organizadores, como se hizo en la Exposición de Barcelona de 1888. Esto daba seguridad jurídica frente a fraudes. A veces, eran los propios agraciados los que promovían la edición de catálogos cuando se trataba de eventos lejanos. Es el caso de la publicación impresa en Barcelona en 1877 de *“los expositores de España y sus provincias de Ultramar recompensados en la exposición universal de Filadelfia en 1876”* (fig. 5). En este caso queda clara la iniciativa de los expositores recompensados en publicitar su éxito mediante letra de molde.



10. Diploma acreditativo de la medalla de premio de oro de la Exposición Internacional de Barcelona de 1929.

El carácter oficial de las exposiciones y de los reconocimientos modela y condiciona los tipos e iconografías presentes en estas medallas. En los eventos de organización estatal suele presidir el anverso la imagen del soberano reinante que encarna, al más alto nivel, al Estado y aporta con su efigie la necesaria relevancia y grandilocuencia al reconocimiento o recompensa. En el reverso suele presentarse una composición alegórica, una inscripción con el nombre del evento, el tipo de reconocimiento que implica y, a veces, el nombre del beneficiario en el campo o en una cartela. También la fecha de celebración es importante. Más cuando habrá ciudades que repetirán la organización de exposiciones. En la historia de estas medallas pasamos de las primeras obras de grabador a las maduras obras de escultores que gracias al pantógrafo y tecnología conexas, se introducen en el arte de la medalla engrandeciéndolo en un proceso que se extiende en toda Europa. El lenguaje estético y simbólico es bastante homogéneo gracias a la continuidad de las exposiciones.



11. Medalla oficial de la Exposición Universal de Barcelona, 1888.

Si las medallas son acuñadas, que es lo normal, el nombre del ganador debe ser grabado a mano. Bueno es recordar que no son pocas las medallas que han llegado sin nombre alguno gra-

bado. El aspecto iconográfico se complementa con el recurso de láureas de todo tipo con la función de marco, así como variadas composiciones de trofeos o bodegones emblemáticos, solos o acompañados con genios y figuras alegóricas. La movilidad de cuños permite diversas combinaciones que afectan, especialmente, los reversos.



12. Medalla de Premio de la Exposición Internacional de Barcelona, 1929.



❧ 4. LA INCORPORACIÓN DE LAS RECOMPENSAS INDUSTRIALES EN LA IMAGEN COMERCIAL

La participación en un certamen expositivo implicaba exponer unos productos en un escaparate para deslumbrar al público, pero también comportaba presentarlos ante la competencia del sector y someterse a la comparación y al juicio del jurado para intentar conseguir ocupar, al final, un nicho en el mercado del sector. De ahí la importancia y valor de los reconocimientos dispensados y de ahí que ya en la exposición se presentasen los reconocimientos ya obtenidos (fig. 40).

En ese contexto de concurrencia cabe entender la importancia de la extensión del reconocimiento y del respeto, a nivel nacional e internacional, del derecho de la propiedad industrial y del derecho de marca. Se evitaba así el peligro de una copia indiscriminada y perniciosa de los inventos y mejoras. Propiedad industrial y marca registrada fueron comprendidos en el Convenio de París para la protección de la propiedad industrial, llamado Convenio de la Unión de París de 20 de marzo de 1883,²³ posteriormente modificado por acuerdo de la Conferencia de Bruselas de 14 de diciembre de 1900. Se actualizaba de este modo el antiguo sistema de patentes a nivel internacional.

Los países fueron protegiendo con una legislación y unas oficinas de patentes este mercado abierto. Fruto de ello fueron las

²³ Véase el texto original en <https://www.wipo.int/wipolex/en/treaties/textdetails/12995> [Consulta 19.08.2024].

marcas registradas que, como signos distintivos propios y únicos, garantizaban la legitimidad del producto frente a productos de la competencia, falsificaciones o imitaciones. En España cabe destacar el Real Decreto de 1887 por el que se establecía la Dirección de Patentes, marcas e Industria,²⁴ dependiente de la Dirección General de Agricultura, Industria y Comercio del Ministerio de Fomento, y la Ley de 1902 sobre la propiedad industrial.²⁵

Estas marcas registradas son el núcleo del proceso del *branding* que vamos a analizar en este discurso. Un proceso en el que la marca va a rodearse de laureles en forma de reconocimientos y distinciones externas. Así, lo vamos a ver, por ejemplo, en las marcas registradas de los aceites y aceitunas G. Sensat, de los chocolates Juncosa, de los productos farmacéuticos de los doctores Andreu, Comabella o Cases. También en la de la manufactura de galletas y bizcochos finos José Creus, la del Anís del Mono de Vicente Bosch, la de Cacaolat de la granja Viader o la de los instrumentos musicales Estela, solo por citar algunos ejemplos. El diseño de cada una de las marcas es diferente y protegido y suele enmarcar en un óvalo o medallón las iniciales y algún dibujo significativo. La marca, por su naturaleza interna y externa, podría ser asimilada a una especie de sello de propiedad protegido por el poder público. El registro de la marca no era obligatorio pero sí recomendable para disponer de un plus de protección legal. A ella se refiere el famoso doctor Salvador Andreu Grau (1841-1928) cuando registró la suya, en fecha 24 de julio de 1883, e incluso imprimió folletos con la marca divulgándola y explicando sus razones de naturaleza jurídica.²⁶

24 Véase *Gaceta de Madrid*, nº 217, 5 agosto 1887, p. 359.

25 Véase *Gaceta de Madrid*, nº 138, 18 mayo 1902, pp. 782-787.

26 Véase la colección del AHCB.

La obtención de una medalla de distinción o premio en una exposición estimulaba su exhibición como el trofeo del que se trataba. Se trataba de una prueba de reconocimiento y de éxito frente a la competencia concurrente. Por ello, muy pronto, los premiados se afanaron en dar a conocer el premio o distinción como una forma de generación de prestigio. La obtención de una medalla, en el contexto competitivo expuesto, también despertaba algún tipo de resorte psicológico de entrar en una carrera para la obtención de otros premios. El medio era la participación en otros certámenes, lo que era posible viendo lo seguido con que se convocaban a diferentes niveles. La concesión de medallas era, por otra parte, uno de los medios que tenían los organizadores para estimular la asistencia de expositores. Se entraba, por tanto, en un sistema que funcionaba muy bien retroalimentándose.

Ya hemos avanzado como normalmente se daba publicidad a los listados de galardonados en cada evento.²⁷ Vamos a ver como, progresivamente, estas medallas ocupan un lugar preeminente en la promoción y posicionamiento de las marcas comerciales en un mercado liberal competitivo y vamos a verlo a través de la presencia y representación de las medallas en los soportes y formatos más dispares.

En este discurso nos centramos en Barcelona, pero tenemos que insistir que el fenómeno, de ámbito mundial, es simplemente recibido y replicado en el ámbito catalán en el que nos centramos. También reiterar que solo un segmento determinado del comercio obtuvo medallas y las utilizó en su estrategia de promoción de marca. Este campo, inicialmente dejado al arbitrio personal, acabó por ser regulado normativamente. En concreto, el sector en el que fijamos la atención en este discurso acabó por ser designado de manera global con el término

²⁷ Véase Expositores 1877.

de recompensas industriales y regulado en el capítulo IV de la Ley de propiedad industrial de 1902. Es obvio que con anterioridad a la misma ya había una cierta regulación sujeta al principio de buena fe del comerciante. En ese sentido, la incorporación de escudos oficiales, condecoraciones y premios tenía que responder a una patente o permiso y a la propia veracidad de las recompensas. En la citada Ley se sistematizaba un asunto que, como hemos venido a probar en este trabajo, tuvo una extensión muy grande.

El contenido de la citada Ley nos ofrece un marco de regulación en la etapa sujeta a estudio. Así, tenemos que pensar que el legislador, en su acto normativo, tomó en cuenta la experiencia anterior. En definitiva, en el art. 42 de la ley se definen como recompensas industriales. “las medallas, menciones, distinciones honoríficas u otros premios cualesquiera obtenidos en concursos o Exposiciones organizadas o autorizadas por una entidad oficial, y las otorgadas por Corporaciones académicas o Sociedades legalmente constituidas y reconocidas”. En el art. 43 se autoriza su uso por parte de quien las posea y solo pone como condición indicar la fecha en que fueron obtenidas y la entidad que en la Exposición o concurso la concedió. Es decir, se exige un ejercicio de transparencia y de verificabilidad del premio para evitar fraudes o ambigüedades. El art. 44 dispone la posibilidad de inscribir en el registro estas recompensas y el art. 45 premia la inscripción en el registro con el derecho de ponerlas al lado de la marca como registradas. El art. 46 protege, finalmente, a quien las haya registrado con la equiparación en derechos al poseedor de una marca registrada. Es decir, tenemos una marca registrada estricta y luego una extensión complementaria protegida (fig. 24, 48, 57 y 76).

También hay que constatar que cada razón social, su marca comercial y su promoción no han sido uniformes e inmutables,

sino que la estrategia comercial y de imagen de marca ha continuado igual a lo largo del tiempo, como destacaremos en este trabajo, o, por el contrario, en un momento determinado, ha estado sujeta a una evolución que la ha modernizado. Es decir que empresas que, en origen, hicieron alarde de los honores y galardones obtenidos pudieron renunciar, posteriormente, a esta estrategia en un afán de modernizar su imagen corporativa. Quizá uno de los ejemplos internacionales más famosos presentes en el mercado español puede ser el de la marca suiza Nestlé mientras que entre los productos nacionales podemos citar a Cacaolat y a Chocolates Juncosa. Ambos utilizaron las medallas en su publicidad inicial para luego evolucionar hasta abandonar ese modelo en aras de una nueva modernidad. La publicidad, no en balde, está sujeta a modas y corrientes.

Sin ánimo de ser exhaustivos podemos dar un repaso a la diversidad de sectores y tipos de empresa que visibilizaron de algún modo la obtención de premios en estas exposiciones. En el ramo alimentario, la fábrica de chocolates Juncosa de Barcelona,²⁸ la de embutidos Torra y Sans de Vic,²⁹ en el sector del corcho los Batet de Sant Feliu de Guíxols.³⁰ El sector de vinos, licores y anisados protagonizó una auténtica explosión competitiva medallística. No en balde se celebraron certámenes específicos como la Exposición Nacional Vinícola de 1877. Así, los productos de la fábrica de licores y anisados Vicente Bosch³¹ de Badalona, sobre los que nos detendremos más adelante; la fábrica de cerveza, gaseosas y sifones Tersa,³² la horchata La Im-

28 Véase Cabana, 1994, 4, p. 217

29 Véase Cabana, 1994, 4, p. 249.

30 Véase Cabana, 1994, 4, p. 304

31 Véase Cabana, 1994, 4, p. 255 y 257.

32 Véase Cabana, 1994, 4, p. 260.

perial de Ramón Josa de Barcelona;³³ la horchata Carlos Montfort de Barcelona;³⁴ el vino rancio José Codinach de Artés;³⁵ el gran licor estomacal Bonet de San Feliu de Guíxols;³⁶ el anisado de Muntal de Manlleu;³⁷ el anís del Taup de José Germà de Sabadell;³⁸ el anís Morera de Barcelona;³⁹ el anís Camel de las destilerías Lasurt de Barcelona;⁴⁰ el anís I. Maristany de Barcelona;⁴¹ la destilación especial de anisado refinado Cisa S.A. del Masnou;⁴² el anisado refinado Francisco Solduga de la Pobla de Segur⁴³; El anís Carabanchel de la Fábrica de anisados Morel y Farreras;⁴⁴ la menta, crema de café y crema de cacao producidos por la fábrica de licores y anisados de Puntí y Deu, S.A. de Barcelona;⁴⁵ los licores de las destilerías Mollfulleda S.A. de Arenys de Mar y de Barcelona con su peppermint;⁴⁶ los distintos vinos –oportó o moscatel- de Magín Pladellorens;⁴⁷ los moscateles y malvasías de Sitges J. de Miró;⁴⁸ viuda de J. C. Bou; Miguel Riera y Matas o Montmart de Bodegas Batallé de Barcelona.⁴⁹ El anís de la Fábrica de licores y anisados de Narciso Musté de

33 Colección particular.

34 Colección particular.

35 Colección particular.

36 Colección particular.

37 Colección particular.

38 Colección particular.

39 Colección particular.

40 Colección particular.

41 Colección particular.

42 Colección particular.

43 Colección particular.

44 Colección particular.

45 Respectivamente, colección particular.

46 Colección particular.

47 Colección particular.

48 Colección particular.

49 Colección particular.

Reus⁵⁰ y el Amer Parera de las destilerías Hijo de J. Parera de Barcelona;⁵¹

En el campo papelero lo hacían la fábrica de papel Guarro⁵² de Gelida, Vilaseca⁵³ de Capellades y las gerundenses Torras⁵⁴ y La Reformada.⁵⁵ Entre las artes gráficas deben enumerarse las barcelonesas imprenta Sucesores de N. Ramírez y Cía⁵⁶ o la librería editora Juan Bastinos e Hijo.⁵⁷ También la Fábrica de telas mecánicas y moldes para hacer papel de Pedro Vallés.⁵⁸ En cuanto al ramo de los mosaicos hidráulicos, las barcelonesas M. Carlos Bulsems & Fradera,⁵⁹ con tienda en la calle Pelai y fábrica en Vallcarca (Sitges), y Orsolá, Solá y Cía⁶⁰ además de la famosa Escofet, Fortuny y Cía⁶¹ y la fábrica de porcelana de los hermanos Florensa,⁶² en Hostafrancs.

En cuanto al entonces fundamental sector textil lanero y algodónero documentamos a las terrasenses pañería Amat,⁶³ y Sucesores de Vieta y Cía⁶⁴ y Ballber y Cía.⁶⁵ La sabadellense

50 Colección particular.

51 Colección particular.

52 Véase Cabana, 1994, 4, p. 15 y 16.

53 Véase Cabana, 1994, 4, p. 33.

54 Véase Cabana, 1994, 4, p. 54.

55 Véase Cabana, 1994, 4, p. 66.

56 Véase Cabana, 1994, 4, p. 89.

57 Véase Cabana, 1994, 4, p. 115.

58 Véase Cabana, 1992, 1, p. 180.

59 Véase Cabana, 1994, 4, p. 121.

60 Véase Cabana, 1994, 4, p. 156.

61 Véase Cabana, 1994, 4, p. 159.

62 Véase Cabana, 1994, 4, p. 164.

63 Véase Cabana, 1994, 3, p. 64.

64 Véase Cabana, 1994, 3, p. 65.

65 Véase Cabana, 1994, 3, p. 74.

Fábrica de tejidos de lana de Pedro Turull se anunciaba como, tal vez, la más antigua de España, habiendo sido premiada en varias exposiciones nacionales y extranjeras sin dar más detalles.⁶⁶ También la de Juan Gorina e Hijos, fundada en 1835, que en algunos anuncios recogía hasta siete medallas, o la de Corominas, Salas y Cía que optaba por el modelo de mostrarlas con cartelas que señalaban detalles, junto a la vista aérea de la fábrica.⁶⁷ También seguía este último diseño de visualizar el centro de producción Josep Casals⁶⁸ o la Viuda e hijos de Miquel Buxeda⁶⁹ y las barcelonesas Fábrica de sederías Francisco Vilumara,⁷⁰ Batlló y Compañía,⁷¹ la de Hilados y torcidos de lino y cáñamo Marqués, Caralt y Cía⁷² o la Sociedad Anónima Grober, especializada en tejidos elásticos.⁷³ De igual modo, La España Industrial.⁷⁴ El diseño con la vista panorámica de la fábrica devino muy frecuente en la publicidad. En muchos más casos, otras empresas menos afortunadas en medallas, solo mostraban la vista aérea de la fábrica como símbolo de solidez del negocio.⁷⁵

Otra fábrica de sederías que recurría a mostrar sus medallas era la de E. Fábregas Rafart⁷⁶ como en el sector del género de punto lo hacían las mataronenses Baladía y Sala,⁷⁷ Sobrino de Anto-

66 Véase Cabana, 1994, 3, p. 80.

67 Véase Cabana, 1994, 3, p.107.

68 Véase Cabana, 1994, 3, p. 277.

69 Véase Cabana, 1994, 3, p. 113.

70 Véase Cabana, 1994, 3, p. 205.

71 Véase Cabana, 1994, 3, p. 241.

72 Véase Cabana, 1994, 3, p. 293.

73 Véase Cabana, 1994, 3, p. 316.

74 Véase Cabana, 1993, 2, p. 105.

75 Véase Cabana, 1993, 2, p. 122, 163, 187, 232, 240, 252, 260, 349 y 368.

76 Véase Cabana, 1994, 3, p. 243.

77 Véase Cabana, 1994, 3, p. 335.

nio Regás⁷⁸ u otras textiles como Parellada y Cía, antes Güell,⁷⁹ la vilanovense Fábrica de Hilados, Tejidos y Estampados Hijos de Ferrer y Vidal,⁸⁰ o su sucesora Fábrica de Hilados, Tejidos y Estampados Juan Ferrer y Vidal⁸¹ así como la J. & P. Coats,⁸² sita en Torelló. Otros sectores cercanos también las utilizaron como la Fábrica de Lonas, Lonetas y otros Tejidos. Construcción de Velamen Pablo Estapé y Maristany.⁸³

En el sector metalúrgico, la Farga Casanova de Campdevàrol simplemente mencionaba en su publicidad que había obtenido tres medallas en la Exposición Universal de Barcelona de 1888.⁸⁴ En un sentido similar resolvían el tema los Grandes Talleres de Construcción de Máquinas y calderas de Vapor Alexander Hermanos⁸⁵ en su publicidad. La Fundición de hierro y bronce y talleres de construcción de máquinas de Valls Hermanos, en cambio, preferían anunciarse en el catálogo de la Exposición Regional de Vilanova i La Geltrú de 1882 con la marca de la casa rodeada de una orla de medallas.⁸⁶ También en la fábrica de tubos metálicos de la Sociedad Soujol, Janori y Cía,⁸⁷ la Gran Fábrica de cajas y básculas Roca, Parés Hermanos y su sucesor Mariano Ramonet,⁸⁸ en la papelería de Construcción mecánica Vicente Mañach⁸⁹ y en el catálogo

78 Véase Cabana, 1994, 3, p. 347.

79 Véase Cabana, 1993, 2, p. 157.

80 Véase Cabana, 1993, 2, p. 175.

81 Véase Cabana, 1993, 2, p. 176.

82 Véase Cabana, 1993, 2, p. 221.

83 Véase Cabana, 1993, 2, p. 255 y 256.

84 Véase Cabana, 1992, 1, p. 12.

85 Véase Cabana, 1992, 1, p. 59.7

86 Véase Cabana, 1992, 1, p. 116.

87 Véase Cabana, 1992, 1, p. 159.

88 Véase Cabana, 1992, 1, p. 147 y 148.

89 Véase Cabana, 1992, 1, p. 153.

ilustrado de aparatos de pesar y arcas para caudales de Juan Pibernat.⁹⁰ Los talleres Tomás de Vilanova y La Geltrú obviaban las representaciones gráficas y se limitaban a anunciar “primera casa fundada en España, en 1862, constructora de las tuberías de acero por las qua obtuvo privilegio de invención. 15 medallas de oro, plata, bronce y otras distinciones”.⁹¹ El fenómeno también alcanzó, finalmente, a grandes almacenes como El Siglo.



13. Etiqueta del licor Emilio Escat, de Barcelona con la medalla “de plata” de la Exposición Aragonesa de Zaragoza de 1868.

⁹⁰ Véase Cabana, 1992, 1, p. 152.

⁹¹ Véase Cabana, 1992, 1, p. 165.



14. Medalla de premio al Mérito de la Exposición Aragonesa de Zaragoza, 1868.

4.1. Antecedentes

Antes de entrar en la casuística del tema del discurso tenemos que destacar que, con anterioridad a la inserción de las medallas de premio en la publicidad, ya había un uso previo de otros elementos propios del sistema premial español. La llegada de las medallas no desplazará estos otros elementos, sino que coexistirá en un mismo sistema de prestigio de la marca. Se entrará en una dinámica de complementariedad y de superposición que se alargará en el tiempo hasta el agotamiento del propio modelo.

4.1.1. El precedente del distintivo de Proveedor de la Real Casa

El refuerzo de la marca comercial con un reconocimiento oficial tenía un claro precedente en el derecho a usar las armas reales, primero, y mostrar algún tipo de relación o amparo de la Corona. El título más genérico que se consolidará en el ochocientos será el de “proveedor de la Real Casa” que se podrá especificar o delimitar, a veces, por razón de especialización.

El origen de esta fórmula o privilegio se puede fijar entre las medidas de protección y promoción comercial e industrial impulsadas con éxito por la corona desde el siglo XVII y, sobre todo, a lo largo del siglo XIX, cuando se extendió y oficializó, no solo en España, sino en toda Europa.⁹² Todos recordaremos en la actualidad la fórmula “By appointment of” y el título y armas del miembro de la casa real británica que dispensa la confianza o al que se aprovisiona. Esta era una fórmula usual en todas las monarquías del ochocientos y la española no fue la excepción.

Se trataba de una gracia que se podía solicitar o que se recibía desde la corona. En origen, la petición era atendida por la Mayordomía Mayor primero y por la Intendencia General de Palacio, después, desde la que se enviaba la autorización al interesado. El documento acreditativo tenía, en tiempos de D. Alfonso XIII, forma de diploma expedido por la Intendencia General de la Real Casa y Patrimonio, por lo que también podía ser enmarcado y hasta fotografiado y publicado como, por ejemplo, hizo el empresario Víctor Sarasqueta en el reportaje de su empresa de armas de Eibar.⁹³

En España, como veremos, el reconocimiento de proveedor se proyectó en las fachadas de establecimientos, en las etiquetas, en la papelería comercial y en cualquier soporte desde el que pudiese transmitirse un mensaje de prestigio de la marca. La intención era la asociación directa entre el producto y la corona como garantía de calidad, prestigio y exclusividad.

92 Sobre el tema véase Laguna-Platero & Martínez-Gallego 2022.

93 Libro de Oro 1921.

Formalmente, el título se planteaba simplemente en su fórmula escrita a la que podía asociarse el escudo. En otras ocasiones solo había el escudo en una especie de elipsis del título escrito en beneficio de la imagen visual. Un ejemplo completo lo tenemos en la Real Fábrica de Dulces “La flor de Cuba” de Matanzas (Cuba) que era anunciada en su propaganda como “Agraciada por S.M. con el uso de sus Reales Armas” que, efectivamente, aparecían representadas. Lo que no se decía –quizá por ser evidente- es que junto a esa gracia había la de calificar de Real la fábrica.⁹⁴ en este contexto solo hay que remontarse a la introducción borbónica de las Reales Fábricas situadas bajo el patronazgo de la Corona.

El listado de beneficiarios de este privilegio sería largo y solo citaremos algunos ejemplos catalanes como el licor de Emilio Escart o los muebles Pallarol. En la guía de Saurí y Matas de 1849 podemos documentar este uso restringido en lo que era el vademécum de las empresas y establecimientos comerciales barceloneses. Así, la fábrica de pianos Bernareggi e hijo es anunciada como “instrumentista de S.M.”⁹⁵ y José Boniquet como “peynero”⁹⁶ de cámara de S.M.⁹⁷ Más adelante, en 1888, es José Granell el que se anuncia como “s sombrerero de la Real Casa” en su establecimiento del número 32 de la calle Ferran. La marca de perfumes Renaud Germain, bajo el escudo real y el título de Proveedor de la Real Casa”, se anuncia como “primera establecida en España en 1847” y como “perfumista de SS.MM.”⁹⁸ sin olvidar representar las medallas de las exposiciones universales de Barcelona de 1888 y París de 1889. Quien no puedo anunciarse así, recuer-

94 Véase <https://www.facebook.com/mincexmatanzas/posts/179133127321204/> [Consulta 19.08.2024].

95 Saurí & Matas 1849, p. 397.

96 Esto es, fabricante de peines y peinetas.

97 Véase Saurí & Matas 1849, p. 323.

98 Véase Cabana, 1992, 1, p. 287.

da, por ejemplo, una oportuna visita real al establecimiento. Es lo que hace el pasamanero Manuel Llampallas al anunciar “Esta acreditada fábrica que cuenta con 90 años de antigüedad fue visitada por SS.MM. en 30 de marzo de 1828”⁹⁹.

Entre los productos alimenticios barceloneses agraciados cabe destacar la Gran Fábrica de Chocolate establecida por Evaristo Juncosa en el número 10 de la calle Ferran de Barcelona en 1837 (fig. 15). La Casa, fundada en 1835, obtuvo tres medallas que anunció en su establecimiento flanqueando el escudo real, como se puede ver en las fotografías de la época (fig. 16). En algunos de los envoltorios de sus productos también dispuso un escudo real y la inscripción “CHOCOLATERO DE CÁMARA DE S.M.” Entre los cromos y carteles que editaron destaca un cartel en el que se desplegaba en toda su ostentación el escudo, medallas y condecoraciones obtenidas por la Antigua Fábrica de Chocolate (fig. 50). La empresa evolucionó mucho en su estética propagandística y ya en los años treinta abandonaba la estética tradicional y optaba por una imagen futurista gracias a la fotografía artística.¹⁰⁰ Uno de estos escudos reales se conserva en la Fundación Rocamora de Barcelona y corresponde a un establecimiento chocolatero no identificado.¹⁰¹

En alguna ocasión la presencia del escudo resultaba un poco comprometida o chocante y casi que se prestaba a chanza o comentario gratuito. Sería el caso de las etiquetas de los medicamentos Costanzi, preparados por el doctor Ferran Grau Ynglada, que se anunciaban como “de fama universal para la

⁹⁹ Véase Saurí & Matas 1849, p. 330.

¹⁰⁰ Véase <https://www.museunacional.cat/es/colleccio/xocolata-juncosa-chocolate-juncosa/pere-catala-pic/214354-000> [Consulta 29.08.2024]

¹⁰¹ Agradezco a D. Eduardo Rocamora Trias las facilidades de consulta e información facilitadas.

curación del venéreo sífilis” junto al escudo real de proveedores de la Real Casa.¹⁰²

Tenemos ejemplos de esta práctica en marcas hoy desaparecidas, pero también en otras de centenarias que han querido mantener hasta la actualidad este singular privilegio, a pesar que la concesión cesó de otorgarse tras la proclamación de la II República el 14 de abril de 1931.

El descrédito de la monarquía de Alfonso XIII y la proclamación de la II República fueron el golpe de gracia de este sistema asociado al agotado sistema de la Restauración. En este sentido es oportuno citar la manifestación que se emprendió en Manresa el 20 de mayo de 1931 contra los establecimientos que figuraban como proveedores de la Real Casa.¹⁰³ También la caricatura publicada el 21 de abril de 1931 en *El Debate* en el que se mostraba un rotulista pintando sobre el escudo e inscripción “PROVEEDOR DE LA REAL CASA” un añadido en el que se podía leer “POR LA SALUD DE MI MADRE QUE NO QUE NO HE SIDO NUNCA”.¹⁰⁴

La última restauración monárquica no ha rehabilitado este sistema que, en cuanto se conserva en algunos productos es como una reliquia, testimonio o recuerdo del pasado mantenida hasta hoy como símbolo alusivo a la antigüedad de la marca.

102 Véase AHCB.

103 Véase *La Voz de Asturias* 20.05.1931.

104 Reproducido por Laguna-Platero & Martínez-Gallego 2022, p. 463.



15. Tarjeta publicitaria de la Gran Fábrica de Chocolate Juncosa en el que se destaca el escudo real de proveedor de la Real Casa obtenido en 1878.



16. Fotografía del establecimiento de la Gran Fábrica de Chocolate Juncosa en el nº 10 de la calle Ferran de Barcelona. Obsérvese la combinación del escudo real con las tres medallas desdobladas a cada lado del blasón.¹⁰⁵

Los testimonios del uso de esta concesión por empresas catalanas son muy numerosos. Podemos continuar aportando otros muchos ejemplos sin ánimo de ser exhaustivos. Así, entre las extintas, tenemos las bellas y coloridas tarjetas comerciales de la empresa litográfica y de encuadernación Hermenegildo Miralles, de Barcelona en las que se anunciaba como “Encuadernador de la Real Casa”. Otras variantes de la fórmula la vemos en el título de “primer fotógrafo” de Alfonso XII u otros miembros de la familia real que utilizó la casa Napoleon. Los fotógrafos barceloneses Moliné y Albareda se anunciaban, junto a

¹⁰⁵ Véase https://www.google.com/imgres?imgurl=https://historiesdebcn.com/wp-content/uploads/2020/10/chocolateria_evaristo_juncosa_fernando.png&tbid=jh_ZKJhtdGC6OM&vet=1&imgrefurl=https://historiesdebcn.com/12-botigues-desaparegudes-del-carrer-ferran/&docid=vELVNnuv6Y36VM&w=822&h=523&itg=1&source=sh/x/im/m1/2&kgs=ad11a2819ee5979a&shem=abme,trie

unas medallas, como “fotógrafos de la Real Casa”.¹⁰⁶ La Fábrica de blondas de Casimiro Volart encabezaba su publicidad con el escudo real y el título de proveedor de la Real Casa para anunciar su año de fundación en 1856 y la frase “Premiada en cuantas Exposiciones ha tomado parte”.¹⁰⁷

También había un espectacular escudo en la fachada del edificio del desaparecido establecimiento de la Gran Tocinería de Esteban Noguera en el número 9 de la plaza Nova de Barcelona. Varias fotografías nos recuerdan este rincón desaparecida de la ciudad condal (fig. 41). En esta ocasión con motivo del derribo de numerosas casas que habrían de ser substituidas por la actual avenida de la Catedral.

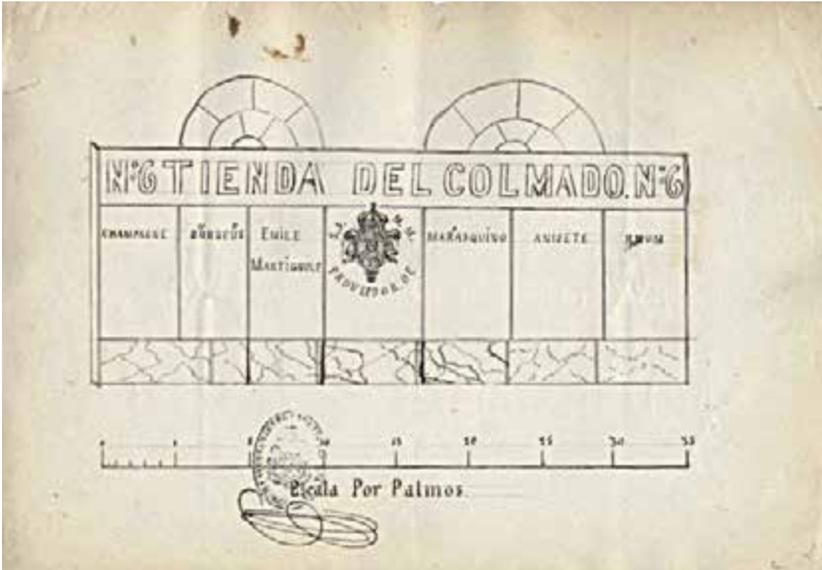
También el escudo y título que adornaban la fachada de la casa Castells, en el número 17 de la calle Escudillers. Conocemos la imagen gracias a los grabados de alguna de sus etiquetas comerciales. También se exhibía el escudo real en la fachada de la destilería de Vicente Bosch en la calle del Carril de Badalona según podemos ver en un grabado propagandístico de 1887.¹⁰⁸

A veces se incluían en los proyectos de cartelera que debían presentarse ante las autoridades municipales como podemos ver en el dibujo del proyecto de un colmado en el número 6 de la calle Escudillers de Barcelona (fig. 17).

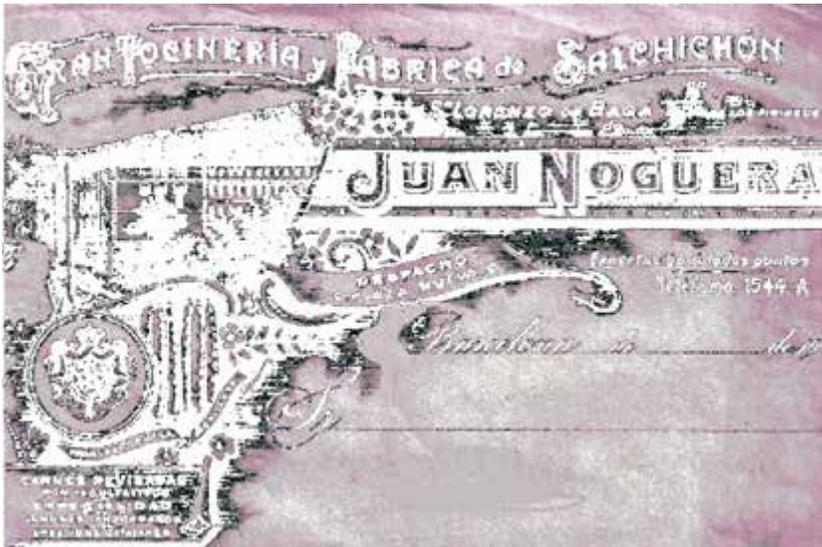
106 Véase MFM, S-21999.

107 Véase Cabana, 1994, 3, p. 237.

108 Véase Cabana 1994, 4, p. 255.



17. Proyecto de rótulo de escaparate de un colmado sito en la calle Escudellers de Barcelona presentado al Ayuntamiento de Barcelona para su aprobación. Destaca el escudo e inscripción de proveedor de SSMM, 1860.





18 y 19. Encabezado de papelería (página anterior) y fachada de la tienda de la *Gran Tocinería de Esteban Noguera* con el escudo real de *Proveedor de la Real Casa* que recibió el 29 de mayo de 1884.

Las etiquetas de vinos y derivados fueron campo propicio a la ubicación del escudo real aludiendo a este privilegio solo o con la frase explicativa. Así, por ejemplo, solo en la del Jerez añejo seco Enrique Ventosa, de Tarragona;¹⁰⁹ o en las etiquetas de los distintos caldos de Émile Martignole, de Barcelona;¹¹⁰ o con la frase “proveedores de la Real Casa” en la etiqueta del *vermouth Escat y Cía*, de Barcelona;¹¹¹ o en la etiqueta de la malvasía *Miguel Riera y Matas* de Sitges.¹¹² El escudo, con o sin el título, también aparece en las etiquetas de los productos de Vicente Bosch de Badalona.¹¹³

109 Colección particular.

110 Colección particular.

111 Colección particular.

112 Colección particular.

113 Colección particular.

El vino espumo Oliver Calixtus, de Sant Sadurní d'Anoia también etiquetaba sus caldos con el escudo real y el título de proveedor.¹¹⁴ Quizá el ejemplo más original de continuidad de este singular privilegio sea el del cava de la casa *Codorniu*. En su serie *Non plus ultra* reserva, junto al escudo real, se puede leer “antiguo proveedor de la Casa Real” mientras que en el resto de emisiones ha decaído en desuso.

El privilegio no era privativo de los productores nacionales sino abierto a quienes lo solicitaren. Este es el caso de la champañista francesa Mœt & Chandon que lució en sus etiquetas *carte blanche* el escudo real y el título de “Fournisseurs de S.M. le Roi d'Espagne”.¹¹⁵ La presencia del escudo real fue tan familiar que algunos productores lo mantuvieron con la república con el escudo de la misma con corona mural. Así, en las etiquetas de los anisados *Muntal* de Manlleu¹¹⁶ o en las etiquetas de los famosos mismos anisados de Vicente Bosch, de Badalona.¹¹⁷

Otro ejemplo que también nos afecta es el título de proveedor de vino eucarístico del papa reinante que podemos ver en la marca tarraconense de Müller, fundada en 1851 por el alsaciano Augusto de Müller. La cancillería pontificia expedía al inicio de cada pontificado un diploma como “fornitore pontificio” con derecho a usar el escudo papal. Se trataba, por tanto, de una concesión temporal sujeta a la vigencia del pontificado concedente y, por tanto, con cada nuevo papa había que conseguir la renovación. El papado no solo concedió un marquesado pontificio a los titulares de la bodega —como lo hizo con los jerezanos Osborne— sino que algunas de las

114 Colección particular.

115 Colección particular.

116 Colección particular.

117 Colección particular.

etiquetas están presididas por el escudo con la tiara y las llaves y alrededor hasta seis escudos pontificios –de León XIII hasta Juan XXIII- a los que la marca había provisto del vino eucarístico. Así, en este caso, la estrategia fue acumular los escudos papales como pruebas de las sucesivas renovaciones. Se hacía, por tanto, historia de la fidelidad de la marca a la casa pontificia. Otra posibilidad hubiese podido ser, simplemente, poner el escudo del papa reinante, pero esto, claro está, no habría aportado tanta solemnidad como la retahíla heráldica, aunque sí se utilizó, por ejemplo, en la etiqueta diseñada por la prestigiosa imprenta Oliva de Vilanova, del dulce superior de Misa, Marqués de Müller, Tarragona.¹¹⁸ En el centro de la etiqueta aparece el escudo del papa Pío XI y, debajo, la leyenda “Proveedor de Su Santidad”. La versatilidad, por lo tanto, es otra de las reglas que impera en el sistema.

Recordemos que Pablo VI promulgó en 1968 el *Motu Proprio Pontificalis Domus* por el que se reformaba y simplificaba la Casa Pontificia y la organización del Sacro Palacio Apostólico. Desapareció la corte pontificia y con ella el privilegio de proveedor dejó de concederse. Cabe destacar que las bodegas, a partir de 1904, también dispusieron de la gracia de ser proveedores de la Real Casa con derecho a usar el escudo real. En este caso, la acumulación de escudos, para mantener la estrategia de solera y antigüedad de la casa, implica una fosilización de un sistema caído en desuso.

118 Colección particular.



20. Etiqueta de Vino Eucarístico de la casa Müller. Además de los escudos véase, una medalla de premio de la Exposición del Jubileo de León XIII en el Vaticano de 1888.

4.1.2. El complemento de las condecoraciones

El sistema premial español dispone de la existencia de condecoraciones¹¹⁹ para recompensar y premiar determinados servicios prestados a la Corona, primero, y al Estado, después. La falerística es la disciplina que se ocupa de su estudio. El enriquecimiento del sistema con la sucesiva creación de condecoraciones específicas y especializadas llevó a la multiplicación de las medallas de condecoración. El siglo XIX fue un período de creación y de concurrencia de nuevas cruces de reconocimiento de méritos. El procedimiento de concesión de cada condecoración oficial dependía de la aplicación del respectivo reglamento que regulaba la oportunidad y los requisitos de acuerdo a cada figura prevista en el sistema premial español.

119 Véase Ceballos-escalera & García Mercadal 2001.

La utilización de estas concesiones con fines publicitarios está atestiguada en algunas casas comerciales diversas. Ciertamente, este tipo de concesión –para la que no estaba inicialmente pensada– es menos usual pero no extraordinaria ni excepcional. Algunas empresas, especializadas en productos muy vinculados al Estado y, especialmente, al Ejército, llevaron a recibir un reconocimiento en forma de concesión de las tradicionales condecoraciones. Finalmente, la ya citada Ley de propiedad industrial de 1902, reconoce y establece su uso como parte de las recompensas industriales.

Así, podemos traer a colación la Gran Cruz del Mérito que aparece representada, rodeada de dos medallas de premio¹²⁰ de oro de Alfonso XIII, en la publicidad¹²¹ de las botellas de la célebre Agua del Carmen elaborada por los Carmelitas Descalzos de Tarragona y publicitada antes de la llegada de la II República Española. Otro ejemplo, es el del establecimiento de pólvora de Manresa llamada precisamente “La Manresana”. En sus etiquetas se puede ver la venera de la encomienda de la Real y Americana Orden de Isabel la Católica¹²² (fig. 21 y 22).¹²³ La misma condecoración en igual grado centra, por ejemplo, la panoplia de medallas en los anuncios de la Gran Fábrica de Don Ignacio Amat¹²⁴ en Terrassa.

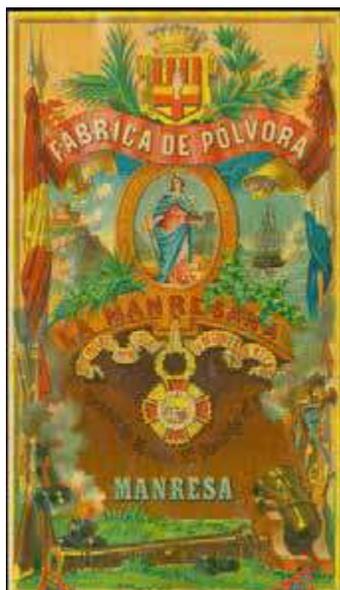
120 Las dos de sendas exposiciones barcelonesas. Una de 1913 y la otra de 1923.

121 Véase colección publicidad AHCB

122 Véase Ceballos-Escalera 2015.

123 Véase Cabana 1992, 1, p. 280-283.

124 Véase Cabana, 1994, 3, p. 64.



21 y 22. Etiqueta de la fábrica de pólvora La Manresana, de Manresa, y venera de la Encomienda de la Orden de Isabel la Católica.

Tenemos otro ejemplo de la conocida casa Castells, especializada en efectos militares, que consiguió ser proveedor del Ejército Español hasta el punto de recibir diversas condecoraciones que proyectó, con gran acierto y profusión, en la promoción del negocio.¹²⁵ Cabe decir que las medallas civiles o militares no siempre aparecen recogidas. En el papel de carta se llegan a contar hasta siete condecoraciones distintas. También los fotografías, en otro campo bien distinto, hacen alarde, como veremos, de las condecoraciones obtenidas.¹²⁶

Las condecoraciones eran personales y su presencia en las marcas responde a una traslación. En el caso citado de la casa Castells tenemos una fotografía en la que se ve al propietario luciendo

125 Véase el epígrafe 4.2.2.2.2.

126 Véase el epígrafe 4.2.2.2.3.

sus condecoraciones.¹²⁷ También disponemos de la plaqueta que, en recordatorio al 25 aniversario del fallecimiento del fundador D. Bernardo (1822-1883), acuñó la casa en 1908.¹²⁸ En esta pieza aparece representado el personaje de medio cuerpo luciendo todas sus condecoraciones.

En el caso de la granja Viader¹²⁹ creadora de la bebida Cacaolat las condecoraciones no aparecen en la propaganda en papel pero si mostradas, al menos hasta hace pocos años,¹³⁰ en una vitrina de honor dentro del mismo establecimiento. En otros negocios las condecoraciones también eran enmarcadas, y por tanto expuestas, junto a las medallas de premio. Uno de los ejemplos más notorios es el de la fábrica de alfombras y tapicerías de Domingo Sert (fig. 54)¹³¹ que disponía las medallas en dos cuadros que se afana en publicar, junto a las fotos del establecimiento y de sus propietarios. Entre las condecoraciones destaca la Legión de Honor¹³² francesa y las encomiendas de las órdenes de Carlos III¹³³ junto a dos de Isabel la Católica. Este último supuesto de duplicidad sugiere la concesión de la distinción a dos sucesivas generaciones de empresarios. También imprimía en su papel comercial junto a una panoplia de medallas, tres cruces de las que la central correspondía a la Real y distinguida Orden española de Carlos III.¹³⁴

127 Véase <https://historiayculturamilitar.wordpress.com/2014/12/29/la-casa-castells-3a-parte/> [Consulta 26.08.2024]

128 Véase Crusafont 2006, cat. nº 1042.

129 Véase Viader 2016 e ídem 2016

130 Hoy en día se encuentran en la colección conservada en la localidad de Cardedeu del Vallés.

131 Véase Libro de Oro 1921, pp. 586-587.

132 En general, sobre Condecoración extraordinaria Werlich 197

133 Véase Ceballos-Escalera 2016

134 Véase Cabana, 1994, 3, p. 177.

En algunos casos, como la Fábrica de blondas y encajes de José Fiter, se menciona la Cruz de Isabel la Católica, obtenida en 1860, en medio del largo listado de medallas de premio obtenidas,¹³⁵ mientras que en otra publicidad coetánea simplemente se reproducen las medallas obtenidas sobre el dibujo, de fondo, de una encajera a la entrada de una masía.¹³⁶ Llegó un momento en que algunos premios de certámenes adoptaron la forma de las condecoraciones como es el caso de la medalla de gran premio de la Exposición Internacional de Roma de 1912 (fig. 25) que vemos reproducida en el centro de la panoplia de premios de la manufactura de galletas, bizcochos etc José Creus Selva S.A. (fig. 23 y 24).



23. Encabezado de la papelería comercial de la manufactura de galletas, bizcochos etc José Creus Selva S.A.¹³⁷

135 Véase Cabana, 1994, 3, p. 233.

136 Véase Cabana, 1994, 3, p. 234.

137 Véase <https://www.todocoleccion.net/facturas-antiguas/factura-jose-creus-selva-ano-1931-barcelona-fabrica-harinas-victoria-galletas-bizcochos-x30351392> [Consulta 8.08.2024]



24. Anuncio publicitario de la manufactura de galletas, bizcochos etc José Creus Selva S.A.



25. Medalla del Gran Premio de la Exposición de Roma, 1912.¹³⁸

La obtención de condecoraciones, al igual que pasaba con el título de proveedor, no era ni privativa ni exclusiva para los nacionales de un país sino que estaba sujeta a lo que estableciera cada reglamento respecto a los beneficiarios. Así tenemos el ejemplo de algunas casas comerciales españolas que obtuvieron reconocimientos extranjeros y los plasmaron en su etiquetaje. Es el caso de los distintos vinos y caldos de la casa de Magín Pladellorens, de la Granada del Penedès, en los que se hacía ostentación de la Legión de Honor de Francia.¹³⁹ También los

138 Véase <https://www.todocoleccion.net/medallas-tematicas/medalla-antigua-roma-esposizione-internazionale-1912-gran-premio-aguila-bicéfala-italia-exposicion-x102394743> [Consulta 26.08.2024].

139 Colección particular.

fotógrafos Napoleon presumían de la obtención de la orden lusa Suprema de Cristo junto a las españolas de Isabel la Católica y de la Distinguida de Carlos III. La casa Miret, en sus etiquetas, luce las órdenes lusa de san Sebastián y holandesa de Guillermo.¹⁴⁰ Lo mismo observamos en la propaganda de la fábrica de pianos Bernareggi.¹⁴¹

4.1.3. El reconocimiento de asociaciones y corporaciones

Un caso particular a destacar que enriquece el ecosistema premial español es el de la inserción, entre las recompensas industriales, de las medallas corporativas de distintas asociaciones y corporaciones oficiales o de vocación e interés público. Algunas corporaciones, asociaciones o instituciones, como algunas Reales Sociedades de Amigos del País, daban permiso a los establecimientos que reconocían de utilizar su escudo en la publicidad distintiva del producto o empresa premiada. Este es el caso, por ejemplo, de la Real Sociedad Económica Aragonesa de Amigos del País o de la Sociedad Económica Barcelonesa de Amigos del País. Recordemos que estas instituciones, de origen ilustrado, ya repartían medallas al mérito en distintas categorías y, en ocasiones, incluso impulsaron exposiciones locales o regionales. Se trataba, en definitiva, de acreditar la membrecía o el reconocimiento prestado por estas asociaciones al producto o a la casa comercial.

Pues bien, su imagen —a través de la medalla propia corporativa— también centra alguna de las panoplias gráficas de medallas como las de la citada sociedad Aragonesa que preside una orla en el papel comercial de la empresa algodonera Baladía y Sala

140 Colección particular.

141 Véase el epígrafe 4.2.2.2.4.

(1898),¹⁴² o la que, bajo una retahíla de medallas, se representa radiante en el papel comercial de la empresa de cáñamo Marqués, Caralt y Cía (*post* 1900). También la empresa de peines y lizas para tejidos de la viuda e hijos de José Carreras Alberich (fig. 26).¹⁴³ La acumulación de estos méritos también era posible y, así, en la publicidad de la fábrica de alfombras y tapicería Sert Hermanos y Solá aparecen, rodeadas de una orla de medallas, la insignia de la citada Sociedad junto a la insignia de la barcelonesa y encima de la medalla de la Real Sociedad de Amigos del país de Valencia y su reino.¹⁴⁴ En este mismo sentido, vemos el escudo de la Sociedad Económica Barcelonesa en el papel comercial de la fábrica de Pedro Alier, justo encima del escudo de la de Fomento Graciense.¹⁴⁵ También la famosa *La España Industrial*, fundada en 1847, añadía en alguna de sus etiquetas, junto a distintas medallas de premio de exposiciones como las de Barcelona de 1871 o la de Zaragoza de 1868,¹⁴⁶ un medallón de la Junta corresponsal en Barcelona de la Asociación Industrial Portuense. No era una medalla propiamente dicha sino el emblema o escudo de la misma.

Barcelona dispone de un ejemplo, aunque tardío en el tiempo respecto a nuestro margen temporal, señero de la ornamentación y ostentación de este tipo de distintivo, en la actual casa numismática Aureo & Calicó. En la fachada de este prestigioso establecimiento, sito en la plaza del Ángel esquina con Vía Laietana, se pueden observar unos apliques metálicos propios de diversas asociaciones numismáticas nacionales e internacionales de las cuales D. Francisco Xavier Calicó Rebull (1907-

142 Véase Cabana 1994, 3, p. 335.

143 Véase Cabana 1994, 3, p. 293.

144 Véase Cabana 1994, 3, p. 177.

145 Véase Cabana, 1994, 3, p. 272.

146 Véase Cabana, 1993, 2, p. 90.

1983), propietario de la antigua casa Calicó, era miembro. Así, podemos identificar las placas de socio de mérito de la Sociedad Numismática de México, de miembro correspondiente del Instituto Bonaerense de Numismática y Antigüedades, de presidente de honor de la Association Internationale des Numismates Professionels, de socio honorario de la Sociedad Numismática del Perú, de miembro correspondiente de la Academia Uruguaya de Numismática y Bibliofilia (1960), de miembro honorario de la Sociedad Numismática Venezolana y de socio fundador de la Sociedad Iberoamericana de Estudios Numismáticos. Se puede observar cómo una de las placas ha desaparecido fruto del vandalismo y no hay memoria de la sociedad a la que correspondía. De todos modos, podemos intuir que se trataba de la correspondiente a socio fundador de la barcelonesa Asociación Numismática Española puesto que extraña su ausencia en la serie teniendo en cuenta el protagonismo que tuvo en su fundación.

PEINES Y LIZOS PARA TEJIDOS
DE
V^{da} é hijos de José Carreras Alberich

TRAFALGAR, 29

BARCELONA

Privilegio



exclusivo

LIZOS DE NUEVO SISTEMA
CON OJAL Y LIGATURA TRENZADA
y fabricación mecánica de aviaduras
PARA TEJIDOS DE SEDA

Construcción de peines de acero, hierro, latón y
caña, para toda clase de tejidos.
Lizos ó Aviaduras de todas clases y sistemas co-
nocidos.
Elaboración de agujas ó piletas para peines, me-
llones y terrales de todas clases.
Restrillos fijos y de expansión para Urdidores y
Máquinas de parer.

EXPORTACIÓN Á TODOS PUNTOS

26. Valero de Tornos, Juan. *Guía ilustrada de la Exposición Universal de Barcelona en 1888: de la ciudad, de sus curiosidades y de sus alrededores* Barcelona, 1888.

4.2. La medalla de premio de exposición y las marcas locales

La medalla de premio, en la que se centra este discurso, se superponía, a menudo, con la distinción de proveedor y las condecoraciones que hemos señalado con anterioridad. En la publicidad conviven, se superponen y complementan junto a las medallas de premio de exposición y las medallas concedidas por corporaciones, academias y colegios profesionales constituyendo un auténtico ecosistema. La publicidad los acoge y representa con precisión mientras que en otras se diluye y difumina expresamente hasta llegar a la simulación y a la confusión que abre la puerta a la publicidad engañosa.

La superposición de elementos distintos no solo señala la aceptación local del sistema propagandístico, a imitación de lo que ocurría en el extranjero, sino la existencia de una verdadera carrera de acopio de premios a fin de presentar al consumidor un elenco o palmarés lo más completo posible. Todos –provisiones, condecoraciones y medallas de premio- tienen el mínimo denominador común de ser reconocimientos a la calidad y confianza en el establecimiento y así serán utilizados y proyectados en la promoción de la marca. Nos adentramos en el núcleo de este discurso y vamos a entrar en su detalle pormenorizado desde dos perspectivas complementarias que anunciábamos en la introducción. La primera, una ordenación sistemática que debe facilitarnos la comprensión global y abstracta del sistema y su desarrollo. La segunda, ceñirse al análisis de una selección de establecimientos que debe facilitarnos ver el funcionamiento del sistema en sectores muy diferentes.

TALLERES DE PLATERÍA Y JOYERÍA



HIJOS de F. de A. CARRERAS

BARCELONA

CASA FUNDADA EN 1810

premiada en varias Exposiciones

ESPECIALIDAD

ADEREZOS DE BRILLANTES
Y DIAMANTES

Exportación á todas las provincias de España y al Extranjero

TALLERES DE CONSTRUCCIÓN | DEPÓSITO y venta al por menor

Vigatans, 8 y 10 | Plateria, 9 y 11

TELÉFONO 352

27. Anuncio de la platería Carreras. Valero de Tornos, Juan. *Guía ilustrada de la Exposición Universal de Barcelona en 1888: de la ciudad, de sus curiosidades y de sus alrededores*, Barcelona, 1888.

Un hecho que debe tenerse en cuenta es el de la propia evolución o diacronía. Es decir, que las medallas, privilegios o reconoci-

mientos llegaban uno tras otro a lo largo del devenir temporal de la empresa. Por tanto, su aparición y uso en la constitución de la marca y de la propaganda comercial son jalones que señalan también una historia y una evolución que se reflejan en los testimonios que los recogen y que son para nosotros las piezas de un rompecabezas en evolución. Esto es algo evidente pero que debe ser recordado en los siguientes epígrafes. Es decir, los establecimientos, tiendas y oficinas se reformaron al igual que la papelería de la empresa o el etiquetaje, envasado del producto o la cartelería de propaganda. Nos movemos en el dinamismo del comercio donde el cambio es norma.

Las mismas empresas conocen su historia y enumeran y ordenan las piezas en aras de la buena administración del prestigio de la marca. Esta evolución la vemos, por ejemplo, en los reversos de las fotografías de la casa Napoleón. A medida que transcurren los años y llegan nuevos premios se enriquece su publicidad con la exhibición de las nuevas medallas y reconocimientos que son dispuestos con sumo cuidado.¹⁴⁷

Cierto es que, en algunos casos, por razón del prestigio obtenido, la búsqueda del mantenimiento de la fidelización de la clientela, con una identificación clara e inequívoca del producto, y otras razones llevaron a lo que podríamos llamar la fosilización de determinados productos. Se trataría de la posición antagónica de la ya expuesta. El caso más emblemático quizá sea la etiqueta y la propia botella de Anís del Mono¹⁴⁸ o la etiqueta del agua mineral Vichy Catalán.¹⁴⁹ En este último caso se ha mantenido en lo fundamental a pesar de su adaptación a las latas y nuevos formatos de envase.

147 Véase el epígrafe 4.2.2.2.3.

148 Véase el epígrafe 4.2.2.1.1.

149 Véase el epígrafe 4.2.2.1.2.

La acumulación de premios, diplomas y medallas por las principales marcas llevó al diseño de complejas y artísticas panoramas medallísticas, especialmente, en las etiquetas y tarjetas comerciales (fig. 67). No son fijas, y no solo por su acumulación a lo largo de tiempo, sino que se adaptan al formato de los distintos soportes.



28. Tarjeta del establecimiento litográfico de S. Arce, de Barcelona con la medalla de la Exposición Internacional de Filadelfia de 1876 (fig. 6) encabezando la retahíla medallística.

Llegó un momento en el que muchas de las marcas se toparon, al final de esta fiebre medallística con el límite del espacio disponible y decidieron dar por cerrada o agotada la carrera y el modelo publicitario. Las principales marcas hacían ostentación

de las medallas y el subconsciente del público había asimilado la importancia y el sentido de las medallas anunciadas o, sobre todo, reproducidas gráficamente.

La manera más eficiente de dar por culminada la carrera fue anunciarlo oficialmente en el etiquetado de los productos. De este modo, por ejemplo, la catalana casa Miret, fundada en 1868, anunciaba en sus etiquetas la retahíla de premios en su haber junto a las representaciones gráficas de las mismas para, a continuación, publicar solemnemente en una cartela, situada justo bajo el elenco premial, que “Desde 1910 esta casa no ha concurrido a ninguna otra exposición”.¹⁵⁰ Ciertamente, una manera muy digna de cerrar una etapa curricular. Por un lado, aludía a la antigüedad y solera de la casa y, por otro, dejaba de competir con las marcas más nuevas a las que, sin decirlo, se trataba de manera displicente como las que todavía tenían un largo camino a recorrer para acreditar su valor. Se trataba de hacer prevalecer el valor de lo antiguo y añejo sobre lo nuevo y advenedizo.



29. Medalla de premio al Mérito de la Exposición Regional de Lugo, 1877.

¹⁵⁰ Colección particular.



30. Medalla de premio al Mérito de la Exposición Nacional de Madrid, 1873.

La reproducción de las medallas de premio en etiquetas y en otras manifestaciones publicitarias de las marcas llegó a ser tan habitual, y un accesorio casi imprescindible, que algunos empresarios decidieron introducir en la propaganda de sus productos lo que podemos denominar pseudomedallas o medallones o, incluso directamente, medallas inventadas que no tenían nada que ver con el sistema premial. En definitiva, se buscaba aprovecharse de la confianza y buena fe de un público que se había acostumbrado tanto al modelo publicitario expuesto, que le bastaba ver un círculo dorado con un “garabato” para asociarlo sin más a una medalla de premio.

Hoy podríamos denunciar esta práctica por publicidad engañosa. Ya hemos señalado como la Ley de propiedad industrial de 1902 luchaba contra estos fraudes. Estas incorporaciones en el diseño, vistas a cierta distancia, se confundían –de manera intencionada o no- y se mimetizaban con las imágenes generales de las otras marcas poseedoras de trofeos. Solo una mirada atenta podía permitir percibir que, simplemente, eran motivos decorativos inspirados, más o menos, en las medallas oficiales. Es el caso, por ejemplo, de la marca *La Estrella Barcelonesa* (fig. 31) en cuyas etiquetas vemos, franqueando

un escudo de la ciudad condal, dos medallones acolados, con tipos inspirados en los de las medallas auténticas, pero con inscripciones propias de la marca, como el domicilio social o características del producto publicitado.



31. Fragmento de tarjeta publicitaria del establecimiento *La Estrella Barcelonesa*, de Barcelona, con medallas inventadas.

En otros casos, simplemente eran medallones con elementos ornamentales que la memoria –y la cultura- visual inevitablemente llevaban al observador a asociarlos equívocamente, al código visual y compositivo que estamos sometiendo a análisis. Así, la tarjeta de la papelería y fábrica de tintas barcelonesa *Sala Hermanos*. El tipo alegórico presenta en el campo de los medallones y su disposición a ambos lados del escudo real, del que no sabemos si tenía permiso de uso pero que sugiere que eran proveedores de la Real Casa, eran una puesta en escena ideal para llamar a la confusión. Otro ejemplo más lo encontramos en las etiquetas del vermut blanco *Monopol*, elaborado por las bodegas Monopol S.A de Vilafranca del Penedès.¹⁵¹ Pues bien, el emblema de la casa –una mano alada que sostiene un racimo de uva en el centro de un medallón con la leyenda “Bodegas Monopol, S.A. –Vilafranca del Penadès” es reproducido en grupos de tres a ambos lados en color dorado. La primera impresión es la de medallas de premio.

¹⁵¹ Colección particular.



32. Tarjeta de la papelería y fábrica de tintas, Sala Hermanos, de Barcelona.

En el sector fotográfico, como veremos, fue muy habitual la inserción de todas las distinciones señaladas. Pues bien, en el caso del establecimiento W. Polak, sito en la Ronda de Sant Antoni, nº 46 bajos, tenemos los reversos de sus fotografías en los que se añadieron dos medallones acolados con apariencia de medalla de premio (fig. 33).¹⁵² Un análisis detallado simplemente permite descubrir los bustos de perfil acolados de tres inventores pioneros vinculados a la fotografía como Nicéphore Niepce (1765-1833), Louis Daguerre (1787-1851) y William Fox Talbot (1800-1877) cuyos apellidos aparecen en la inscripción del anverso mientras que el escudo imperial de Alemania campea en el reverso de la supuesta pieza. El porqué de este escudo debe buscarse, quizá, en el hecho de que los tarjetones constan haber sido impresos en Berlín. En definitiva, nada que ver con el sistema premial.

¹⁵² Véase colección del AHCB.



33. Reverso de una fotografía del estudio W. Polak.

En algún caso hasta se bromeó con el uso de las medallas de premio en la propaganda de licores del que, quizás, los licores de Anís del Mono era el más conocido. La producción propagandística fue numerosa y aquí solo comentamos dos por el hecho que se refiere a las medallas de premio. En el primer cartel vemos, alrededor del hermoso busto modernista de una joven (fig. 34), se podía leer la marca *Anís Infernal. M. Serra. Lérida* del que se decía, sucesivamente, ser “Fabricado con los peores vinos del Priorato”, “No es tónico, digestivo, ni reconstituyente” para, finalmente, en el espacio más relevante proclamar que el producto, “no está premiado en ninguna Exposición”. Esta última referencia es la realmente interesante a nuestros efectos y vemos como se reitera en otros productos publicitarios de la misma marca. Se trata de un ejemplo de retorsión de la publicidad basada en la ironía.



34. Postal publicitaria del Anís infernal M. Serra, c. 1900.¹⁵³

153 Foto satírica. Historia Gráfica. Archivo de fotografías antiguas fotosdebarcelona.com <https://fotosdebarcelona.com/historiografica/picture.php?/4243> Ref. LL00234 <http://antoniosaz.blogspot.com/2021/05/anis-infernal-el-peor-del-mundo.html>

Mientras algunas empresas jugaban en su diseño con la divagación y el equívoco, otras se esmeraban no solo en reproducir el dibujo o diseño de la medalla más o menos conseguido, sino en colocar, en tipografía legible y junto a la representación gráfica, información como el tipo de medalla que era, el lugar de obtención o el año. Así, por ejemplo, la fábrica de galletas y bizcochos José Creus Selva, de Barcelona, ganadora de las medallas de Oro en las exposiciones de Milán y de Roma de 1912 (fig. 24)¹⁵⁴ o la fábrica de tejidos de seda Hijos de Salvador Bernades.¹⁵⁵

4.2.1. Espacios y formatos de promoción empresarial

A estas alturas del discurso vamos a procurar ordenar y sistematizar la pluralidad de espacios y soportes en los que se disponía la marca junto a toda su parafernalia decorativa. En este punto resaltaremos como todo espacio era bueno y susceptible de ser utilizado con fines propagandísticos.

4.2.1.1. El establecimiento comercial o empresarial

La sede de la empresa, o razón social, señala el lugar en el que se fabrica, se administra o se vende el producto manufacturado. No hay exclusión entre estos espacios. Es frecuente la distinción entre la tienda abierta al público donde se comercializa y la fábrica o taller de producción propiamente dichos. Esta última no se oculta en absoluto. De hecho, son dos espacios complementarios y correlativos. Se trata, por tanto, de unos espacios físicos, pero también unos lugares simbólicos, en el que visibilizar el prestigio de la empresa. De hecho, mucha de la publicidad equipara ambos espacios.

154 Véase Libro de Oro 1921, p. 425.

155 Véase Libro de Oro 1921, p. 397.

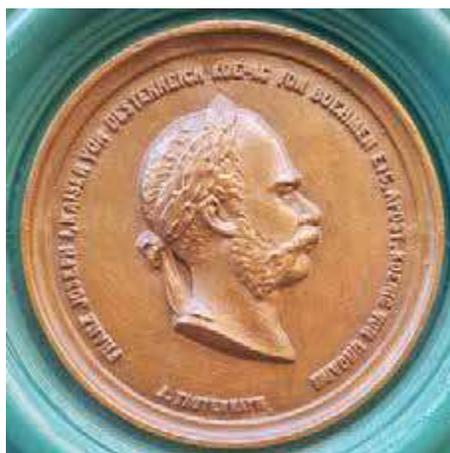
Las medallas y reconocimientos, más allá de los originales, se podían anunciar o representar mediante reproducciones a modo de medallones. De este modo, aparecerán reproducciones de estas piezas en todos los formatos posibles e imaginables en la fachada o en el interior de los establecimientos fabriles o mercantiles como tendremos la oportunidad de exponer en algunos casos concretos barceloneses.

En ocasiones era la propia fachada del establecimiento la que facilitaba un espacio idóneo de proyección de los éxitos. El escudo de proveedor real (fig. 16, 17 y 19) y las medallas pintadas o esculpidas, en forma de medallones, eran un recurso habitual del que citaremos algunos casos. Se seguía así la moda del resto de Europa y de España. Solo señalaremos ahora como ejemplo el vistoso establecimiento madrileño del número 8 de la calle Arenal (fig. 35 y 36).¹⁵⁶ En origen era el establecimiento de confitería y ultramarinos, proveedor de la Real Casa, fundado por Carlos Prast y Julián (1830-1904) en 1853, que tenía una exquisita decoración de la que han perdurado las réplicas de medallas obtenidas por los productos del establecimiento en las exposiciones de París, Viena, Burdeos y Oporto y que aparecen representadas como medallones, tallados en madera y dorados por Francisco Gallástegui.

¹⁵⁶ Agradezco a mi amiga Carmen Sebastián Alafont la información sobre este establecimiento.



35 y 36 Fachada y detalle de la fachada de los antiguos ultramarinos Prast, en la calle Arenal, nº 8, Madrid, y la reproducción de la medalla de la Exposición Universal de Viena de 1873.



Otro ejemplo, desubicado parcialmente de su situación original en la fachada, es el rótulo del establecimiento litográfico Jorge Müller de Cádiz, fundado en 1861, hoy conservado en el Museo Taller Litográfico de esta ciudad (fig. 37). En este último aparecen cinco medallas, aunque se han perdido un par de medallones que sí aparecen en fotografías más antiguas.



37. Rótulo publicitario del establecimiento litográfico Jorge Müller de Cádiz.
Museo Taller Litográfico de Cádiz

En Barcelona tenemos los ejemplos conservados de la fachada o el interior, hoy perdido, de la antigua farmacia Cases;¹⁵⁷ el interior conservado y el exterior perdido de la antigua farmacia Comabella¹⁵⁸ o bien el exterior preservado de El Ingenio¹⁵⁹ y del establecimiento Torrente,¹⁶⁰ que son excelentes y suficientes ejemplos de una práctica que si bien no fue común, tampoco fue excepcional o extravagante. Otro establecimiento en la cartería del cual se hizo alarde de las medallas obtenidas fue el gabinete del dentista Alberto Dufresne, situado en el nº 4 de la Rambla de Canaletes, en el que se publicitaron tres medallas en el rótulo bajo el escudo real de proveedor de la Real Casa (fig. 39). El mismo dentista se anunciaba en la prensa y hacía constar que era proveedor de la Real Casa además de disponer de dos medallas de oro de la Exposición Universal de Barcelona de 1888 por diferentes productos.¹⁶¹

157 Véase el epígrafe 4.2.2.1.6.

158 Véase el epígrafe 4.2.2.1.5.

159 Véase el epígrafe 4.2.2.2.5.

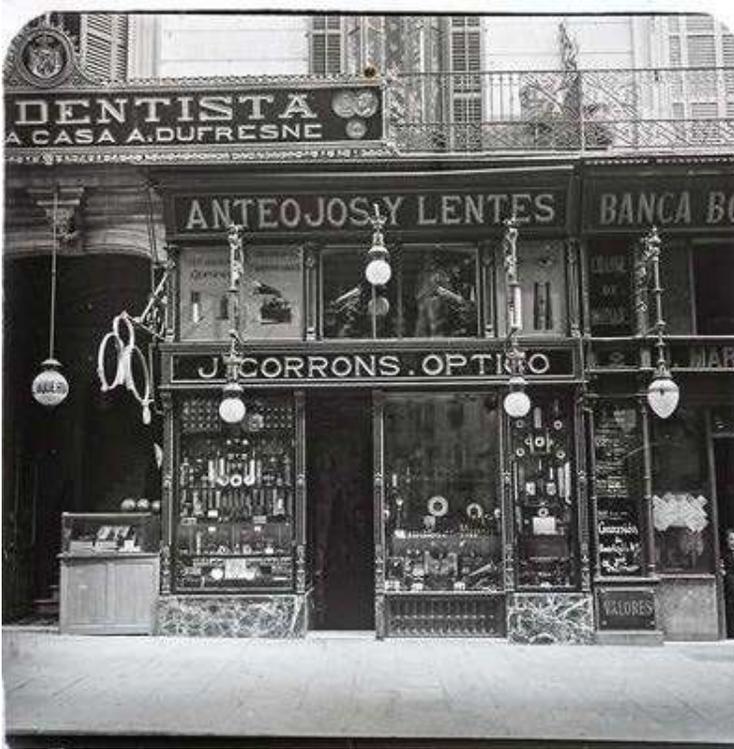
160 Véase el epígrafe 4.2.2.1.4.

161 Véase *La Dinastía*, 20 de noviembre de 1891, p. 1.

Entre las piezas desubicadas o descontextualizadas podemos citar una pareja de medallones metálicos unifaces (fig. 38) alusivos a la Exposición Universal de Barcelona de 1888 conservados en el Gabinet Numismàtic de Catalunya. Se desconoce su origen pero parece local. El hecho que en uno de ellos aparezca el tenor de la siguiente inscripción “PREMIADO EN LA EXPOSICIÓN UNIVERSAL – BARCELONA 1888” lleva a pensar en algún tipo de aplique conmemorativo de un premio, que no queda determinado, y que no debió ser una medalla.



38. Medallón unifaz alusivo a la medalla de la Exposición Universal de Barcelona de 1888.



39. Fachada con el rótulo del dentista Alberto Dufresne con el escudo de proveedor de la Real Casa y unes medallas.¹⁶²

El despacho de dirección también era un buen lugar donde presentar las medallas y los diplomas anejos enmarcados o bien dispuestos en expositores o vitrinas o bien, a buen recaudo, en una caja fuerte. Ya hemos mencionado los cuadros de honor que acogían las distintas medallas y honores en una composición ordenada que venía a constituir una historia metálica de los grandes logros y reconocimientos de la marca. Estos cuadros solían estar situados, como vitrina de trofeos, en las oficinas de la gerencia de la empresa, como las que conserva la destilería

¹⁶² <https://blog.museunacional.cat/wp-content/uploads/Aparador-de-IOptica-Corrans-1900-ANC.jpg>

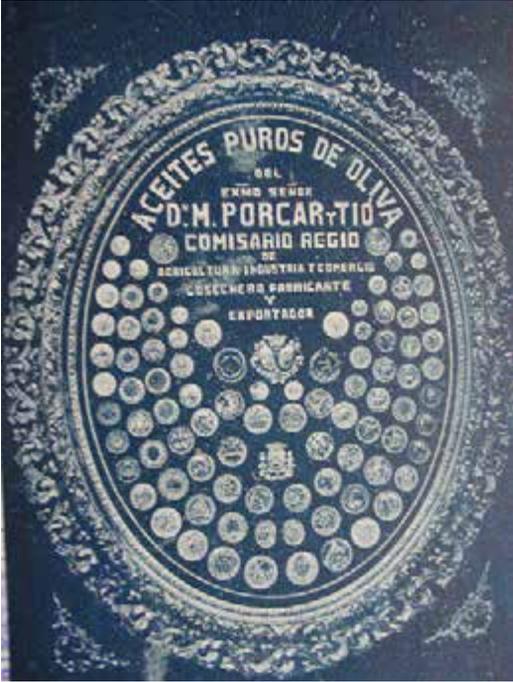
de Vicente Bosch en Badalona, pero también eran llevados a los *stands* de las ferias (fig. 40), como veremos a continuación, donde eran exhibidos e, incluso, reproducidos literalmente en la propaganda mediante fotografías como los casos ya citados de Nestlé o de aceites Porcar (fig. 41). También eran exhibidos mediante reproducciones fotográficas en los reportajes de industrias como las alfombras y tapicerías Domingo Sert o los aceites de oliva G. Sensat.¹⁶³

También los *stands* efímeros en los que la marca se presentaba en las ferias, exposiciones y eventos comerciales. Tenemos ejemplos locales de la Exposición de 1933 con las fotografías que muestran los expositores de la granja Viader en la de 1929 y, en la misma exposición, de la casa Castells (fig. 85). En ellos aparece, de diferente modo, esas piezas prestigiosas.



40. Pabellón de la fábrica de pianos John Brinsmead & Sons en la Exposición Universal de París de 1889. Obsérvese el expositor de medallas del establecimiento.

163 Véanse, respectivamente, los reportajes que les son dedicados en el Libro de Oro 1921, pp. 586-587 y 498-499.



41. El medallero del productor de aceite de oliva M. Porcar y Tió reproducido en un catálogo comercial de la empresa.

4.2.1.2. La papelería de empresa

La papelería comercial de las empresas devino otro de los soportes principales sobre la que se desplegó la misma panoplia gráfica de honores y premios ya vista. Los establecimientos comerciales e industriales adoptaban y desarrollaban algo ya usado de manera más discreta por particulares e instancias oficiales. Los primeros utilizaban en su papel de carta particular distintivos honoríficos propios como una corona sobre el título nobiliario o bien las iniciales personales, mientras que los segundos incorporaban el escudo real, estatal o corporativo sobre la denominación del negociado o secretaría pertinente de la administración civil o militar.

Algunas empresas empezaron a utilizar en el encabezado con la razón social el escudo real, en caso de disponer de ese privilegio, o bien el grabado de las medallas obtenidas dispuestas en

composiciones que podían ir de lo más simple a lo realmente complejo. La diferencia estaba en el diferente tipo de papelería a usar. Así, por ejemplo, papel de carta, papel para facturas, albaranes, tarjetas de representación comercial, etc. Es decir, todos los modelos posibles de desarrollo de la papelería comercial. Como en el resto de manifestaciones es importante determinar la cronología puesto que la papelería también cambió al ritmo que llegaban nuevas medallas.



42. Tarjeta de la Fábrica de flores, aprestos, plantas F. Caballero con las medallas de premio.

Habría muchísimos ejemplos que traer a colación pero optamos por presentar el de los importantes grandes almacenes *El Siglo* de Barcelona a través de un ejemplo de papelería de 1881. En este caso, además de una visión frontal de la fachada del establecimiento abierto en la Rambla, nº 5, y de cartelas en las que se anunciaban la pluralidad de especialidades y productos ofrecidos por estos famosos grandes almacenes, se representan dos medallas de premio. La primera corresponde a la medalla de la Exposición Internacional de Filadelfia de 1876 mientras

que la segunda es la medalla de la Exposición Universal de París de 1878. La bibliografía¹⁶⁴ nos recuerda la edad de oro de este establecimiento entre 1878 y su incendio el 25 de diciembre de 1932. Cabe señalar que en el centro de la composición se representa un medallón con una camisa en el centro que corresponde a la marca registrada.¹⁶⁵

Otro ejemplo, entre muchísimos posibles, es el que nos ofrece la papelería de la también famosa *La España Industrial*. En su papelería inicial aparecen representadas, a gran tamaño y acodadas, las medallas de las exposiciones universales de París de 1867 y de 1878 y la de Filadelfia de 1876¹⁶⁶ mientras que en la última década se añade una retahíla de medallas.¹⁶⁷



43. Medalla del primer premio de la Exposición Universal de París de 1867.

¹⁶⁴ Véase Faciabén, 2003.

¹⁶⁵ Véase <https://www.todocoleccion.net/coleccionismo-carteles-pequenos/barcelona-grandes-almacenes-siglo-camiseria-guantes-publicidad-antigua-ver-fotos-k-8798-x3h90027944> [Consulta 26.08.2024].

¹⁶⁶ Véase <https://www.alamy.com/factura-comercial-emitida-por-la-espaia-industrial-febrero-de-1886-image211020384.html> [Consulta 26.08.2024].

¹⁶⁷ Véase <https://www.todocoleccion.net/facturas-antiguas/factura-espana-industrial-sociedad-anonima-muntadas-hermanos-barcelona-1916-x425114802> [Consulta 26.08.2024].



44. Tarjeta comercial de los Grandes Almacenes de ferretería, quincalla y maquinaria hijo de Ignacio Damians.

4.2.1.3. El etiquetaje, envasado y empaquetado

La ostentación de premios y medallas pasó rápidamente de lo fijo y estático a lo móvil y portátil. Esto es, a las etiquetas de las botellas, y otro tipo de envases, así como al empaquetado de los productos. Es decir, cajas y envases en los que se visibilizaba el contenido, la marca y su prestigio. Estos podían ser tanto exteriores en etiquetas de botellas, frascos o cajas o bien interna como la estampada o enganchada en etiquetas en el interior de los estuches de condecoraciones u otros efectos valiosos como los que podemos ver estampados en el interior de las cajas y estuches de casa Castells (fig. 46) o en las etiquetas pegadas en el exterior o en el interior de la cajas de abanicos y otros productos de la casa Bruno Cuadros (fig. 45).¹⁶⁸

¹⁶⁸ Véase el epígrafe 4.2.2.2.6.



45. Caja de abanico con la etiqueta de la Gran Fábrica Especial de paraguas, sombrillas y abanicos Bruno Cuadros.¹⁶⁹



46. Interior de estuche de la casa Hijo de B. Castells en el que se presentaba la medalla de la Exposición Universal de Barcelona, 1888.¹⁷⁰

169 <https://en.todocoleccion.net/antiques/antigua-caja-para-abanico-bruno-cuadros-x245976640> [consultado 7.08.2023].

170 <https://historiayculturamilitar.wordpress.com/2012/12/20/casa-castells-2a-parte/> [consultado 7.08.2023].

En este mismo apartado podemos incluir la práctica de los fotógrafos de utilizar los reversos de sus fotografías para etiquetar sus particulares productos. Así, por ejemplo, tenemos en el taller de Franck y Wigle (fig. 86), ubicado en el número 18 de La Rambla de Barcelona y con casa en el número 15 de la plaza de la Bolsa de París. Estos datos los ubican bajo el estampado de una medalla de oro con esta misma inscripción.¹⁷¹ Siguen la práctica de los talleres fotográficos franceses como los del mismo establecimiento Franck ubicado, en 1872, en el número 18 de la calle Vivienne de París.¹⁷²

En sus reversos, las medallas de premio y las condecoraciones obtenidas, así como los escudos de las escuelas Politécnica, militar de Saint-Cyr y la École Central a las que debía servir como fotógrafo oficial acreditado de sus alumnos en las nacientes orlas. También la casa Moliné y Albareda, ubicados en el número 16 de la calle Arola de Barcelona, hicieron representar la medalla de mérito de la Exposición de Portugal y la medalla de plata de una exposición no identificada.¹⁷³ Finalmente, el célebre establecimiento de fotografía Napoleon¹⁷⁴ alardea de la medalla de premio al mérito obtenida en la Exposición Aragonesa de Zaragoza de 1868 en los reversos de sus fotografías más antiguas.¹⁷⁵

171 Véase MFM, S-23139.

172 Véase MFM, S-22041.

173 Véase MFM, S-21999.

174 Véase el epígrafe 4.2.2.2.3.

175 Véanse del MFM S-21855 y S-21833.



47. Lata de aceite de oliva *Sublime*, con la marca registrada monograma G.S. 1878 entrelazado con una ancla, rodeada de la colección de medallas.

La paquetería es muy variada y los ejemplos seleccionados son solo unos pocos que pretenden mostrar esa diversidad. Así, tenemos las cajas para fotografías del estudio de los Napoleon de Barcelona, 1903.¹⁷⁶

4.2.1.4. La cartelería artística

En la cartelería tenemos un producto artístico que se desarrolló a partir de la publicidad comercial gracias a las artes gráficas.¹⁷⁷ Se trata de un formato nuevo que se desarrolla en todo su esplendor a partir de la segunda mitad del siglo XIX. Un formato —especialmente pero no únicamente, el cartel— que evolucionará y se extenderá al paso de la evolución de los sistemas de reproducción gráfica como la litografía a color. Entre sus múl-

176 <https://www.todocoleccion.net/fotografia-antigua-albumina/caja-para-fotografias-cabinet-estudio-napoleon-barcelona-1903-x325094973> [Consulta 07.08.2023].

177 Jardí & Manent 1983

tiples ventajas también estaba –como el de la medalla- el de ser un arte seriado. Siempre pensamos en el papel como soporte pero no debemos olvidar la plancha de metal o el cuadro de azulejos esmaltados para disponerse en el exterior de los edificios. En cuanto nos atañe cabe destacar el cartel pintado sobre tabla relativo al reconstituyente del doctor Cases (fig. 78).

La cartelería y el arte del cartelismo llegaron a desarrollarse como un formato extraordinariamente atractivo para las empresas y para artistas de primer orden en toda Europa. Del checo Alphonse Mucha (1860-1939) y el francés Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901) a los catalanes Ramón Casas (1866-1932) y Alexandre de Riquer (1856-1920). El cartel también fue objeto de deseo de los coleccionistas de una manifestación artística, en principio, de carácter efímero. Las principales empresas utilizaron el formato y, a pesar, que la presencia de grandes artistas propició un desarrollo muy plástico y estético del que el Modernismo fue un estilo único. Algunas empresas, como la empresa de José Bosch, convocaron incluso concursos a los que concurren grandes artistas que elevaron el cartelismo a un nivel artístico indiscutible.

A pesar de esa preponderancia, de lo artístico por encima de otros valores más prosaicos y propagandísticos, tenemos ejemplos en los que las medallas y otros elementos de los que hemos señalado aparecen incorporados, muy probablemente, por imposición o sugerencia de los propietarios.

Tenemos varios ejemplos locales. Uno podría ser el cartel anunciador (fig. 48) del agua de azahar de la marca *Bragulat*, obra del artista Miguel Navarrete García de Galdeano (+1920). En su diseño puede verse como una mujer, joven y elegante, desecha con desdén las botellas de la competencia, que caen derrotadas de una mesa al suelo, mientras levanta, con la vista

puesta en ella, una botella resplandeciente del producto que se anuncia. En la botella, perfectamente identificable, se ve la etiqueta con las medallas de premio. Por si ese detalle sutil pasase desapercibido se reservaba un espacio para las dos medallas de premio junto al lema “Esta es la mejor” en el nimbo que envolvía la botella original. Las medallas, acoladas, son las de la Exposición Hispano-Francesa de Zaragoza de 1908 y la Exposición Internacional de Londres del mismo año en las que el producto obtuvo sendos diplomas de Honor.



48. Cartel publicitario de *Agua de azahar Bragulat*, Alella (Barcelona).

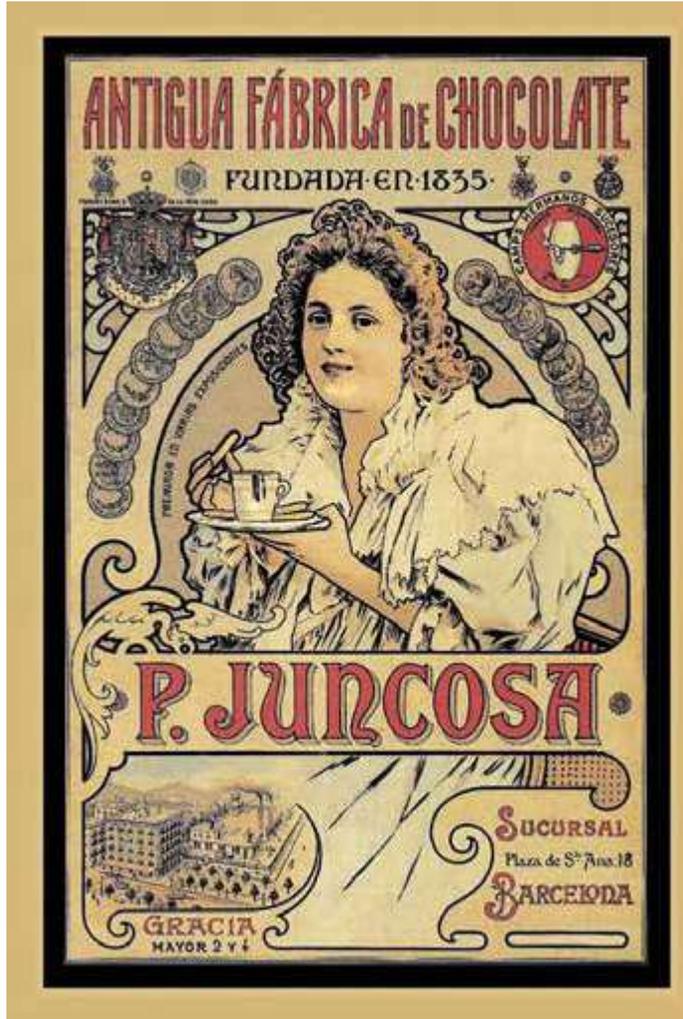


49. Medalla de la Exposición Hispano-francesa de Zaragoza, 1908.

Otro ejemplo es el anuncio de la marca Anís del Mono preparado por el artista modernista Alexandre de Riquer (fig. 58). En este caso, las medallas de premio se disponen de manera sutil a lo largo y ancho de una orla que enmarca toda la composición como veremos al tratar esta marca.¹⁷⁸

También tenemos un magnífico ejemplo en uno de los diversos carteles de la antigua fábrica de chocolate P. Juncosa. Se trata de un cartel (fig. 50) de estilo modernista en el que una joven dama, vestida con un camisón blanco y con un peinado suelto, desayuna una taza de chocolate con melindres. La figura está enmarcada por un arco formado por una retahíla de un total de nueve medallas acoladas junto a la inscripción “PREMIADA EN VARIAS EXPOSICIONES”. En el friso superior aparecen cuatro condecoraciones y en las enjutas el escudo real alusivo a ser proveedores de la Real Casa y la marca registrada de la casa. En un espacio central aparece la inscripción “FUNDADA EN 1835”.

178 Véase el epígrafe 4.2.2.1.1.

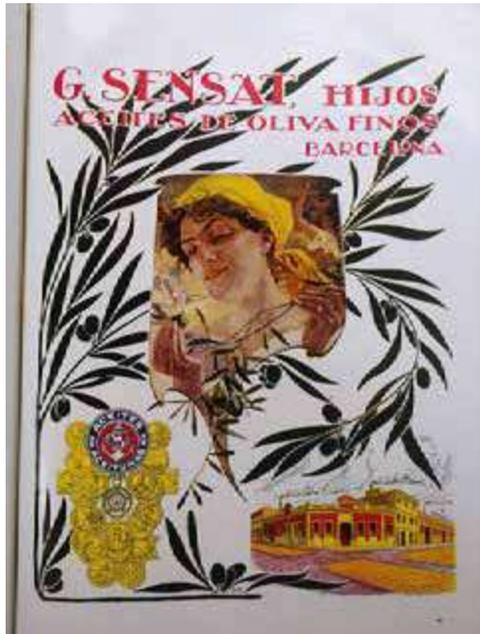


50. Cartel publicitario de la antigua fábrica de chocolate P. Juncosa.

Otro ejemplo más es el cartel de las aceitunas y aceites de la marca *G. Sensat e Hijos*. Debe saberse que esta razón social traspone el conjunto de sus numerosas medallas a todos sus productos desde la papelería¹⁷⁹ al envasado, a los anuncios publicitarios

179 <https://www.todocoleccion.net/cartas-comerciales/barcelona-carta-comercial-g-sensat-hijos-almacenes-aceites-aceitunas-medalla-oro-x7833414>. [consulta 5.08.2024]

y a la cartelería.¹⁸⁰ Nos detendremos en este último formato con el cartel pintado entre 1890-1902 por Adolf Hohenstein (1854-1928). En este cartel (fig. 80) se aprecia un primer plano del rostro de una bella campesina, en plena campaña de recogida, mientras tiene en su mano unas aceitunas en rama. En este cartel se incorpora el racimo o panoplia de medallas que acostumbraron a reproducir en la misma forma en todas las formas de la publicidad en la prensa mientras el racimo crece a medida que transcurren los años y se consiguen reconocimientos. De esta obra se conserva una prueba de imprenta en el MNAC.¹⁸¹ El éxito de la imagen propició que se reutilizara en composiciones variadas dentro de la publicidad de la empresa.



51. Portada del
reportaje publicitario
de los aceites
G. Sensat en el
Libro de oro, 1921¹⁸².

180 Véase <https://it.todocoleccion.net/collezionismo-affissi-piccoli/puplicidad-1929-aceite-oliva-aceitunas-g-sensat-barcelona-aceros-manuel-x426427822>

181 Adolf Hohenstein (1854-1928) Prueba de imprenta. Litografía en color sobre papel hacia 1890-1902. MNAC 000598-C

182 Véase <https://it.todocoleccion.net/collezionismo-carta-parecchi/g-sensat-hijos-aceites-oliva-finos-barcelona-original-epoca-1928-x137323358>.

4.2.1.5. La publicidad en la prensa y en las guías

En la prensa emergente también hizo aparición este tipo de propaganda. En este formato tenemos, por una parte, la prensa diarias o periódicos y, de otra, las nacientes revistas ilustradas, que reservaban un espacio a la crónica visual y a los anuncios. Todo ello implicaba una novedad respecto el pasado inmediato.

Cierto es que, en este formato, mucho menos vistoso y colorista que el de etiquetas y carteles, a menudo, se recogen los premios en forma de descripción y no tanto en el lenguaje gráfico. Esto se debe, sin duda, a las limitaciones gráficas. La comparación entre el mensaje formulado por una misma marca en distintos formatos permite ver este tratamiento diferenciado. Así, por ejemplo, la etiqueta de la botella de agua de azahar de



F. Bragulat, en la que aparecen dos medallas acoladas, mientras que en el anuncio de prensa escrita se anuncia en letra de molde el premio del Gran Diploma de Honor de la Exposición Hispano-Francesa de Zaragoza de 1908 sin representación gráfica alguna.

52. Anuncio en la prensa del agua de Azahar Bragulat, Barcelona, 1908.

Algunos anunciantes de productos, a pesar de las limitaciones, se resistían a dejar de visibilizar las medallas obtenidas. Ya se sabe que, en publicidad, una imagen vale más de mil palabras. Las páginas de *La Vanguardia* nos aportan algunos modestos pero significativos ejemplos (fig. 53). Se trata de anuncios como el de la Fábrica de Chocolates de Clemente Guardia, fundada en 1824 y sita en el núm. 23 de la plaza de la Llena, que se anunciaba en un pequeño y austero recuadro de la portada de *La Vanguardia* del 9 de septiembre de 1892. En el mismo, se reproducían el anverso y el reverso de la medalla de la Exposición Universal de Barcelona de 1888. A pesar de lo burdo y desdibujado del grabado no hay duda en su identificación.

9'45 noche.
to que haya
Irún, lo que
sido detenido
fermedad, no
España.—F.

tranjero
40 noche.
oy el estado
emia colérica
aciones. En el
el de la Pi-
el de la Cha-
Antoine, seis
s y cinco de-
man mandado

LA ARGENTINA... que ha
dirigido los trabajos de la botadura, obsequió á los
invitados con un *lunch*.

MIL PESETAS al que presente
CÁPSULAS DE SÁNDALO
mejores que las del Dr. Pizá de Bar-
celona, y que cura más pronto y
radicalmente la *Blenorragia* y de-
más *flujos* de las *vias* urinarias.
13 años de éxito. Único aprobado
y recomendado en las Reales Aca-
demias de Medicina de Barcelona y
de Mallorca, varias corporaciones científicas y
renombrados prácticos que diariamente lo pres-
criben reconociendo ventajas sobre todos sus simi-
lares. Frasco 14 reales. Farmacia del Dr. Pizá,
plaza del Pino, 6, Barcelona y principales de Es-
paña.



**Medalla
de Oro**

53. Anuncio de las cápsulas de sándalo del doctor Pizá, publicado en *La Vanguardia*.

Otros ejemplos similares de la misma cabecera y año son los anuncios de las Cápsulas de Sándalo del doctor Pedro Antonio Pizá y Serra (fig. 53), recomendadas para enfermedades urinarias, que se podían adquirir en su farmacia –hoy desaparecida– del número 6 de la barcelonesa plaza del Pi, esquina con el n.º 1 de la plaza Beat Oriol¹⁸³ y que se difundieron por toda la Península. Años más tarde se añadía a los anuncios de prensa otras medallas como el Gran Concurso de París de 1895 y el Gran Premio de la de Suez de 1897 hasta derivar en los racimos de medallas que utilizarían sus sucesores en el negocio. Estas panoplias de medallas también fueron reproducidas en los catálogos del producto editados en los años veinte por los sucesores del fundador junto a las propiedades del producto.¹⁸⁴

Otro producto ortopédico patentado y premiado en la misma Exposición para aplicar a los herniados y de venta en la Ortopedia de la plaza de la Merced.¹⁸⁵ En cambio, la empresa pirotécnica *La Nueva Manresana* anunciaba en letra de molde que estaba en posesión de la “medalla de oro y de bronce de la Exposición Universal de 1888”¹⁸⁶ prescindiendo de su imagen que venía substituida por la imagen corporativa de la empresa.

G. Sensat e Hijos da un papel central a la panoplia de medallas en todas las proyecciones de su imagen publicitaria. En una publicación de 1913 entre una gran láurea, se citan, en una doble columna interminable que flanquea el grabado central –a modo de *corsage* o joyel– con todas las medallas y recompensas obtenidas dispuestas sobre una fotografía enmarcada del establecimiento en una de las esquinas de la calle Marina, en Barcelona.

183 Véase *La Vanguardia*, 16 de septiembre de 1892, p. 3.

184 Librería y coleccionismo Rouse, Banys Nous 22

185 Véase *La Vanguardia*, 17 de octubre de 1892, p. 4.

186 Véase *La Vanguardia*, 25 de septiembre de 1892, p. 8.



54. Reportaje de la fábrica de alfombras y tapicerías de Domingo Sert en el *Libro de oro*. 1921.

4.2.1.6. *Ephemera* y jetones publicitarios

Algunas empresas de la época, en una derivada inesperada distinta de la naturaleza y trayectoria de las medallas de premio, acuñaron sus propias medallas, fichas o jetones a fin de distribuirlas entre sus clientes como reclamo publicitario. Debe señalarse que no son palabras sinónimas. Las medallas tienen una finalidad de recuerdo o conmemoración mientras que los jetones suelen comportar algún tipo de valor económico, vale o ficha.

Entre las medallas propiamente dichas, con finalidad conmemorativa, tenemos el ejemplo de la acuñada por la fábrica de efectos militares Castells (fig. 84). En algunas de estas medallas o jetones –y, por esto, las traemos a colación– en su anverso o reverso aparecía la imagen real y en el reverso la razón social o comercial editora y a la que hacer propaganda. Tenemos, como ejemplo, las siguientes medallas.

En primer lugar, la medalla que la platería, joyería y relojería Agustín Valentí, con sede en el número 49 de la calle Ferran de Barcelona acuñó con la misma imagen que las medallas oficiales de la Exposición Universal de Barcelona de 1888.¹⁸⁷

En segundo lugar, tenemos la medalla recuerdo que acuñó los talleres de construcción de Gaspar Quintana, hijo, con despacho en el número 49 de la calle Sant Pau de Barcelona. En esta el anverso estaba ocupado por el escudo coronado y laureado de Barcelona y en el reverso una vista aérea del palacio de la Industria de la citada Exposición Universal con la inscripción de “recuerdo” de la visita al palacio en el que el expositor tenía su muestra.¹⁸⁸

En tercer lugar, tenemos el jetón acuñado por la marca *Licor Crema de Leche* (fig. 55), patentada en 1907 por Juan Camprubí (1875-1922), con representación exclusiva del producto de don José María Palomeras y con despacho en la calle de la Diputació 164, 1º, 1ª de Barcelona. En el anverso se muestra la botella y la inscripción “* LICOR DE LECHE * / PREMIADO / EXPOSICIONES” mientras que el reverso se aprecia una abubilla sobre una rama de la que penden cinco medallas y una inscripción en la que, a manera de tarjeta de visita, se indica “REPRESENTANTE J. M. PALOMARES / MARCA REGISTRADA / DIPUTACIÓN 164 1º 1ª”. Conocemos piezas acuñadas en metal bronceado¹⁸⁹ y otras en metal plateado.¹⁹⁰

187 Véase Crusafont 2006, cat. nº 784.

188 Véase Crusafont 2006, cat. nº 783.

189 En el monetario de la Reial Acadèmia de Bones Lletres de Barcelona y <https://www.todocoleccion.net/monedas-locales/pc-1-33-1-licor-crema-leche-barcelona-x406451514> [Consulta 31.07.2024].

190 Véase <https://www.todocoleccion.net/monedas-locales/ficha-licor-crema-leche-diputacion-164-barcelona-restaurant-j-m-palomares-x464748417> [Consulta 31.07.2024].

No hemos podido localizar una botella del producto ni su etiqueta pero su imagen nos es facilitada directamente por los citados jetones y, especialmente, por la publicidad impresa del año 1907, que ayuda a la identificación de las cinco medallas de reconocimiento obtenidas que en la catalogación del jetón son confundidas con frutos.¹⁹¹ Esto es, la medalla de la Exposición Nacional Vinícola de Madrid de 1877; la medalla de la Exposición Aragonesa de Zaragoza de 1884, 1885 o 1886;¹⁹² la medalla de la Exposición Internacional de Filadelfia de 1876; la medalla de la Exposición Internacional de París de 1878 y la medalla de la Exposición Universal de Barcelona de 1888.



55. Jetón propagandístico del licor crema de leche y detalle de anuncio publicitario, 1907.¹⁹³

191 Véase Sanahuja 2020, cat. nº 33.

192 En los tres años se repitió la misma medalla.

193 Véase <https://www.todocoleccion.net/coleccionismo-carteles-pequenos/licor-crema-leche-representante-jose-maria-palomer-lech-concentrada-hoja-ano-1906-x289475488> [Consulta 2.09.2024]



56. Medalla de Premio de la Exposición Aragonesa de Zaragoza de 1885 y 1886.¹⁹⁴

En cuarto lugar, el ejemplo de la medalla acuñada por la razón social dedicada a la fabricación de maquinaria, *Moratona Genís Bureau*, sita en el nº 53 de la calle Princesa de Barcelona.¹⁹⁵ En el anverso se muestra el escudo municipal de la ciudad condal alrededor de la cual se despliega una inscripción alusiva a la Exposición Universal de Barcelona de 1888 y, en el reverso, la información de la empresa.

Finalmente, en quinto lugar, tenemos la medalla fundida en vidrio de color que la fábrica de medio cristal *J. Vallès hijo y yerno* preparó como recuerdo propagandístico del mismo evento.¹⁹⁶ En el anverso, las armas de España y de Barcelona bajo una corona mural y una láurea y en el reverso, una vista de la fábrica.

Lo común en estos cinco ejemplos es que se trata de medallas de recuerdo o *souvenir* —conmemorativas, al fin— del evento en

194 Véase <https://www.soleryllach.com/es/lot/1134-4623-4623/4199-362093-alfonso-xii-medalla-exposicion-aragonesa-de-1884-y-1885-1> [Consulta 31.07.2024]

195 Véase Crusafont 2006, cat. nº 782.

196 Véase Crusafont 2006, cat. nº 781.

cuanto. Su finalidad es que el cliente o visitante tenga un elemento de recuerdo más allá de una volátil tarjeta de visita.

Más allá de los ejemplos de medallas y jetones publicitarios vinculados a la misma Exposición Universal existen medallas y jetones propagandísticos con tipos monetarios en una de sus caras que pueden considerarse precedentes.¹⁹⁷ La sucesión de tipos monetarios con efigies de los sucesivos monarcas permite una primera ordenación cronológica de los mismos. Se conservan algunos en las colecciones del Gabinet Numismàtic de Catalunya. Así, por ejemplo, los de la casa Perelló, “FÁBRICA DE MONEDERS, CARTERES, MALETES, PARAÏGUES etc, sita en el nº 30 de la Portaferrija con la imagen de Hispania reclinada propia de las emisiones del Gobierno Provisional¹⁹⁸ o los de la misma casa anunciada en castellano, con sede en la calle del Pi, 7bis y con la cabeza del rey Alfonso XII en el anverso.¹⁹⁹ El mismo tipo en el anverso de los jetones de la joyería, platería y relojería *La isla de Cuba* de López y Lleonart, sita en el nº 12 de la plaza Reial.²⁰⁰ El busto de ambas piezas grabado, por cierto, por J. Morató. Finalmente, tenemos los que presentan como tipo el conjunto de los bustos acolados de la reina regente y el niño rey, similar a los tipos de las medallas oficiales de la Exposición Universal de 1888 como los de la platería, joyería y relojería de Agustín Valentí, en el nº 49 de la actual calle Ferran.²⁰¹

Y mucho más allá de estos ejemplos existe un gran y variado cajón de sastre tipológico de medallas y jetones de distinta naturaleza y finalidad, con valor monetario, vinculada al comercio de la ciudad condal que ya excede el acotado campo de estudio

197 Véase en general Sanahuja 2020.

198 Véase MNAC / GNC 50309.

199 Véase MNAC / GNC 50319.

200 Véase MNAC / GNC 104309.

201 Véase Sanahuja 2017, cat. nº 3.

que nos hemos propuesto. Así, el jetón con valor de descuento de la relojería del Siglo, en el pasaje del Rellotge de la misma ciudad.²⁰² No entraremos en estos para no alejarnos del tema, que nos hemos propuesto, en demasía.

Otro tipo de *ephemera* publicitarios fueron tarjetas postales como las que emitió la casa G. Sensat e Hijos²⁰³ o muestras de los productos y hasta abanicos de papel como los de la casa especializada en esta producción de Bruno Cuadros. Estos últimos mostraban la icónica fachada del establecimiento o “la casa dels paraigües” mientras que a la derecha de la composición se recogían las medallas ya citadas.



57. Anuncio del aceite de olivas Porcar.

202 Véase el Pasaje que se abre entre los números 38-40 de la calle dels Escudellers y los números 2-8 de la calle dels Còdols.

203 Véase el epígrafe 4.2.2.1.4.

4.2.2. Algunos testimonios comerciales históricos

Hasta el momento se ha señalado y diseccionado el fenómeno y los ámbitos de desarrollo. En este apartado se trata de aplicar lo que hemos planteado separado en una casuística de ejemplos concretos de marcas y razones sociales. Razón social es el nombre oficial de la empresa o negocio mientras que marca es el nombre del producto registrado que está protegido como marca registradas. Pueden o no coincidir en función de la magnitud y dispersión del negocio. En primer lugar, las marcas en si con algunos ejemplos de empresas centenarias plenamente activas. En segundo lugar, viendo unos casos de empresas desaparecidas a las que podemos acceder gracias a la documentación de todo tipo y, finalmente, en tercer lugar, ver un par de ejemplos de empresas desaparecidas pero con testimonios patrimoniales en las calles de Barcelona.

4.2.2.1. El valor de la continuidad y de la fidelidad a un modelo. Algunas marcas vigentes

4.2.2.1.1. Fábrica de anisados de Vicente Bosch

La casa de licores Vicente Bosch, de Badalona, de la que su producto estrella desde que fue lanzado al mercado en 1870 es el anís del Mono, en sus diversas variantes, utilizó las etiquetas para exponer sus medallas de premio en un diseño que ha llegado hasta la actualidad. También utilizó el naciente arte publicitario del cartelismo. Fomentó concursos de carteles y artistas como Ramón Casas o Alexandre de Riquer contribuyeron, como ya hemos señalado, a la imagen de la marca.

En el cartel de Riquer (fig.58) forman una retahíla de medallas que enmarcan la escena principal. En este caso el recurso estético utilizado es el de la medalla de oro. Ahora bien, el aná-

lisis de la orla nos revela otra realidad premial bien distinta. Efectivamente, los círculos dorados presentan y enmarcan los nombres de las distinciones conseguidas por la casa ya sea en forma de premios, diplomas o medallas. Así, en el sentido de las agujas del reloj, de derecha a izquierda y de arriba abajo, tenemos: Medalla de oro de (Madrid, 1887); un medallón vacío; Medalla de oro (Matanzas, 1881); Diploma de Honor (Barcelona, 1895); Medalla de oro (Manila, 1895); Medalla de oro (Chicago, 1894); Medalla de oro (Amberes, 1894); Medalla de oro (París, 1889); Medalla de oro (Barcelona, 1888), Medalla de oro (Zaragoza, 1887); Primer premio (París 1878) y Primer premio (Vilanova i la Geltrú, 1882). Si comparamos el contenido de esta orla con el listado puntual presente en algunas etiquetas comprobamos la inexactitud de la prime-



58. A. de Riquer. Cartel publicitario del Anís del Mono, con las medallas dispuestas en orla.

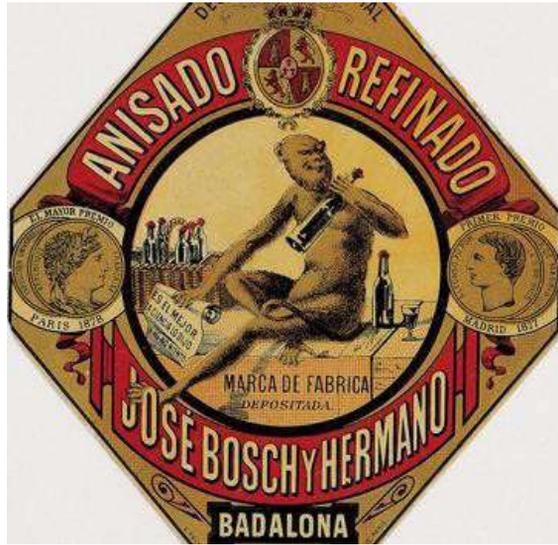
ra respecto la segunda. Por esta última sabemos que el primer premio de Vilanova i la Geltrú (1882) correspondía a una medalla de cobre y que en París (1878) se consiguió una medalla de plata y se añadía en tinta roja el último galardón obtenido. Esto es, un Diploma de honor en Bordeaux (1895). Eso sí, el listado aparecía tras un pomposo título de “primeros premios en todas las exposiciones”.

En la mayoría de carteles de la casa no se hace referencia directa a las medallas. Especialmente, en la famosa serie de carteles pintados por Ramón Casas que fueron los ganadores del concurso. En el que constituye la excepción de los pintados por Casas –el nº 2– los premios son publicitados en letra de molde “GRAND / PRIX / EXP. UNIV. / PARIS / 1900 / BORDEAUX 1907”.²⁰⁴

En el timbrado del papel de la empresa fechado en la última década del ochocientos, en sus distintas modalidades utilitarias, se acude a la fórmula de presentar una o varias vistas de la destilería de Badalona y a una larga orla con las imágenes de las distintas medallas obtenidas, además de información sobre la misma y el carácter de proveedores de la Real Casa.

En este caso tenemos la fortuna que, además de la continuidad de la casa, ahora en manos del grupo Osborne, y sus especialidades, se ha preservado el establecimiento industrial con su archivo y el fondo histórico de la empresa en su integridad. Eso permite que las medallas obtenidas en su larga trayectoria se conserven y el visitante las puede admirar. Unas están dispuestas en una vitrina del archivo y las otras enmarcadas en un cuadro en el despacho de la Dirección.

204 Véase Casas vol. 1, p. 217, fig. 6



59. Etiqueta de Anís del Mono con el escudo de Proveedor de la Real Casa y las medallas de las exposiciones de París de 1878 y de Madrid de 1877.



60. Papelería de la fábrica de anisados de José Bosch y Hermano con la pluralidad de medallas, 1890.



61. Medalla a la Perfección de la Exposición Nacional Vinícola de Madrid, 1877.



62. Medalla de Premio de la Exposición Universal de París, 1878.



63. Medalla de Premio de la Exposición Universal de París, 1889.

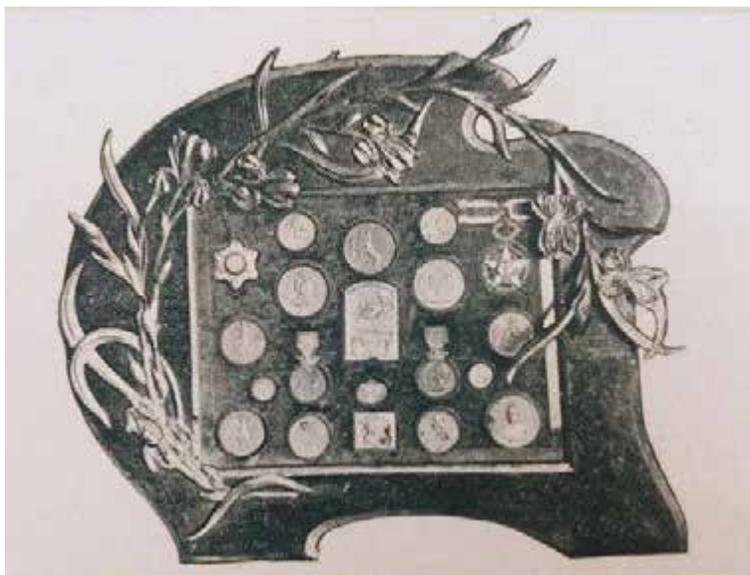
4.2.2.1.2. Agua mineral del manantial Vichy Catalán

Esta agua mineral embotellada es, sin duda, una de las aguas con más solera de la Península. El médico Modest Furest i Roca (1852-1939) constató en 1881 las virtudes minerales y terapéuticas del agua de un manantial de la fuente de la localidad de Caldes de Malavella y adquirió su propiedad en 1883. En 1890 consiguió el reconocimiento oficial de utilidad pública del agua del manantial para su embotellado. El Gran Balneario Vichy Catalán se empezó a levantar en el mismo lugar en 1898. Los primeros años de Furest al frente de la empresa embotelladora fueron muy intensos al presentar el agua a los principales certámenes para obtener su reconocimiento y difusión. Así, sucesivamente, obtuvo una medalla de plata en Niza en 1884, una de oro en Nápoles en 1894, una de oro en la Exposición Universal de Barcelona de 1888, una de honorífica en París en 1889, una de oro en Venecia en 1902 y otra de oro en Viena en 1904.

En las etiquetas de su agua mineral embotellada se fueron añadiendo estos premios a medida que se fueron obteniendo. Inicialmente, se enumeraron como un listado (fig. 64) y, más adelante, se representaron (fig. 65). Las medallas, dispuestas en una cartela son representadas en sus anversos y se han mantenido más allá de los cambios de fondo para mantener un vínculo de continuidad entre el pasado y la actualidad, más allá del formato del envase, al mantenerla en unas latas que en su momento fueron muy innovadoras y que ahora ya son un clásico.

4.2.2.1.3. Aceites y aceitunas G. Sensat

Una empresa a destacar en el sector oleícola es la especializada en la comercialización de aceitunas y aceites de oliva con el nombre de G. Sensat e Hijos, fundada en 1878. La empresa, que perdura en la actualidad, comercializa el aceite *Sublime*. Se trata de una empresa que invirtió muchos esfuerzos a lo largo de los años en participar en los distintos eventos y exposiciones acumulando una cantidad más que considerable de reconocimientos que se dispuso a proyectar muy pronto y que acabaron por fosilizarse en una característica panoplia de medallas (fig. 67). Por supuesto, a través del seguimiento cronológico de los productos publicitarios se puede ver como el racimo en el que se agrupan los reconocimientos, se despliega, crece, y reorganiza a medida que nuevos premios son obtenidos por la marca. En su cuadro de recompensas llegaron a acumularse hasta diecinueve medallas, condecoraciones y reconocimientos.



66. Medallero modernista de la empresa G. Sensat. *Libro de oro*, 1921.

Efectivamente, Sensat hizo, como ya hemos destacado, un amplio uso de la medallística en los envases, en la papelería de la empresa, en la publicidad (fig. 51) e incluso a través de tarjetas postales (fig. 57). Lo usual es que la panoplia de medallas se disponga alrededor del sello de marca registrada de la casa con un monograma GS en el campo, una ancla y la inscripción aceites y aceitunas.



67. Detalle de la panoplia de las medallas Sensat en la publicidad.
Libro de oro, 1921.

Las medallas aparecen en un conocido cartel, en las envases en forma de latas de aceite (fig. 47), en postales (fig. 57)²⁰⁵ y otros papeles *ephemera* y, por supuesto, en la propaganda en revistas (fig. 51). En este último canal tenemos el reportaje que se le dedicó en el *Libro de Oro* en 1921.²⁰⁶ Entre las medallas destacan la de Barcelona de 1888, la de Turín de 1908, las de Viena de 1901 y de 1903 y la de Alejandría de 1891.



68. Medalla conmemorativa de la participación de España en la Exposición Universal de París, 1878.

4.2.2.1.4. Cerrajería y pararrayos J. Torrente

José Sebastià y Sellerés inauguró una cerrajería en 1860 que acabó derivando el negocio hacia el sector de la electricidad para especializarse, de manera singular, en la construcción e instalación de pararrayos. En 1881 el negocio se traslada al local actual, sito en el número 21 de la calle Marqués de Barberà, desde el número 27 de la misma calle y José Torrente, un empleado que había empezado como aprendiz, sustituye al fundador garantizando la continuidad de una casa que hoy continúa en manos de sus descendientes.²⁰⁷ Se trata de un establecimiento en pleno vigor que continúa hoy en día con la especialidad inicial.

205 Véase https://www.todocoleccion.net/postales-publicitarias/ps-21664-postal-publicitaria-aceites-aceitunas-g-sensat-e-hijos-barcelona-x25284399#sobre_el_lote

206 Véase Libro de Oro 1921, pp. 497-499.

207 Fernández & Ibáñez 2016, pp. 371-376.

El rótulo de madera que anuncia el comercio parece ser que se trasladó a la nueva ubicación desde la sede primitiva. Se trata de una composición muy atractiva que traemos a colación por la estratégica presencia de dos medallones de madera dorada rodeados de las inscripciones “ELECTRO – MECÀNICA” y “ELECTRICITAT – ESPECIALITATS”. Estas inscripciones, así como la del friso inferior “PARALLAMPS”, estimamos que no son las estrictamente originales escritas en castellano pero que presumimos que tenían el mismo contenido.

Los dos medallones de la fachada reproducen los anversos de dos medallas de premio diferentes. A la izquierda del espectador se representa la medalla de premio de la Exposición Aragonesa de Zaragoza de 1868 (fig. 14), mientras que la de la derecha reproduce la de la Exposición General Catalana de 1871 (fig. 69). Son dos medallas que consiguió el establecimiento y de las que se quiso hacer alarde en su fachada. Las piezas originales y sus correspondientes diplomas no se conservan. También la papelería del comercio hizo uso de la marca registrada de la casa con el emblema del puño cerrado del que salen rayos y, especialmente, de las dos medallas acoladas que encontramos en la fachada.



69. Medalla premio al Mérito de la Exposición General Catalana de Barcelona, 1871.²⁰⁸

208 <https://live.cayon.com/lots/view/1-51RCZI/exposicin-general-catalana-barcelona-1871>



70. Fachada del establecimiento J. Torrente, en el nº 21 de la calle Marquès de Barberà.



71. Encabezamiento de factura del establecimiento de cerrajería y pararrayos en tiempos de su fundador José Sebastia, 1870-1880.



72. Tarjeta del establecimiento en tiempos de José Torrente, sucesor de José Sebastia, post 1881.

4.2.2.1.5. Antigua farmacia Comabella, actual Mas Docampo

El farmacéutico Felipe Comabella y Guimet (1874-1901) estableció su farmacia en el nº 23 de la calle del Carme de Barcelona en 1880. El local ocupó los bajos de la casa de D. Epifanio de Fortuny edificada por el arquitecto Francesc Daniel Molina (1812-1867) en 1851. Se anunciaba en la prensa como “Comabella, botica y laboratorio, fábrica de gránulos y grajeas medicinales de todas clases, calle del Carmen, 23”.²⁰⁹

Su hijo, Juan Comabella y Maluquer, se doctoró en farmacia en 1897, le sucedió en el negocio y, en 1904, encargó la remodelación de la tienda a Guillermo Busquets Vautravens (1877-1955). El Ayuntamiento le premió en 1905 con el accésit en la categoría de mejor local comercial.

Tras el fallecimiento de Juan Comabella, acaecido en 1921, la farmacia pasó a su hijo Manuel Comabella y Maluquer, a quien se debe la reforma de la fachada, realizada en 1926, y que es la que presenta en la actualidad. Su viuda fue la última de la familia en regentar el negocio siguiendo la elaboración de sus productos y anunciándose como viuda del doctor Comabella. En 1946 la farmacia fue traspasada a José María Mas Grau y, de éste, en 1997, pasó a manos de su hija Montserrat Mas Docampo.

Felipe Comabella, fue un farmacéutico notorio de su época que fue académico de número de la Real Academia de Medicina y Cirugía de Barcelona en 1895 y que fue condecorado con la encomienda de la Orden de Isabel la Católica. Esta-

209 Véase Anuario del comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración, 1881, p. 694.

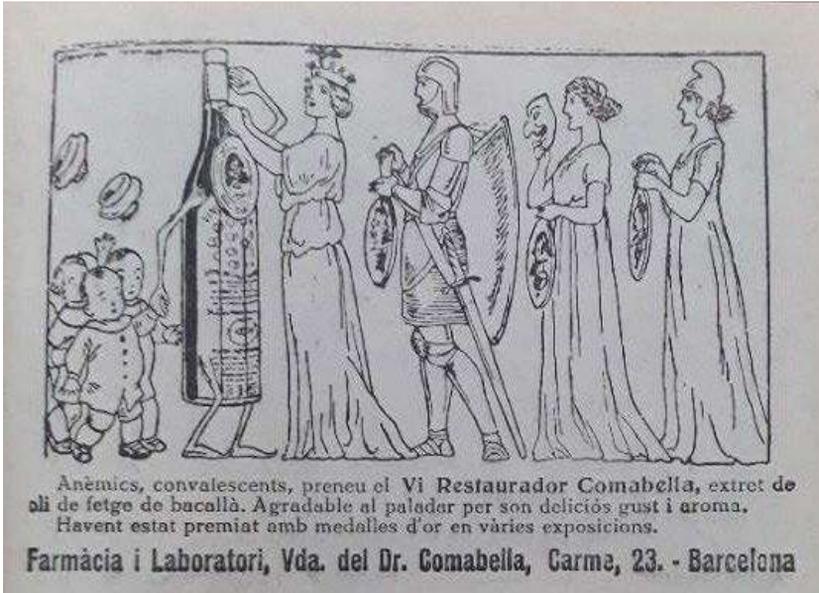
bleció un laboratorio en su farmacia donde preparó diversos medicamentos que presentó en numerosos certámenes y que tuvieron mucho predicamento. Entre sus productos destaca el vino restaurador Comabella, elaborado con extracto de hígado de bacalao.

En el Museo de la Farmacia se conserva una botella de este preparado y está ornamentada con una extensa panoplia de 16 medallas de premio acoladas (fig. 76). Otros productos suyos fueron la pectorina del Dr. Comabella, el algodón yodado del Dr. Comabella o los esferoides del Dr. Comabella, anunciadas en 1905 bajo la misma panoplia de 16 medallas de premio.²¹⁰

En el interior de este histórico establecimiento se conserva parte del mobiliario original de madera de Gaspar Homar y Emilio Sangenís, el suelo de mosaico de Mario Maragliano y la decoración de estuco de la cornisa de Felipe Fisse y, en el techo, una lámpara modernista de la remodelación de 1904. En la cornisa puede verse una cenefa floral en la que se van alternando grupos de medallas acoladas hasta el número de 20. Se trata de reproducciones a escala superior de las medallas obtenidas por el farmacéutico fundador Felipe Comabella en las distintas exposiciones en las que presentó sus preparados.²¹¹ La fecha de la remodelación nos da una datación *ante quem* de los reconocimientos.

210 Véase Anuario Riera, 1905, p. 1940.

211 <https://www.farmaceuticos.com/el-consejo-general/inventario-del-patrimonio-historico-farmaceutico-espanol/farmacia-mas-i-docampo-farmacia-comabella/?lang=-v> [Consulta 16.08.2023]



73. Anuncio publicitario de los productos de la Vda. del Dr. Comabella.²¹²

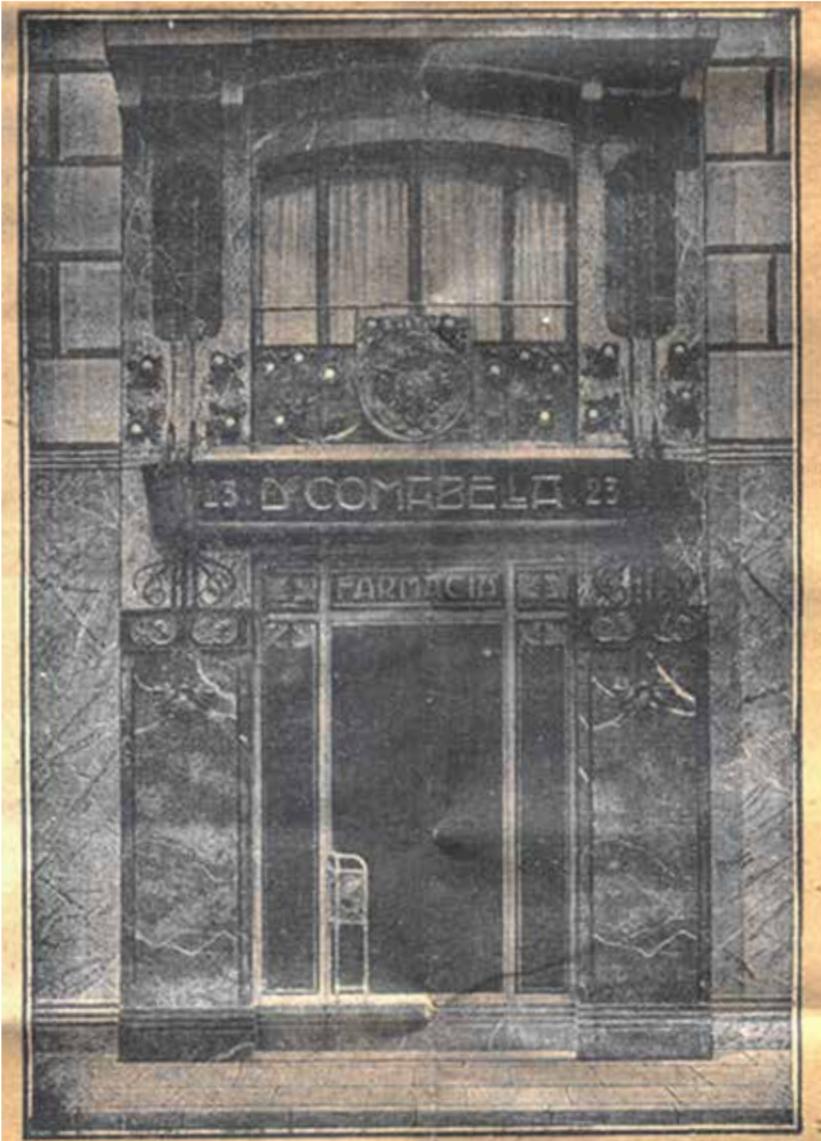
Podemos identificar las medallas reproducidas en la cenefa. Empezando por la derecha de la entrada encontramos las siguientes: 1) 2) 3) Medalla de premio al Mérito del Colegio Farmacéutico de Madrid (1882); 4) Medalla de la Exposición Universal de París (1884); 5) Medalla al Mérito de la Exposición de Matanzas (Cuba, 1882); 6) Medalla a Dr. Felipe Comabella (1880); 7) Medalla de la XII Exposición al Dr. Comabella de la Societé Philomatique de Burdeos (1887); 8) Medalla de Leopoldo II rey de los belgas, protector de la Exposición Universal (1885); 9) Medalla de la Sociedad Económica Gaditana. Exposición Regional (1879); 10) Medalla de la Sociedad Económica Gaditana. Exposición Regional (1879); 11) Medalla de la XII Exposición al Dr. Comabella de la Societé Philomatique de Burdeos

212 <https://www.todocoleccion.net/coleccionismo-carteles-pequenos/vi-restaurador-comabella-oli-fetge-bacalla-farmacia-laboratori-barcelona-hoja-ano-1926-x329545883> [Consulta 16.08. 2023]

(1887); 12) Medalla de la Exposición Internacional de Artes, Industria y Agricultura de Niza (1883-1884); 13) Medalla al Dr. Comabella (1887); 14) Medalla al Mérito Exposición de Matanzas Isla de Cuba (1882); 15) República Francesa. Bellas Artes, Industria y Agricultura. Medalla de la Exposición Internacional de Niza (1883-1884); 16) Medalla del Colegio de Farmacéuticos de Barcelona al Mérito al Dr. Felipe Comabella (1877); 17) Medalla de la Exposición Universal de Barcelona (1888); 18) Medalla de la Exposición de Amsterdam (1883); 19) Medalla de Premio al Mérito del Colegio Farmacéutico de Madrid (1882) y 20) Medalla de Perfección de la Exposición de Villanueva y la Geltrú (1882).

Los medallones son metálicos y fueron realizados en el establecimiento especializado de Ignacio Damians (fig. 44). La fachada del edificio fue remodelada, como ya se ha señalado, en 1926 y no es la original pero, gracias a una fotografía anterior a la reforma, podemos constatar que la cenefa o friso interior empezada, justamente, en el exterior con dos medallones acolados a ambos flancos de la puerta del establecimiento. Lamentablemente, se han perdido junto con las medallas originales y los diplomas acreditativos y no podemos determinar las cuatro medallas que aparecían en la fachada. Se trata del mejor exponente conservado de establecimiento comercial de Barcelona decorado con medallones alusivos a las medallas de premio, que complementan la utilización de las imágenes de las medallas en las etiquetas de sus productos.

La presunción del acopio de tantas medallas —a pesar que las hay repetidas— llevó a publicitar los productos de la casa asociados a una panoplia de medallas y a preparar un anuncio (fig. 73) en el que las personificaciones de Barcelona, Francia y otras naciones condecoraban la botella del vino reconstituyente.



74. Fachada original modernista de la farmacia y laboratorio del Dr. Comabella en la calle del Carme, 23, antes de su remodelación, según un folleto de la casa.



75. Interior actual de la antigua farmacia y laboratorio del Dr. Comabella en la calle del Carme, 23.



76. Botella del vino restaurador del doctor Comabella.²¹³

213 <http://www.ub.edu/pharmakoteka/node/25066> <http://www.ub.edu/pharmakoteka/node/24924>



76 Anuncio publicitario de los productos del laboratorio del Dr. Comabella anunciados en el Anuario Riera de 1905.²¹⁴

4.2.2.1.6. Antigua farmacia Cases, actual Agramonte

El farmacéutico Joaquim Cases Parés abrió su farmacia, sito en la esquina de la calle Corders y la plaza de la Llana, 11, en una fecha indeterminada. La primera referencia a la farmacia data de 1857 cuando estaba en manos de Josep Saló. En 1864 la botica fue comprada por Teodor Aviñó i Boix, la hija del cual se casó con nuestro Joaquim Cases. En todo caso, este último fue quien la transformó en su estado actual en 1910 siguiendo las remodelaciones de muchas farmacias barcelonesas de la época en el estilo modernista imperante. Como otros farmacéuticos emprendedores coetáneos también abrió un laboratorio y lanzó al mercado medicamentos de su invención. En particular hizo fortuna con un preparado que comercializó en su farmacia, con el nombre de “Solución Cases”. Se trataba, en la práctica, de un reconstituyente. Su establecimiento se hace eco de ello.

214 <https://www.todocoleccion.net/coleccionismo/ano-1905-publicidad-juan-panise-llo-cugat-aceite-tortosa-farmacia-laboratorio-comabella-barcelona-x132949618>



77. Fachada exterior de la antigua farmacia Cases.



78. y 79. Anuncio de la solución Cases pintado, a modo de cartel publicitario, sobre tabla y conservada en el interior de la antigua farmacia Cases (Foto del autor) y una botella de la Solución Cases en cuya etiqueta aparecen las medalla de premio de la Exposición Universal de Barcelona de 1888 y la de la Exposición Nacional Farmacéutica de Madrid de 1882²¹⁵

Se ha conservado en la citada farmacia un cartel publicitario de su solución que, según, la propaganda preparaba y vendía inicialmente en la misma farmacia. Más adelante, al compás del éxito de ventas del reconstituyente su dispensación se extendió al resto de farmacias de la ciudad según leemos. Aunque parezca imposible, una botella intacta del preparado ha aparecido a la venta en un conocido foro de compraventa de piezas antiguas de internet. En la etiqueta se lee en letras capitales

215 https://www.todocoleccion.net/coleccionismo-otros-botellas-bebidas/frasco-farmacia-solucion-cases-avino-sin-desprecintar-una-pieza-museo-1920-x173101833#sobre_el_lote

PREMIADA EN VARIAS EXPOSICIONES. El grabado superior mostraba las dos medallas que, al representarse acoladas, ofrecen la impresión visual al público no especializado de ser cuatro.



80. Medalla de premio al Mérito de la Exposición Farmacéutica Nacional de Madrid, 1882²¹⁶

La comparación entre la botella representada en el cartel y la botella original hay algunas diferencias que muestran que el cartel es más antiguo que la etiqueta de la botella original. Lo que nos interesa destacar es que el encabezamiento de la etiqueta es casi igual y a ambos lados se muestran, acoladas, dos medallas. Una es la medalla de la Exposición Farmacéutica Nacional, celebrada en Madrid el 1882, y la otra la de la Exposición Universal de Barcelona de 1888. Queda claro que cartel y etiqueta son posteriores a 1888 y puestas, seguramente, en la remodelación de 1910. En el interior de la farmacia debió de haber, en algún momento, los dos diplomas y las dos medallas. Hoy ya no es así, se perdieron o desaparecieron con el cambio de farmacéutico en 2014.

216 <https://www.todocoleccion.net/medallas-tematicas/medalla-bronce-exposicion-farmacautica-nacional-premio-merito-1882-x189420972>.



81. Detalle de la esquina de la fachada de la antigua farmacia Cases con las medallas acoladas.

Lo más destacado al hilo de este discurso es que en el exterior del establecimiento campean dos medallas acoladas que fueron incorporadas en el diseño del establecimiento constituyendo un testimonio muy interesante. Recordemos que no es un ejemplo único, como veremos al mencionar el Ingenio y la farmacia Comabella. En la parte superior de la esquina exterior de la farmacia, justo encima de la cartela en la que se anunciaba, en catalán, al licenciado Joaquim Cases Parés, hay dos relieves que reproducen de manera duplicada, a ambos lados de la actual cruz de

farmacia, la medalla de premio farmacéutico ya citada. No es este el único testimonio de la medalla obtenida. Si la remodelación de la farmacia data de 1910 es posible que se inspirara en la decoración anterior de la antigua farmacia Comabella²¹⁷ de 1904. La consulta de fotografías en la red nos permite la dolorosa constatación de una pérdida patrimonial. Efectivamente, en el 2011²¹⁸ no solo se conservaba el botamen original sino también unos medallones acolados –exactamente iguales al del exterior– que adornaban el friso del mueble a ambos lados del reloj que todavía hoy preside el interior de la botica. Podemos presumir que estos medallones sean obra del mismo artífice que los de la farmacia Comabella. Esto es, del establecimiento barcelonés de Ignacio Damians. En una fotografía de 2014 ya no hay rastro de estos medallones interiores que debieron ser arrancados. Una prueba que demuestra la fragilidad de este patrimonio. En todo caso, las fotografías permiten identificar los dos grupos de medallones como la misma medalla que se exponen en el exterior. Esto es, la medalla de premio al Mérito de la Exposición Farmacéutica Nacional de Madrid de 1882.

El establecimiento tiene una entrada en cada lado de la esquina que ocupa. La entrada de la plaza de la Llana debió de dañarse hace años y el grabado al ácido de sus cristales se perdió. En cambio, las frágiles lunas de cristal se han conservado, casi milagrosamente, en la puerta que da a la calle Carders. En el esmerilado traslúcido se adivinan unas detalladas composiciones y en las dos lunas simétricas, dispuestas a ambos lados de la puerta, franqueando sendos bastones de Esculapio con la serpiente, se disponen acoladas unas excepcionales representaciones de la medalla de la Exposición Universal de Barcelona de 1888. Sin duda, una de las representaciones más únicas y

217 Véase el epígrafe 4.2.2.2.5.

218 Foto publicada y datada en la entrada del establecimiento en la Wikipedia.

frágiles de una medalla que a lo largo de esta investigación ha estado casi omnipresente.

4.2.2.2. El valor de la recuperación de la memoria. Algunas marcas extinguidas

Al emprender este discurso nos hemos comprometido a recuperar algunos establecimientos barceloneses definitivamente perdidos que solo podemos documentar gracias a fotografías y a otros testimonios comerciales. Documentar estas pérdidas permite reconstruir un pasado, pero tienen también el cometido de mentalizarnos en el peligro que corren los otros conjuntos existentes en la ciudad condal.

4.2.2.2.1. Taller de carpintería, construcción y depósito de fuelles José Castelló

En el número 2 de la plaza de l'Oli, espacio urbano desaparecido con la remodelación de la vía Laietana iniciada en 1908, estuvo abierta una tienda y un taller especializado en la construcción de fuelles de todo tipo y tamaño.²¹⁹ Conocemos de su existencia por viejas fotografías que nos permiten ver la fachada en su etapa final, así como por la papelería de la casa y las etiquetas pegadas en alguna de las piezas manufacturadas. Gracias a estos elementos podemos hacernos una idea de la utilización de la medallística en la construcción y la proyección de la marca.

El establecimiento era propiedad de D. José Castelló que, con anterioridad, lo tuvo abierto en la calle Beates, número 1. La publicidad de la casa presumía que el negocio se había fundado en 1840. Ni en la papelería de la década de los años ochenta

219 <https://tarresaldia.blogspot.com/2018/08/imatges-de-la-restauracio-de-la-manxa.html> [consulta 2.08.2024].

ni en las etiquetas pegadas a sus fuelles no se hacía alarde de ninguna medalla y solo se reproducían unos fuelles a manera de emblema ornamental.²²⁰ Tras la reforma del barrio con la apertura de la vía Laietana se trasladó a la calle de Sant Pere més Alt, 33 como se documenta en las fotografías tomadas durante el cierre forzado de los establecimientos.²²¹



82. Fotografía del establecimiento, desaparecido con la reforma de la Vía Laietana.²²²

El análisis de las fotografías antiguas nos permite descubrir que en el rótulo anunciador del establecimiento, situado cubriendo toda la baranda del balcón, sobre la puerta se podía leer “LA

220 Véase una factura del establecimiento en <https://www.alamy.com/factura-comercial-del-taller-de-carpintera-y-construccin-de-fuelles-de-jos-castell-de-barcelona-ao-1892-image210885613.html> [consulta 2.08.2024].

221 Véase <https://fotosdebarcelona.com/historiografica/picture.php?/3485/categories&slideshow=> [consulta 2.08.2024] Referencia MZ01581

222 Plaça de l’Oli, 1908 (Brunet)

MÁS ANTIGUA Y ACREDITADA CASA CONSTRUCTORA DE FUELLES / JOSÉ CASTELLÓ / FUNDADA EN 1840 / PREMIADA CON MEDALLA DE ORO” y, a continuación, junto a los dibujos de unos fuelles, la representación del anverso y del reverso de una medalla que no podemos identificar pero que tuvo que ser adquirida con posterioridad a 1880 y que podemos suponer hipotéticamente como la de 1888 tan profusamente repartida. Las ampliaciones de los detalles del establecimiento no permiten una identificación.

4.2.2.2.2. Establecimiento y fábrica de efectos militares Castells

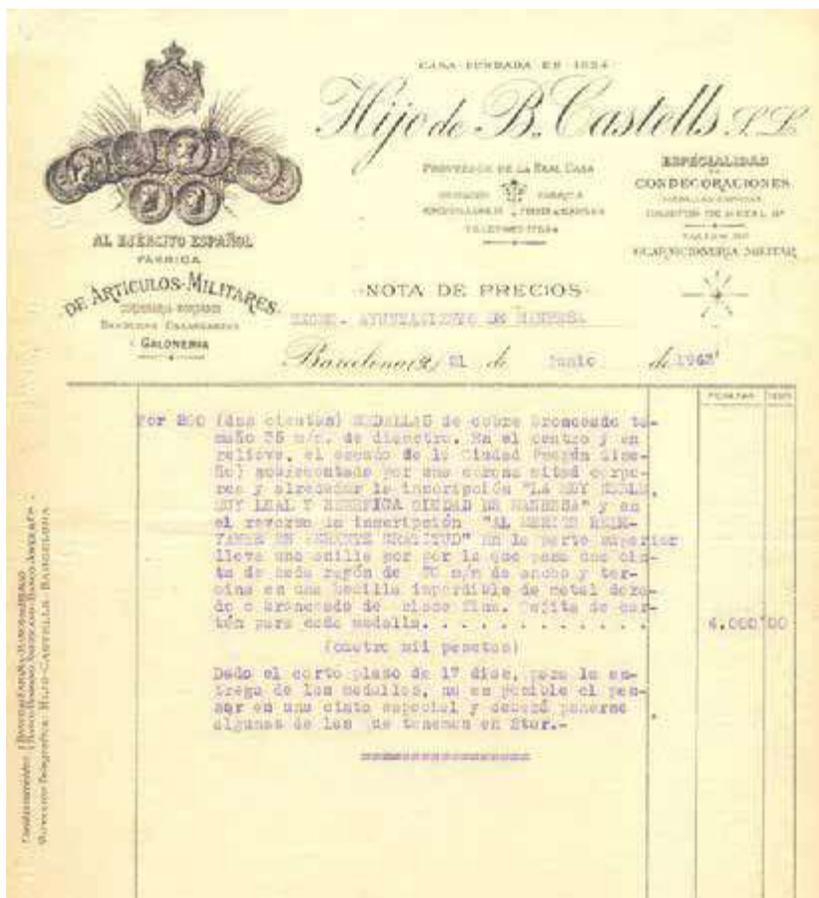
Otro ejemplo de empresa desaparecida que hizo un amplio y rico uso propagandístico de las medallas fue la razón social Hijo de B. Castells dedicada a la manufactura y venta de efectos militares de todo tipo y, entre otros productos, medallas de todo tipo. Se trata de una empresa de largo recorrido y gran relevancia en el sector.

La historia empieza en 1834 cuando el cordonero Bernardo Castells y Brunet fundó una tienda en los números 17 y 18 de la calle Escudillers especializada en botones metálicos y otros efectos militares. En la propaganda anunciaba que el taller estaba en el cercano número 8 de la calle Arco del Teatro. En 1876 inaugura la fábrica denominada “Al Ejercito y la Armada” en la calle Ferrer de Blanes, números 6 y 8 de la entonces vecina localidad de Gracia (fig. 84).

Las razones sociales irán modificándose a medida que la titularidad del negocio pasaba del fundador su viuda y sus hijos hasta su definitiva desaparición en los años ochenta del siglo XX.

En una etiqueta se anuncia claramente su razón: “FÁBRICA / de toda clase de Artículos Militares, Cordo- / nería, Bordados, Con-

decoraciones, Espadas, / y de Cruces, Placas y Medallas Nacionales y / Extranjeras, y de distintivos según modelos / o diseños, por / D. BERNARDO CASTELLS, / Calle de Escudillers, 17 y 19.”



83. Encargo de medallas a Hijo de B. Castells, S.L. [27 de marzo de 1943 - 13 de julio de 1943]. Fondo del Ayuntamiento de Manresa. Arxiu Municipal de Manresa.

Los edificios desaparecieron en su día pero quedan testimonios, especialmente, del edificio de Gracia. En concreto, una medalla acuñada por el mismo establecimiento para conmemorar la nueva fábrica nos presenta su fachada coronada por una bandera al

viento y una serie de inscripciones. También tenemos un grabado de la fachada del establecimiento de la calle Escudillers reproducido en la papelería y en las etiquetas de la casa. Esta última fachada era, como veremos, un auténtico altar apologético y estaba directamente dedicado “AL EJÉRCITO ESPAÑOL”. Esto es, su principal cliente en todo tipo de elementos militares que producía, desde condecoraciones a sables y otros útiles militares que eran oportunamente anunciados en la propaganda emitida.



84. Medalla conmemorativa de la inauguración de la fábrica de medallas Bernardo Castells e Hijos, Barcelona, 1876.

Por supuesto, las medallas de premio hicieron su progresiva epifanía en la propaganda de la casa. La primera etiqueta reproducía la medalla de Mérito de Pedro V de Portugal de 1861. La medalla aparecía desdoblada en anverso y reverso a ambos lados del escudo grande de la monarquía española como testimonio de su privilegio de proveedor de la Real Casa.

A medida que llegaban las medallas iban acomodándose en elaboradas panoplias, trofeos o guirnaldas. En las etiquetas de “B. CASTELLS E HIJOS” bajo el mismo gran escudo se situaba una retahíla de medallas desdobladas en anversos, a la derecha de escudo, y reversos, a la izquierda, en lo que a efec-

tos prácticos eran seis medallas. En las etiquetas de “HIJO DE B. CASTELLS” se muestran las mismas seis medallas en una astuta disposición de racimo que tiene el efecto de superar la dinámica de anversos y reversos para dar la impresión de doblar el número de medallas. Un racimo que se superpone a dos imágenes de los dos establecimientos de la casa.

Nos detenemos en la tienda de Escudillers que era el escaparate principal. De acuerdo a los grabados conservados, las distintas medallas estaban dispuestas en esa fachada a la manera de los antiguos trofeos. En el primer piso campaba un enorme escudo real. Debajo, el cartel anunciador “HIJO DE B. CASTELL” y encima el juego de medallas dispuestas en tres grupos.

La composición de las medallas obtenidas se integró tanto en la propia imagen de la marca que aparece, por ejemplo, estampada en oro sobre la tela escarlata del forro de los estuches de las condecoraciones producidas por la casa. Así lo tenemos en cajas de la etapa del hijo de B. Castells (fig.46). En esta caja bajo el escudo y seis medallas –tres anversos y tres reversos- aparece la medalla de la Exposición Universal de Barcelona de 1888 en su formato de condecoración, con la medalla pendiente de una corona y de una cinta con los colores de la bandera española.

Esa omnipresencia de la panoplia de medallas se trasladaba de manera provisional a los espacios, pabellones o stands que se construían en las exposiciones sectoriales. Es algo que ya hemos observado en otras marcas. Conocemos, por ejemplo, la fotografía del pabellón que presentaron en la Exposición Internacional de Barcelona de 1929. Distintas vitrinas de distribuyen a lo largo del expositor bajo un gran escudo real que se sitúa en la esquina bajo una cartela en la que, siguiendo la costumbre de la

casa, se rinde homenaje “AL / EJÉRCITO / ESPAÑOL”. Poco se puede decir del interior pero un par de diplomas enmarcados que cuelgan al fondo del pabellón no sería extraño que fueran diplomas de premios.



85. Pabellón de la casa Castells en la Exposición Internacional de 1929.
 Archivo de D. Juan Luis Calvó.

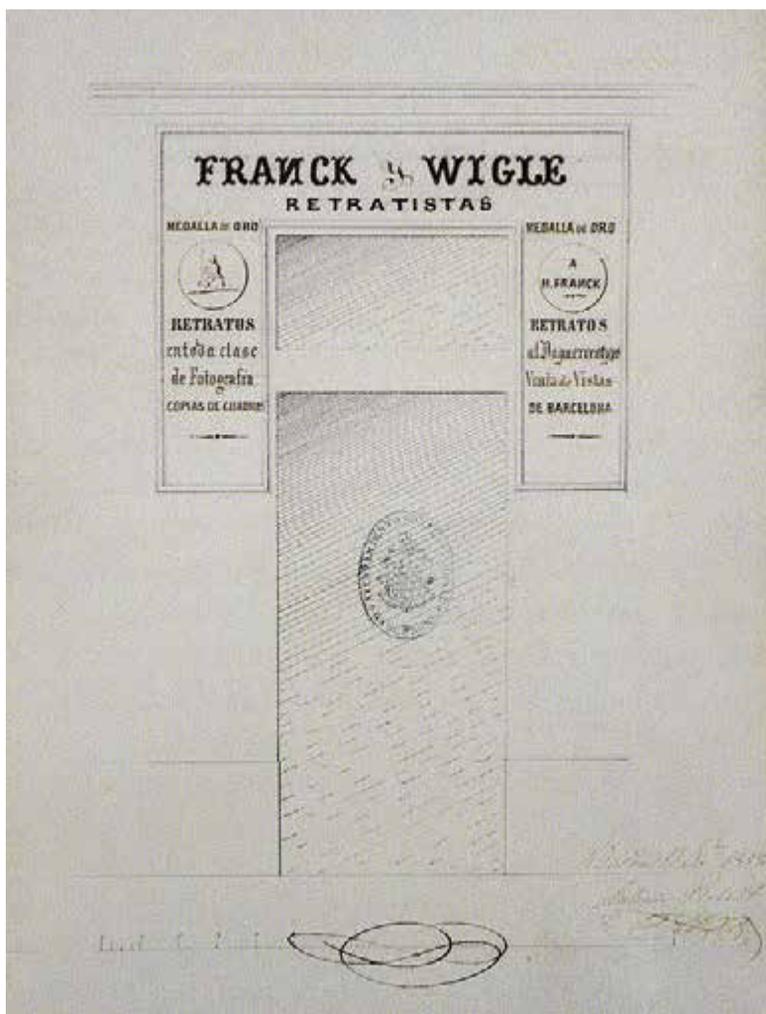
4.2.2.2.3. Establecimientos de fotografía de la familia Napoleon

El mundo de la fotografía es uno de los que representa a la perfección la rapidez de las innovaciones del siglo XIX y su diferenciación en todos los aspectos respecto los siglos pasados. El invento y su desarrollo tecnológico tuvieron mucho éxito en Barcelona desde aquel pionero daguerrotipo con la vista de Pla de Palau²²³. En este campo nos centraremos en la familia de fotógrafos Napoleon por su relevancia y por constituir un ejemplo inmejorable en el tema que nos ocupa. Justamente, para demostrar que su alarde medallístico no fue una particularidad o una excentricidad de esta familia en su campo vamos a empezar enumerando algunos ejemplos coetáneos destacando una práctica común como la de publicitar sus méritos en las propias fotografías.

Si hubo un estudio de fotografía hegemónico en Barcelona fue el de los Napoleon. Fundado a mediados del ochocientos en plena Rambla de Santa Mónica permaneció en el lugar durante tres generaciones de la familia Fernández Tiffon hasta 1933. El linaje fue fundado por Antonio Fernández y su esposa Anaïs Tiffon que empezaron a firmar sus daguerrotipos como Fernando y Anaïs Napoleon y, a partir de 1863, como “taller de fotografía de Mr. Fernando y Anaïs Napoleon”. El primer premio llegó con la medalla de la exposición aragonesa de 1868 que empezó a colocar en el dorso de sus fotografías²²⁴

223 AAVV 2014.

224 García Falguera 2011, p. 28, fig. 9,



86. Solicitud de colocación del rótulo del establecimiento de Frank y Wigle.

Los Napoleón coexistieron con otros fotógrafos. En primer lugar tenemos al establecimiento de los fotógrafos asociados François Marie Louis Alexandre Gobinet de Villecholles (1816-1906), más conocido como Franck, y el también galo, e inicialmente litógrafo de profesión, Alexandre Wigle con casa en Barcelona y luego en París. Franck, exiliado en Barcelona desde 1849, tras

la revolución de 1848, se asocia con Wigle en 1855 con quien también abrirá estudio en París en 1859, al volver a Francia con el II Imperio. En Barcelona tenían tienda abierta en la Rambla del Centre, 18 y en París en la plaza de la Bolsa, 15. El establecimiento barcelonés cerró en 1865. Se conserva el proyecto de rótulo de su establecimiento, presentado en 1858 al municipio (fig. 86), y aparece bajo la razón social de los asociados las representaciones de dos grandes medallas, una a cada lado de la puerta. Los reversos de sus daguerrotipos están encabezadas con el encabezado “MEDALLA DE ORO” y el anverso y reverso acolados de una medalla difícil de identificar.²²⁵

También tenemos la tienda de los cuñados asociados, desde 1856, Manuel Moliné y Muns (1833-1901) y Rafael Albareda y Negrevernís (c. 1822-1881),²²⁶ sita en la calle Eroles, 16. El negocio funcionó hasta la década de 1880. En este caso, en los dorsos más antiguos aparecen el escudo real y la inscripción “FOTÓGRAFOS DE LA REAL CASA”. En las más modernas el dorso mantiene el escudo real y la inscripción pero se incorporan los anversos de dos medallas flanqueando el blasón real.²²⁷ La primera es una medalla de la Exposición de Lisboa de 1888 y la segunda una medalla de plata, seguramente, de una Asociación de Amigos del País indeterminada.

Igualmente tenemos a Antonio Esplugas (1852-1929), que abrió su estudio fotográfico en 1876 en la plaza del Teatre para luego trasladarse al pujante paseo de Gràcia. En 1881 fue condecorado con la cruz de Isabel la Católica por haber sido capaz de disparar una instantánea en solo un cuarto de segundo y reconocido como fotógrafo de la Casa Real. Fotógrafo oficial

225 Véase MFM S-23139.

226 Véase García Falguera 2017, pp. 57-58.

227 Véase MFM S-21999.

de la Exposición Universal de Barcelona de 1888 recibió la medalla de plata del certamen. Un año antes había obtenido un diploma de honor en la exposición de Londres y una medalla de plata en la de París de 1899. Todo este acervo era sintetizado en el reverso de sus obras con el escudo real y el título de fotógrafo de la Real Casa, del que pendía la cruz de caballero de la Orden de Isabel la Católica con la respectiva descripción y se liquidaban los premios, que eran de plata y no de oro, con un lacónico “PREMIADO EN VARIAS EXPOSICIONES” (fig. 87). Veremos, a continuación, como la competencia sí que publicitaba el oro de las medallas.



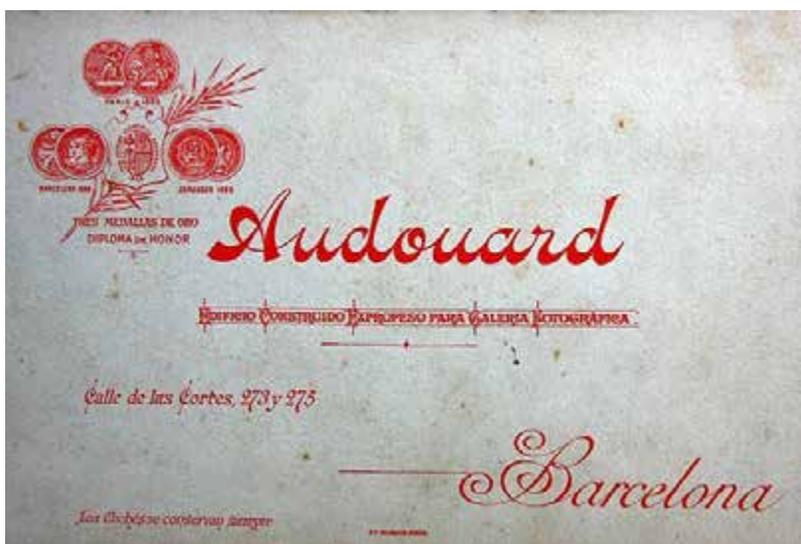
87. Reverso de fotografía del establecimiento fotográfico Esplugas²²⁸

Finalmente, sin ánimo de exhaustividad, tenemos a Pablo Audouard Deglaire (1856-1918),²²⁹ con un estudio primero en la

228 <https://foticoscollection.com/es/item/fotografia-globo-aerostatico-estudio-a-esplugas-barcelona-feria-universal-1888/9578> [consulta 8.08.2024]

229 Véase Fernández Rius 2017.

Rambla y, a partir de 1886, en la hoy Gran Vía de les Corts, nº 273-275. En 1905 se instalaría en la casa Lleó Morera del Paseo de Gràcia. Sus encabezados mostraban tres medallas aco-
ladas alrededor de un escudo de la Real Sociedad Económica Aragonesa y una palma bajo las que se podía leer “TRES ME-
DALLAS DE ORO / DIPLOMA DE HONOR” (fig. 88). Las medallas eran identificadas con el nombre de la ciudad y el año. Esto es, París 1889, Barcelona 1888 y Zaragoza 1886. Sabemos que las tres las obtuvo en la categoría de oro y que fue, junto al ya citado Esplugas, fotógrafo oficial en la de Barcelona.



88. Reverso de fotografía del establecimiento fotográfico Audouard.

Si nos centramos en los Napoleon podemos constatar que ya en los primeros reversos de las fotografías y daguerrotipos pusieron el escudo imperial de Francia y el nombre Fernando y Anaïs Napoleón, situados en el piso 2º de los números 15 y 17 de la Rambla de Santa Mónica de Barcelona.



89. Etiqueta del establecimiento Antonio F. Napoleon pegada en el reverso de un cuadro fotográfico.

Conocemos el exterior del establecimiento que Napoleon Fernando, uno de los hijos, abrió en el primer piso de la calle de la Boria, 1. De hecho, plaza del ángel, por una fotografía de 1908.²³⁰ En el rótulo, colgado del balcón, se podía ver el escudo real junto al título “GRAN FOTOGRAFÍA / NAPOLEON / GALERÍA EN EL PISO PRINCIPAL”.

En el breve reinado de Amadeo de Saboya el reverso de las fotografías de A. F. Napoleón se enriquece con el título de fotógrafo de la Real Casa, la representación de dos medallas acoladas, franqueando el escudo real y, en el centro, colgando a modo de trofeo la venera de comendador de la Distinguida Orden de Carlos III, así como la inscripción “PREMIADO EN VARIAS EXPOSICIONES”. La ubicación del estudio se situaba en el principal del número 19 de la misma rambla de Santa Mónica.

Con la restauración alfonsina los reversos²³¹ alcanzan el paroxismo heráldico de escudos de diversos soberanos encabezados con el del Santo Padre a la sazón reinante, tres condecoraciones colgantes –la Cruz de la Orden española de Isabel la Católica,

230 Véase García Felguera 2011, p. 55, fot. 21

231 Véase <https://images.app.goo.gl/qvurErn9SURa4CZEA> [consulta 12.07.2023].

la Orden lusa de Cristo y la Cruz de la Orden española de Carlos III- y con los grabados de dos medallas que ahora pueden identificarse. Una de ellas es la de la Exposición Universal de Barcelona de 1888 mientras que la otra es la medalla de la Exposición de Artes de Madrid.

En las fotografías y en los reversos de las mismas utilizó los escudos reales que los acreditaban como retratista de diversas testas reales. También la representación de las condecoraciones que obtuvieron por los servicios prestados así como la mención a las distinciones obtenidas. Entre ellas, la medalla de oro de la Exposición Universal de Barcelona de 1888.



90. Tarjeta de propaganda del establecimiento fotográfico de Antonio y Emilio Napoleon²³²

232 https://es.m.wikipedia.org/wiki/Compa%C3%B1%C3%ADa_fotogr%C3%A1fica_Napole%C3%B3n#/media/Archivo:NapoleonFotograf_6237.JPG [consulta 12.07.2023].

4.2.2.2.4. Gran fábrica de pianos y armóniums Bernareggi

El sector de la fabricación de los instrumentos de música es un buen ejemplo de todo lo expuesto en este discurso. La música estaba presente en la corte española y también concedió títulos de proveedores a distintos luthiers y en los distintos certámenes se distinguió igualmente la nueva industria y su producción instrumental. Nos centramos en el piano por el gran éxito que el piano forte y sus distintas plasmaciones tuvo en la sociedad burguesa del siglo XIX y XX²³³. En ese sentido Bernareggi, fábrica de pianos y armóniums de larga historia y sedes en Madrid y en Barcelona, destaca en su larga trayectoria, no solo por la acumulación de medallas y reconocimientos, sino por el uso propagandístico que hizo de las mismas.

El establecimiento Francisco Bernareggi, fundado en 1830, devino primero Bernareggi, Gassó y Cía (fig. 92) en la calle Ponent de Barcelona, nº 22; después Estela (antigua casa Bernareggi) y, finalmente, Viuda de Pedro Estela (antigua casa Bernareggi) en la calle de les Corts, nº 167, pero el tránsito de denominación no implicó ningún cambio en la política de publicidad de los premios obtenidos en la propaganda. Finalmente, se registró la marca Estela y dispuso de un establecimiento abierto al público en la calle de les Corts ya citada con un salón de audiciones y una fábrica en Gracia. Se trataba, en definitiva, de un modelo que ya hemos visto bien fijado, por ejemplo, en Chocolates Juncosa, Anís del Mono y en Castells, entre otros.

Francisco Bernareggi se anunciaba en 1849 como “instrumentista de S.M. Pensionado y premiado en todas las exposiciones

233 Véase Fukushima 2008

públicas con las medallas de oro y de plata²³⁴. En la papelería de la casa se anunciaban las recompensas con grabados de las medallas y con inscripciones anexas.²³⁵ La continuidad del establecimiento y la acumulación de premios explican los cambios de la propaganda siempre en la misma línea.



91. Encabezamiento de papel comercial, 1848.

234 Véase Saurí & Matas 1849, p. 397.

235 Véase Biblioteca de Catalunya. Renart, Lligall XXVI, 7 y 32.

Llegó un momento en el que, a semejanza de otros establecimientos extranjeros como, por ejemplo, la inglesa Allison, empezaron a desplegar las grandes panoplias o racimos de premios y medallas. Cuando, en ocasiones, no se desplegaron por razones económicas o de espacio se enumeró en letra de molde que disponían de hasta diecisiete reconocimientos nacionales y extranjeros destacando solo los primeros premios en las exposiciones de Viena de 1873 y de París de 1878. Tampoco estuvieron solos en esta estrategia como podemos ver en la propaganda del representante de la empresa de fabricantes de pianos y arpas Erard & Co. en Barcelona al anunciarse entre los expositores de les Exposición Universal de Barcelona de 1888.²³⁶



92. Tarjeta de la fábrica de pianos Bernareggi, Gassó y Cía.²³⁷

²³⁶ <https://www.robertspianos.com>

²³⁷ Museu Frederic Marès

También podemos ver el típico racimo o guirlanda de medallas impresa en su papelería comercial (fig. 92) y en la publicidad pero lo más innovador fue la creación de la medalla de las medallas, por expresarlo de alguna manera. Se trata de una medalla unifaz, o de una sola cara, acuñada en metal dorado por el taller parisino Massonet, por encargo del establecimiento, que se incrustaba en algunos de sus productos. En el centro del campo figuraban los éxitos de la casa. Esto es, “MEDALLAS 1ª CLASE EXPOSICIONES · UNIVERSALES / PARÍS 1855 / OPORTO 1865 / [representaciones de las cruces de Isabel la Católica y Suprema de Cristo”. En el contorno exterior la inscripción “* BERNAREGGI Y C^a * MEDALLAS 1ª CLASE BARCELONA 1850 MADRID 1850 BURDEOS 1865” En módulo más pequeño, el nombre del taller “Massonet Edit.”²³⁸

La segunda (fig. 93), de cronología posterior, honra igualmente a la propia casa, dentro de una láurea de hojas de roble y laurel que envuelven la razón social “BERNAREGGI / Y C.^a” y las representaciones de las medallas de las órdenes de Isabel la Católica, Cristo y Carlos III colgando de un listón y la inscripción “EXPOSICIONES UNIVERSALES – MEDALLAS DE ORO Y PLATA”. En el contorno exterior, la leyenda “[flor] EXPOSICIONES [flor] BARCELONA · MADRID · PARIS · BURDEOS · OPORTO · ZARAGOZA”. En módulo más pequeño, el nombre del taller “Massonet Edit.” (fig. 93).

238 Véase <https://aureocalico.bidinside.com/en/lot/57209/s-d-post-1865-isabel-ii-medalla-unifaz/> [Consulta 26.08.2024].



93. Medallón unifaz alusivo a los pianos Bernareggi.

La comparación de las dos piezas nos ilustra sobre la continuidad de una práctica y la necesidad de renovarla ante la consecución de nuevos triunfos que había que rentabilizar a nivel comercial a través de la publicidad. Este tipo de medallones unifaces propagandísticos fijados en instrumentos musicales existieron entre otros productores de pianos como los de la marca francesa A. Guillot de París, con piezas similares en los que se anunciaba como una casa premiada en las exposiciones universales.²³⁹

4.2.2.2.5. El Ingenio

El establecimiento conocido con el nombre de El Ingenio se encuentra en la calle Rauric, nº 6 de la ciudad condal. Se trata de un comercio, fundado en 1838 por Benito Escaler y hoy desgraciadamente cerrado, que se especializó en sus últimos

²³⁹ Véase <https://www.ebay.es/itm/266082866082> [Consulta 7.08.2023]

tiempos en artículos de fiesta y que se hizo famoso por la producción de figuras de cartón tales como gigantes y cabezudos. En la propaganda de la época se anunciaba como gran bazar de juguetes y artículos de fiesta.²⁴⁰

Su fundador recibió el título de sastre de cámara de S.M. el rey D. Alfonso XII y escribió sobre sastrería. En particular, fundó en 1876 la publicación periódica ilustrada *La moda española ilustrada* de la que fue director. También escribió el libro *Método de corte o manual del sastre*, obra publicada en Barcelona en 1883 y reeditada en diversas ocasiones debido a su éxito entre la profesión (fig. 97). En la portada del libro figuraba justamente el escudo real y, en el frontispicio de su interior, se detallaban las medallas que había obtenido. Esto es, anunciaba que había sido premiado en las exposiciones Marítima Española de Barcelona de 1872, de Viena de 1873 y de París de 1878.

Ya hemos comentado el fenómeno del traslado de los reconocimientos personales a las actividades profesionales. La fachada de la tienda El Ingenio nos depara una agradable sorpresa relacionada con lo que acabamos de exponer sobre su propietario. Efectivamente, en los registros superiores, bajo la cartela con la razón social y a ambos lados de la puerta hay unas reproducciones de dos medallas doradas al estilo de las que ya hemos visto en otros establecimientos. Las piezas están dispuestas desdoblado las medallas en cuatro caras. Una intervención muy desafortunada en la ubicación de dos lámparas, que no son originales y que deberían ser retiradas, tapan las dos medallas superiores y, desnaturalizándolas, las convierten en una mera base de las luces.

240 Véase un anuncio del establecimiento en <https://recordsdeterrassa.files.wordpress.com/2017/06/015edb0eccc35f7cba18f2d52d9e79780c8f3cc23e.jpg> [Consulta 7.08.2023]



94. Fachada de El Ingenio en la actualidad.

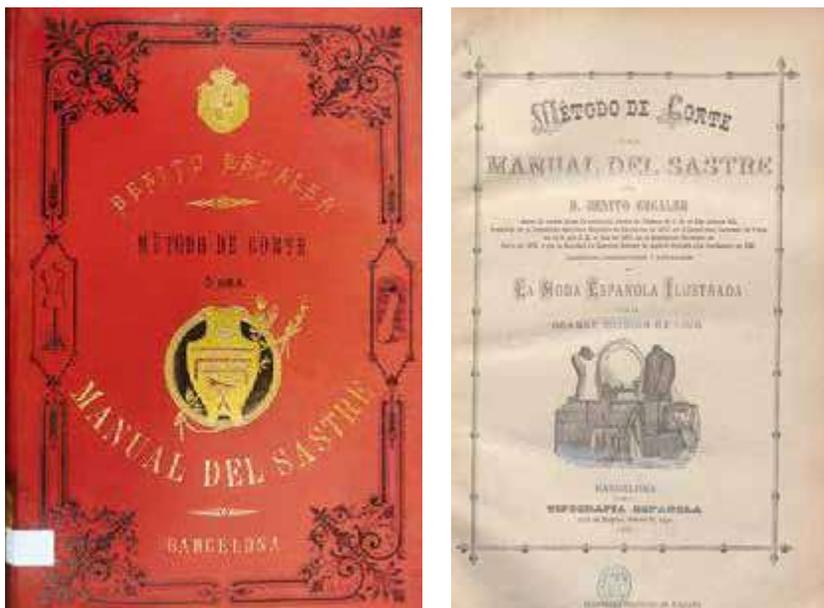


95. Anverso de la reproducción de la medalla de la Exposición Universal de Viena de 1873 inserta en la fachada de El Ingenio.

Las reproducciones de las medallas corresponden, respectivamente, a la medalla de la Exposición Universal de Viena de 1873 y a la medalla de la Exposición Universal de París de 1878 desdobladas los anversos de los reversos. El hecho que sean dos de los más altos galardones de los que el autor alardeaba nos llevan a relacionarlos con Benito Escaler.



96. Medalla de la Exposición Universal de Viena, 1873.



97. Portada del *Método de corte o manual del sastre* de Benito Escaler, Barcelona, 1883.

4.2.2.2.6. Gran fábrica especial de paraguas, sombrillas y abanicos Bruno Cuadros

En este caso tenemos una empresa hoy desaparecida que, gracias a la feliz conjunción de la singularidad decorativa y la ubicación céntrica de su edificio, nos resultará muy familiar. Se trata de la denominada *casa dels paraigües*, ubicada en el Pla de la Boqueria de la Rambla de Barcelona. La decoración que da nombre al edificio —a base de paraguas, sombrillas orientales y abanicos— no es caprichosa ni gratuita, sino que responde a la funcionalidad del edificio como establecimiento de venta de estos complementos.²⁴¹

²⁴¹ Bru 2023, pp. 110-123.

Consta que D. Bruno Cuadros alquiló en 1858 el edificio preexistente y que al cabo de unos años encargó su reforma. De la misma se ocupó el arquitecto José Vilaseca (1848-1910) en 1883 dejando uno de los testimonios más atractivos del orientalismo –en especial, el japonésismo– existentes en Barcelona. Un par de cuadros pintados, respectivamente, por Ramon Martí Alsina (1826-1894)²⁴² y por Achille Battistuzzi (1830-1891)²⁴³ nos permiten reconstruir el espacio urbano inmediato al edificio entre 1870-1873, antes de la intervención del arquitecto, desde dos ángulos complementarios.

El estilo del edificio actual no era meramente caprichoso sino muy coherente con la producción del establecimiento. Recordemos la gran tradición de sombrillas y abanicos en el Extremo Oriente. La tienda tenía los interiores debidos al ebanista Miquel Parellada y a los decoradores Emili Saumell y Jaume Vilaró. En el exterior destacaba el dragón del que pende un farolillo y se complementa con un paraguas y un abanico. El farol se iluminaba a gas. El resto de la fachada estaba decorado con conjuntos de paraguas y abanicos de zinc pintado, debidos a Josep Lomas.

No tenemos constancia de que ni en el interior ni en el exterior se representasen las medallas que el negocio atesoró y que sí que proyectaron, progresivamente, en otros soportes como la papelería de la empresa, las tarjetas de la misma, las etiquetas pegadas a los estuches y hasta en abanicos propagandísticos. La ausencia de las medallas del espacio arquitectónico está ampliamente suplida por su incorporación en el resto de la imagen de la marca comercial lo que señala una profunda interiorización de la relevancia de los premios y medallas.

242 MNAC 065593-000

243 MNAC 010486-000

Así, en las etiquetas de los productos, papel de carta o de factura y en los tarjetones de la empresa vemos una consolidada bonita composición en aspa que recuerda y recrea la de la esquina del emblemático edificio de la *Casa dels Paraigües*. Sobre un dragón se cruzan dos paraguas y un abanico. Esto es, el traslado al papel de la señal comercial que aún campea en la esquina del emblemático edificio en La Rambla de Barcelona.



98. Tarjetón de la empresa con la medalla “de premio al Mérito” de la Exposición General Catalana de Barcelona de 1871.

En los espacios de las esquinas se distribuyen una, dos (fig. 99), tres (fig. 100) o cuatro medallas acoladas dependiendo del momento. Es decir, a medida que se obtenían se iban añadiendo como un trofeo de un palmarés. Las medallas representadas son

las de premio al Mérito de la Exposición General Catalana de Barcelona de 1871, la medalla acción de la Exposición Regional de Vilanova i la Geltrú de 1882, la medalla de premio de la exposición de Matanzas de 1881 y, junto las medallas, en letra de molde está impresa, completando el conjunto, la leyenda “DIPLOMA DE MÉRITO EXTRAORDINARIO LONDRES 1889”.

En el papel de carta y resto de papelería de la razón social también se replica el modelo en unas composiciones análogas.²⁴⁴ Finalmente, ya hemos comentado que en unos abanicos de regalo que representó del mismo modo la fachada del establecimiento y la panoplia con el nombre, emblema y medallas.



99. Tarjetón de la empresa con la medalla de premio al Mérito de la Exposición General Catalana de Barcelona de 1871 y con la medalla acción de la Exposición Regional de Vilanova i la Geltrú de 1882. AHCB.

244 Véanse <https://www.todocoleccion.net/cartas-comerciales/carta-comercial-bruno-four-nier-cuadros-gran-fabrica-especial-abanicos-japoneses-barcelona-1924-x193733957> [Consulta 7.08.2023] y <https://www.todocoleccion.net/facturas-antiguas/antigua-factura-fabrica-abanicos-pataguas-etc-bruno-four-nier-cuadros-barcelona-ano-1922-x128661791> [Consulta 7.8.2023] <https://images.app.goo.gl/NJ7Mm8yKCMGsmzwx5>



100. Etiqueta de la Gran Fábrica Especial de paraguas, sombrillas y abanicos Bruno Cuadros con la medalla de premio al Mérito de la Exposición General Catalana de Barcelona de 1871, la medalla acción de la Exposición Regional de Vilanova i la Geltrú de 1882, la medalla de la exposición Matanzas de 1881 y la mención al diploma de mérito extraordinario de Londres de 1889.



❧ 5. CONCLUSIÓN

Espero no haberles fatigado demasiado y haber sabido fijar su atención en un fenómeno muy particular que tiene que ver con la construcción de la imagen moderna de algunas de las marcas. Un proceso que tiene su apogeo entre 1888 y 1929 pero que, en algunos casos, llega hasta la actualidad. Se trata de un episodio que hoy nos puede parecer anecdótico y hasta un poco rancio, pero que en su momento fue signo de modernidad y progreso. La publicidad se ciñe a las modas y estas son pasajeras. Se trata, en definitiva, de constatar la importancia de la inclusión en la publicidad de las razones sociales y de sus productos de las medallas de premio de las distintas exposiciones que tuvieron lugar en un paréntesis laxo que hemos fijado en la Barcelona de las grandes exposiciones entre 1888 y 1929.

Se ha tratado de un ejercicio de microhistoria que nos ha de ayudar a entender algunos de los comportamientos del *branding* que han llegado, en algunos casos, a la actualidad fosilizados en razón de valores comerciales como el de la solera, antigüedad y prestigio. Unos valores que algunas marcas han asumido y consolidado como una muestra de clasicismo actual, pero que en su momento fueron una expresión de modernidad en todos los sentidos. Nuestra voluntad ha sido poner a Barcelona como ejemplo de esa modernidad y como punto de recepción de una estrategia comercial que ya triunfaba en el resto de Europa y que es mucho más amplia de la que hoy les he expuesto.

He trazado una aproximación a una realidad comercial desaparecida que podemos observar a través de los testimonios aislados que se han conservado, aquí y allá, en colecciones privadas

o públicas o incluso en la decoración de algún establecimiento comercial. En ese recorrido hemos puesto la atención en algunos testimonios completamente desaparecidos, de los que hemos hecho memoria, para luego, centrarnos en algunos otros que se han conservados pero que están en peligro, como todos los establecimientos históricos de esta ciudad. Se trata de un patrimonio que debe ser preservado y al que hemos querido dar una coherencia especial que nos atrevemos incluso a poner bajo la denominación genérica de marcas “laureadas”.

El primer paso es siempre la documentación del fenómeno y su estudio para ponerlo en valor y tomar conciencia de un patrimonio. En este caso hemos puesto de manifiesto lo calidoscópico del fenómeno y su intensidad al destacar la variedad de soportes en el que se plasmó en su momento sin someterse a una pauta determinada. De los medallones arquitectónicos en algunas tiendas y establecimientos hasta el envoltorio y el etiquetaje de los productos pasando, por supuesto, por los encabezamientos de papel de la empresa con sus cartas, albaranes y facturas.

He podido establecer, a través de un inventario selectivo, que no exhaustivo, el uso generalizado de esta estrategia publicitaria entre los premiados de todos los sectores de actividad comercial. Si los premios eran para productos concretos se muestra una progresiva asunción de las medallas y su proyección a toda la razón social. La medalla aporta solidez a la firma a través del reconocimiento público y oficial y confianza a sus productos. Es, por tanto, un bien que cotiza y que debe ser explotado. La publicidad se apropia y explota estas medallas y de lo que significan para ganar cotas del mercado en disputa. En esta figurada partida de cartas cada razón comercial juega un papel cuidadosamente pensado. Así, el éxito de la práctica lleva a algunas empresas no premiadas a utilizar motivos similares que

pueden asimilarse, sin serlo, a estas medallas utilizando lo que hoy denominaríamos publicidad engañosa. El abuso de la carrera medallística lleva, al final, a un cierto empacho y produce que algunas empresas lleguen a anunciar que ya no participan en la misma.

A partir de los años treinta este modelo pierde definitivamente el carácter originario de modernidad y deviene un modelo conservador vinculado intrínsecamente al régimen de la Restauración y solo continúa en los casos en que la presencia de las medallas es asumida como un valor de la marca que se quiere conservar por esas características. El desgaste del régimen de la Restauración y la caída de la monarquía son determinantes para arrastrar al final el sistema de proyección de las recompensas industriales y obligar a repensar las estrategias publicitarias y de *branding*. Se abre un proceso en el que algunas marcas actualizan su publicidad y abandonan las medallas, mientras que otras las consagran como un elemento clásico de la marca que, en algunos pocos casos señeros, han permitido su perduración hasta la actualidad como el legado de una época.

Muchas gracias por su atención.



❧ 6. FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

6.1. Colecciones y fuentes primarias

Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona. Sección Impresos comerciales y gráficos.

Arxiu Històric Contemporani de Barcelona. Sección Obrería

Arxiu Municipal de Manresa

Colecciones particulares diversas

Fundació Rocamora

Museu Frederic Marès. Colección de impresos y tarjetas comerciales.

Museu Nacional d'Art de Catalunya / Gabinet de Dibuixos i Gravats y Gabinet Numismàtic de Catalunya.

Reial Acadèmia de Bones Lletres de Barcelona.

6.2. Fuentes primarias impresas y bibliografía

Almagro-Gorbea, M. et al. (2005), *Medallas Españolas. Real Academia de la Historia. Catálogo del Gabinete de Antigüedades*, Madrid.

AAVV. (2014), *El daguerrotip. L'inici de la fotografia*, Barcelona.

Bergot, S. & Drien, M. (2017) “El arte de las medallas en la Exposición Internacional de Santiago de Chile de 1875: un fenómeno de transferencia cultural en el espacio euro-americano”, *Nuevo Mundo Mundos Nuevos. Nouveaux mondes mondes nouveaux-Novo Mundo Mundos Novos-New world New worlds*,

- Bru, R. (2023), *Japonesisme i arquitectura a Catalunya*, Barcelona.
- Cabana, F. (1992), *Fàbriques i empresaris. Els protagonistes de la Revolució Industrial a Catalunya. Metal·lúrgics. Químics*, vol. 1, Barcelona.
- Cabana, F. (1993), *Fàbriques i empresaris. Els protagonistes de la Revolució Industrial a Catalunya. Cotoners*, vol. 2, Barcelona.
- Cabana, F. (1994), *Fàbriques i empresaris. Els protagonistes de la Revolució Industrial a Catalunya. Llana. Seda. Gènere de punt. Lli. Jute. Acabats*, vol. 3, Barcelona.
- Cabana, F. (1994b), *Fàbriques i empresaris. Els protagonistes de la Revolució Industrial a Catalunya. Arts gràfiques. Paper. Cement. Materials per a la construcció. Alimentació. Suro. Pell*, vol. 4, Barcelona.
- Cano, M. (2005), *Catálogo de medallas españolas. Museo Nacional del Prado*, Madrid.
- Cariño, A. I. (2014), “La propiedad industrial y la Oficina Española de patentes y marcas. 50 años de evolución, *Economía industrial*, 394. [Ejemplar dedicado a: Cincuenta años de economía industrial], pp. 69-78.
- Ceballos-Escalera, A. & García-Mercadal, F. (2001), *Las órdenes y condecoraciones civiles del reino de España*, Madrid.
- Ceballos-Escalera, A. (2015), *La Real y Americana Orden de Isabel la Católica (1815-2015)*, Madrid.
- Ceballos-Escalera, A. (2016), *La Real y Distinguida Orden Española de Carlos III*, Madrid.
- Crusafont, M. (2006), *Medalles commemoratives dels països catalans i de la Corona Catalano-aragonesa (s. XV-XX)*, Barcelona.

- Faciabén, P. (2003), “Los grandes almacenes en Barcelona” *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía e Historia*, vol. 7, nº 140, pp. 133-156.
- Fernández, G. & Ibáñez, E. (2016), *Comerços històrics de Barcelona*, Barcelona.
- F[ernández] Rius, N. (2017) “De la era primitiva de la fotografía a su modernidad. Frank de Villercholle (1815-1906)”, Hernández, J., A. (ed.), *I Jornadas sobre investigación en historia de la fotografía. 1839-1939. Un siglo de fotografía*, Zaragoza, pp. 197-208.
- Fukushima, M. (2008), “Fabricantes de pianos en la Barcelona de 1900”, *Recerca Musicològica*, XVII-XVIII, pp. 279-297.
- García Falguera, M. de los S. (2006), “Anaïs Tiffon, Antonio Fernández y la compañía fotográfica “Napoleón””, *Locus Amoenus*, 8, pp. 307-335.
- García Falguera, M. de los S. (2011), *Els Napoleon. Un estudi Fotogràfic*, Barcelona, Arxiu Fotogràfic de Barcelona.
- García Falguera, M. de los S. (2017), “La versatilidad de los daguerrotipistas. Nuevos dastos sobre los que trabajaron en Barcelona”, Hernández, J., A. (ed.), *I Jornadas sobre investigación en historia de la fotografía. 1839-1939. Un siglo de fotografía*, Zaragoza, pp. 51-62.
- Gimeno, J. (2001), *La medalla modernista*, Barcelona.
- Jardí, E. & Manent, R. (1983), *El cartellisme a Catalunya*, Barcelona.
- Laguna-Platero, A. & Martínez-Gallego, F.-A., (2022), “Proveedor de la Real Casa: el sello real en el desarrollo de la publicidad en la prensa española (1814-1931)”, *Vínculos de historia*, 11, pp. 462-479

- Libro de oro (1921), *Libro de oro del comercio, industria, navegación y banca de España, patrocinado por la Compañía Transatlántica*, Barcelona.
- Nieto, M. D. (2010), «De José Bosch y Hermano a Bosch y Cía», *Carrer dels arbres. Revista Anuari*, Badalona, pp. 87-106.
- Pérez, M.A. (2001), *La publicidad en España. Anunciantes, agencias y medios, 1850-1950*, Madrid.
- Ruiz Traperó, M. et al. (2003), *Catálogo de la colección de medallas españolas del Patrimonio Nacional*, 3 vol., Madrid.
- Sanahuja, X. (2020), *Gitons publicitaris a Catalunya (1850-1939)*, vol. 1, Barcelona.
- Saurí, M. & Matas, J. (1849), *Manual histórico-topográfico, estadístico y administrativo, o sea, guía general de Barcelona*, Barcelona.
- Viader, J. (2016), *Joan Viader Roger (1906-1976)*, Barcelona.
- Viader, J. & Viader, C. (2016), *La gran aventura del Cacaolat*, Barcelona.
- Vives, A. (1916), *Medallas de la Casa de Borbón de D. Amadeo I, del Gobierno Provisional y de la República Española*, Madrid.
- Werlich, R. (1974), *Orders and Decorations of all Nations. Ancient and Modern Civil and Military*, Washington.

6.3. Impresos

- Artigas Feiner, J. *Guía itineraria y descriptiva de Barcelona, de sus alrededores y de la Exposición Universal: ilustrada con cuarenta vistas y tres planos (el de Barcelona, el de sus alrededores y el de la Exposición)*. Barcelona. 1888.
- Castro, J.M. de. *España en París. Revista de la Exposición Universal de 1867*, Madrid, 1867.

Chichón, R. *Barcelona y la Exposición Universal: guía económica*. Barcelona, 1888.

Expositores de España y sus provincias de Ultramar recompensados en la Exposición Universal de Filadelfia en 1876, con la relación nominal de los jueces, informes acordados por el Jurado Internacional y estado demostrativo de las recompensas por grupos y provincias, Barcelona, 1877.

Reverter Delmàs, E. *Guia-catálogo y memoria de la Exposición Universal de Barcelona: ilustrada con magníficos grabados y precedida de un estudio sobre las exposiciones*. Barcelona, 1888.

Pujal, J. & Dollet, F. *Guia de Barcelona y sa Exposició Universal = Guide de Barcelone et de son Exposition Universelle*. Barcelona, [1888].

Urgellès de Tovar, A. *Exposicion general catalana de 1871*. Barcelona, [1871].

Valero de Tornos, Juan. *Guía ilustrada de la Exposición Universal de Barcelona en 1888: de la ciudad, de sus curiosidades y de sus alrededores* Barcelona, [1888].

6.4. webgrafia

<https://historiayculturamilitar.wordpress.com/2012/12/20/casa-castells-2a-parte/>

<https://historiayculturamilitar.wordpress.com/2014/12/29/la-casa-castells-3a-parte/>

<https://www.expositionmedals.com/1876/>

<http://www.ub.edu/pharmakoteka/node/235>

<http://fernandoalcolea.es/Comercio-y-galer-as-de-arte-en-Barcelona/Otros-comercios-de-arte-en-1880/desktop/>

☒ AGRADecIMIENTOS

Josep Aragonès
Arxiu Històric de la Ciutat, Barcelona
Aureo & Calicó
Roser Cambray
Fundació Rocamora
Grupo Osborne
Joan Herrero
Montserrat Mas Docampo
Museo Taller de Litografía de Cádiz
Museu de la Farmàcia
Museu Frederic Marès
Museu Nacional d'Art de Catalunya
Milena Pi
Eduardo Rocamora Trias
Francesc Roma
Carmen Sebastián Alafont
Mercedes Saura
Àngels Solà
Carles Torrente Bruna
Ernest Ortoll
Familia Viader



Créditos fotogràfics

Arxiu Històric de Barcelona 1, 20, 27 y 17.

Arxiu Nacional de Catalunya 6.

Arxiu de Manresa 23 y 83.

Aureo & Calicó 2, 3, 4, 7, 11, 12, 61, 62, 63, 68, 69 y 84.

Biblioteca de Catalunya 27 y 91.

Grupo Osborne 59 y 60.

Història Gràfica de Catalunya 34

Museo Nacional del Prado 30.

Museo Taller de Litografía de Cádiz 37.

Museu Frederic Mares 13, 15, 21, 28, 31 y 32.

Museo Nacional d'Art de Catalunya 9 y 58.

Todo Colección 8,14, 18, 20, 22, 25, 45 y 79.

V. Ferris 75, 76 y 77.

Victoria & Albert Museum 43.

Discurso de contestación

Excma. Sra. Dra. M. Àngels Calvo Torras

Excmo. Sr. Dr. Albert Estrada-Rius
Discurso de contestación de la Académica Numeraria
Excma. Sra. Dra. M.^a de los Ángeles Calvo Torras
Excmo. Sr. Presidente de la Real Academia Europea de Doctores,
Dr. Alfredo Rocafort Nicolau.
Excmos. Sres. Académicos. Autoridades.
Familiares y amigos del recipiendario. Amigos todos.

Inicio mi intervención en este solemne acto de ingreso del Excmo. Sr. Dr. Albert Estrada-Rius, como Académico Numerario, manifestando mi agradecimiento a la Junta de Gobierno de la Real Academia Europea de Doctores y en especial a su Presidente, Excmo. Sr. Dr. D. Alfredo Rocafort Nicolau por haberme concedido el honor de dar la bienvenida al recipiendario en nombre de nuestra Corporación, ahora como Académico Numerario, mediante la lectura del discurso preceptivo que me permitirá compartir con ustedes, los méritos del recipiendario, así como realizar una breve glosa del contenido de su brillante discurso.

La excelencia del Dr. Estrada-Rius y su notable labor investigadora, no es ajena a la Real Academia Europea de Doctores, dado que el 18 de octubre de 2016, ingresó en nuestra Real Corporación como Académico Correspondiente, como nos ha indicado en su discurso. Su presentación como Académico Correspondiente, fue realizada con el rigor y brillantez que le caracteriza por el Excmo. Sr Dr. Carlos Dante Heredia García.

El Excmo. Sr. Dr. Albert Estrada-Rius nació en Barcelona. Posee una amplia y excelente formación, siendo Licenciado en

Filosofía i Letras (Geografía e Historia) en 1993, Licenciado en Derecho, en 1998, Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración (Itinerario Relaciones Internacionales) en 2001 y Licenciado en Historia del Arte (Itinerario Arte y Gestión) en el año 2006. Todas las licenciaturas las cursó en la Universidad Autónoma de Barcelona. Mención especial merece el hecho de que es Doctor en Derecho por la Universidad Pompeu Fabra, (2001), defendiendo la tesis titulada; «Els orígens de la Generalitat de Catalunya. La *Deputació del General de Catalunya*: dels precedents a 1413» dirigida por el prof. Dr. Tomàs de Montagut, catedrático de Historia del Derecho y de las Instituciones. Obtiene la calificación de excelente *cum laude* por unanimidad y Doctor en Historia por la Universidad de Barcelona, en 2012. El tema de su Tesis fue: «La casa de moneda de Barcelona. Els col·legis d'obriers i de moneders a la Corona d'Aragó» dirigida por el prof. Dr. Salvador Claramunt, catedrático de Historia medieval. Obtuvo la calificación de excelente *cum laude* por unanimidad. La Tesis fue premiada por el *Institut d'Estudis Catalans* en 2014 y por la Fundación Noguera, en 2013, que la publicó en el año 2015. Tres años más tarde, la Universidad Pompeu Fabra publicó su traducción al castellano, revisada y ampliada.

Cabe destacar, la actividad que desarrolla el Dr. Estrada-Rius, en diversas Academias, dado que ha sido nombrado: Académico de número (electo) de la Reial Acadèmia de Bones Lletres, Barcelona, desde el 2022, era Correspondiente, desde el 2015. Académico Correspondiente de la Real Academia de la Historia de España, Madrid, desde el 2019. Académico Correspondiente de la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación de España, Madrid, desde el 2015. Académico Correspondiente de la Reial Acadèmia Catalana de Belles Arts de Sant Jordi, Barcelona, desde el 2013 y Miembro Correspondiente del Institu-

to Bonaerense de Numismática y Antigüedades, Buenos Aires, desde el 2015.

Su actividad científica hasta 2018, fue recopilada en el *Diccionari d'historiadors de l'art català, valencià i balear* obra dirigida por los académicos F. Fontbona y B. Bassegoda.

El recipiendario, es conservador-jefe del histórico Gabinet Numismàtic de Catalunya (GNC) en el Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), del que es conservador desde el año 2000.

Como docente, es profesor asociado en las áreas de Historia del Derecho e Historia de las Instituciones en la Universidad Pompeu Fabra (2001-2022) y desde 2023 profesor conferenciante y profesor asociado en la Universidad Autónoma de Barcelona desde el 2001, dirigiendo trabajos de Final de Grado y participando en tribunales de Tesis doctorales. Con anterioridad, fue becario del programa sectorial de formación de profesorado universitario y personal investigador (1994-1997) y profesor ayudante de escuela universitaria (1998-2000) en la Facultad de Derecho de la Universidad Pompeu Fabra.

Entre 1992 y 2002 fue colaborador *free lance* de la Fundació Caixa Penedès en su centro cultural del Fòrum Berger Balaguer (Vilafranca del Penedès). Entre otras colaboraciones de difusión cultural, caben citar los comisariados de las exposiciones: *El bisbe Torras i Bages i els artistes del seu temps* (1993), *El frontal romànic de Santa Margarida de Villaseca* (1996) y *La llum de l'Ortodòxia. Icones russes dels segles XVIII-XIX* (2002).

En el MNAC dirige las tribunas numismáticas anuales *Seminari d'Història Monetària de la Corona d'Aragó*, desde 2002, y el

Curso de Historia Monetaria Hispánica, desde 2013. También ha establecido el curso anual *El metall de la moneda. Fabricació, conservació i anàlisi metal·logràfica*, desde el 2019. Además, ha organizado distintas jornadas y encuentros científicos monográficos como *Pere de Portugal, rei dels catalans. Memòria i patrimoni (1466-2016)* (2016), *La protecció del patrimoni numismàtic i arqueològic. Actualitat i reptes de futur* (2017) y *La falsificació de moneda un fenomen transfronterer* (2024). Participa, activamente en las sesiones sobre la historia del MNAC y sus colecciones y sobre el GNC y sus colecciones del programa anual del Máster *Anàlisi i gestió del Patrimoni Artístic* organizado por la Universitat Autònoma de Barcelona con la colaboración del Museo desde el año 2012. Ha participado en la redacción de la guía general del MNAC del 2004 así como en la actual del año 2019 y en la guía numismática del GNC (2004).

Ha comisariado, entre otras, las exposiciones e intervenciones museográficas *Mediae Aetatis Moneta. La moneda a la Mediterrània Medieval* (2006), *Monedes en lluita. Catalunya a l'Europa napoleònica* (2008), *La moneda falsa. De la antiquitat a l'euro* (2010), *Històries metàl·liques. Art i poder a la medalla europea* (2014), *La moneda, repte d'estudi. Aniversaris dels numismàtics Antonio Agustín, Joaquim Botet i Sisó i Josep Amorós* (2017), *Barcelona 1917: La medalla a l'Exposition d'Arts Françaises. El llegat a les col·leccions del museu* (2017); *La fàbrica de medalles Ausió. Un patrimoni recuperat* (2018), *Barcelona, fàbrica de Balances* (2020), *Francesc Paradaltas, un reformista català davant la moneda espanyola* (2021), *La col·lecció sigil·logràfica de Joaquim Cabot i Rovira i el Museu Nacional d'Art de Catalunya* (2022), y *Ramon Ferran medallista, de la idea a la matèria* (2022) y comisariado junto a la Dra. Marta Campo la exposición *Cinc segles de numismàtica catalana. Exposició commemorativa del 75 aniversari del Gabinet Numismàtic de Catalunya* (2007).

Ha sido invitado a participar en la redacción de textos y fichas por distintas instituciones. Es asesor en museología y en la selección de piezas en exposiciones entre las que destacan *El naixement de la Generalitat de Catalunya* (Museu Comarcal de Cervera, 2003), *Mediterraneum. El esplendor del Mediterráneo medieval* (*Museu d'Història de Catalunya* y *Museu Marítim de Barcelona*, 2004); Perú. Indígena y Virreinal (MNAC y SEA-CEX, 2005); *El Quixot a Barcelona* (Museu d'Història de la Ciutat, 2005); *Princeses de terres llunyanes* (Museu d'Història de Catalunya, 2009); *Monedas. Todas las caras de la Historia. Colecciones numismáticas del MARQ* (Museo Arqueológico de Alicante, 2010), *Oliba episcopus* (Museu Episcopal de Vic, 2018), *Lux. Las edades del Hombre* (Burgos, Carrión de los Condes, Sahagún, 2021); *Mans* (*Diputació de Barcelona*, 2021), *El Museu en perill. Salvaguarda i endreça de l'art català durant la guerra civil* (MNAC, 2022), *Die Normannen. Eine Geschichte von Mobilität, Eroberung und Innovation* (Museu de Manheim, 2023), *El mar dels navegants i mercaders i el seu dret* (Museu Marítim de Barcelona, 2023) así como en el asesoramiento numismático del nuevo Museo del Renaixement de Molins de Rei (2024) o en el VINSEUM de Vilafranca del Penedès (2024).

Ha redactado entradas y voces en diccionarios como el *Diccionari Jurídic Català* impulsado por la Fundación Jaume Callís y el *Institut d'Estudis Catalans* y el *Repertori Biogràfic de col·leccionistes i col·leccions* impulsado por el Institut d'Estudis Catalans.

Ha participado en los sucesivos congresos internacionales de numismática organizados por la Comisión Internacional de Numismática (Madrid, 2004; Glasgow, 2009; Taormina, 2014 y Varsovia, 2021), que le encargaron la redacción de los *Survey* bibliográficos correspondientes a la península Ibérica medieval

y moderna (Taormina, 2008-2013) y Varsovia (2014-2021), así como en los congresos nacionales periódicos de numismática (Zaragoza, 2002, Madrid y Segovia, 2004; Cádiz, 2007; Nules y Valencia, 2010 y Madrid, 2014). Asumió la dirección de la XVI edición, celebrada en Barcelona el año 2018, así como de la publicación de sus actas (2022). También ha participado en los Congresos de Historia de la Corona de Aragón (Nápoles, 1997; Barcelona-Lleida, 2000 y Valencia, 2004), entre otros congresos nacionales e internacionales de sus especialidades.

Ha sido invitado a participar en reuniones científicas internacionales como *el Convegno Internazionale Moneta e identità territoriale* en la Universidad de Bologna (2009), *Metalls nobles del Patrimoni Cultural* (ICAC, Tarragona 2014), *la Crisi finanziaria. Gestione, implicazione sociali e conseguenze nell'età preindustriale*, en la *Fondazione Istituto Internazionali di Storia Economica F. Datini de Prato* (2015), *The International Symposium and Workshop on Money and Its Circulation in the Pre-Modern Western Eurasian World*. Universidades de Kumamoto (Kumamoto) y Doshisa (Kyoto) (Japón, 2018), y el Congreso internacional sobre Carlos V (Universidad de Granada, 2024). Asimismo ha participado en cursos organizados por el Museu d'Història de Catalunya (2006, 2012, 2016); Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona (2015), Museo Arqueológico Nacional de Madrid (2008 y 2024), Museu Premià de Dalt (2012), Museu Diocesà de Barcelona (2015), Museu Maricel de Sitges (2016), Casa de Velázquez (2016) Universitat de València (2017) o el Museo de la Real Casa de la Moneda de Madrid (2020), Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona (2015, 2016), Museu Marítim de Barcelona (2008, 2023) i el Museu Episcopal de Vic (2023).

El Dr. Estrada-Rius, ha sido coordinador de varias publicaciones colectivas, entre las que destacan: *La falsificació de moneda*

a la *Catalunya del s. XIX* (2013) y *Les dues cares de la moneda. Fabricació versus falsificació a Catalunya (1808-1908)* (2017), así como de las publicaciones anuales de las actas del ya citado Curso de Historia Monetaria Hispánica, y los catálogos de las exposiciones ya citadas que ha comisariado.

El beneficiario, es, asimismo, autor de varias publicaciones científicas entre las que destacan las siguientes monografías: *Una casa per al General de Catalunya. A propòsit del VI centenari de l'adquisició de la primitiva casa de la Deputació del General de Catalunya a Barcelona, avui Palau de la Generalitat (1400-2000)*, (Generalitat de Catalunya, 2000); *La Drassana Reial de Barcelona a l'Edat Mitjana. Organització institucional i construcció naval a la Corona d'Aragó* (Museu Marítim de Barcelona, 2004); *La Generalitat de Catalunya a la Drassana Reial en temps d'Alfons el Magnànim* (Museu Marítim de Barcelona, 2008); *La lluita contra la moneda falsa a la Barcelona de Felipe III (1598-1621)*, (Ajuntament de Barcelona, 2011), *La Casa de la Moneda de Barcelona. Les seques reials i els col·legis d'obreros i de moneders a la Corona d'Aragó (1208-1714)* (Fundació Noguera, 2015 y de la traducción, Universitat Pompeu Fabra, 2018) y *Francisco Paradaltas y Pintó. Un reformista barcelonés ante la moneda española del s. XIX* (Fábrica Nacional de Moneda, 2023). También, bajo la dirección de Agustí Alcoberro y, junto a Jordi Creus, el libro *Catalunya 1714-2014. La pervivència de la nació (Generalitat de Catalunya/Ara Llibres, Barcelona, 2014)*.

Ha contribuido con artículos a las publicaciones elaboradas en homenaje a los profesores Juan Antonio Escudero, Josep Pelleric, Miquel Crusafont y Lucia Travaini.

Cabe resaltar que en el año 2012 fundó la colección *Fundamenta Rei Publicae*. Asimismo, es autor de numerosos artículos científicos en revistas de sus especialidades entre las que destacan:

Butlletí de la Reial Acadèmia Catalana de Belles Arts de Sant Jordi, Estudis Històrics i Documents dels Arxius de Protocols, Numisma, Catalan Historical Review, Gaceta Numismatica, Acta Numismàtica, Ius Fugit, Quaderns d'Història de la Ciutat, Mélanges de la Casa de Velázquez, Rudimentos legales. Revista de Historia del Derecho, Drassana. Revista del Museu Marítim de Barcelona. así como divulgativos como, entre otras, *Argos* y *Auriga*.

Con el fin de hacer llegar a la sociedad los aspectos más significativos de su especialidad, ha publicado reseñas y artículos divulgativos y ha participado en distintos programas de radio y televisión como *Thalassa* (Televisió de Catalunya, Canal 33, 2006); Especial sobre *Jaume I el Conqueridor* (Televisió de Catalunya, TV3, 2008); *Valor afegit* (Televisió de Catalunya, TV3, 2009 y 2015); *30 minuts* ((Televisió de Catalunya, TV3, 2012); *Quequicom* (Televisió de Catalunya, TV3, 2018); *Tèrricoles* (Betevé, 2018); *Batalla Monumental* (TV3, 2021) y *En Guàrdia* (Catalunya Ràdio, 2020 y 2023).

Ha sido invitado a impartir conferencias, por la Facultat d'Humanitats de la Universitat Internacional de Catalunya (2005); Asociación Española de Amigos de los Castillos (2010), Universitat d'Estiu de la Universitat Rovira i Virgili (Salou, 2007, 2010 y 2011), Universidad d'Estiu, (Prada de Conflent, 2012). Asociación Numismática Española (2012); Cambra de Comerç de Barcelona (2009), Societat Catalana d'Estudis Jurídics, filial de l'Institut d'Estudis Catalans (2012), Real Cuerpo de la Nobleza de Cataluña (2013), Associació Setge de Tarragona *1811* (2016), Comandancia Naval de Barcelona (2017), Catalonia Sacra (2019), Tertúlia Migdia del Dr. Lindhart (2020) y Gremi de Numismàtica i Filatelia (2022 y 2023), entre otras renombradas entidades.

Por lo que se refiere a su investigación, es investigador en sucesivos proyectos de investigación universitarios competitivos liderados, durante décadas, por el prof. Tomàs de Montagut y en la actualidad por el prof. Josep Capdeferro, en la Universidad *Pompeu Fabra*. En la actualidad participa en el proyecto: “Respuestas jurídicas a conflictos sociales complejos (siglos XII-XX)”, siendo una de sus áreas principales de interés, todo lo que se refiere a la arquitectura institucional en la Catalunya medieval y moderna como una manifestación del desarrollo orgánico de los entes públicos.

El fruto de su magnífica investigación queda plenamente recogido en las numerosas participaciones en Congresos de su especialidad y en la publicación de libros y artículos, referentes nacionales e internacionales, a las ue ya hemos hecho referencia

El Dr. Estrada-Rius, pertenece a diversas sociedades de sus especialidades, siendo vocal de la Sociedad Iberoamericana de Estudios Numismáticos, desde 2012, y miembro de distintos consejos de redacción y comisiones de lectura. Asimismo, es miembro del Consejo Científico de la Revista franco-española de numismática *OMNI*, desde el 2014; Vocal del Consejo Científico de la Revista *Nvmisma*, Madrid, desde el 2009); miembro del Consejo de Redacción de la revista de Historia, *Arraona*, (Sabadell, desde el 2001) y miembro del Comité de Lectura de la *Revue Numismatique*, (París, desde el 2020). Es vocal de la junta directiva de la Sociedad Iberoamericana de Estudios Numismáticos (Madrid), desde 2012 y socio del Consejo Internacional de Museos (París, 2002).

Por su experiencia y profesionalidad ha sido convocado para actuar como perito numismático en distintos procedimientos judiciales. Ha sido miembro del jurado de los premios Javier

Conde Garriga desde 2012 y del *Premi de Recerca Antoni de Capmany* en las ediciones 2020 y 2021.

Como reconocimiento a sus méritos, la Asociación Numismática Española le concedió en el año 2011, la Medalla Javier Conde Garriga y Excelente al mérito numismático en el 2017. La Fundación Noguera, lo galardonó con la XVIII Beca de Historia Medieval (2013) y el *Institut d'Estudis Catalans* con el *Premi Pròsper de Bofarull* (2014).

El recipiendario es Caballero Gran Cruz de la Orden Ecuestre Pontificia del Santo Sepulcro de Jerusalén y es miembro de la Delegación Diocesana de Fe y Cultura de la Archidiócesis de Barcelona y miembro del Consejo Pastoral de la Archidiócesis en representación de la citada Delegación desde el 2019.

El otro orden de ideas, quisiera destacar que el Dr. Estrada-Rius ha sido Vicecónsul Honorario de la República de Eslovenia en Barcelona entre 2013 y 2023. Actualmente y desde el 22 de diciembre de 2023, es el Cónsul General, habiendo tenido el honor de suceder a su padre en el cargo.

En su discurso, El Excmo. Sr. Dr. Albert Estrada-Rius, nos ha recordado el contenido de su lección de ingreso como Académico Correspondiente, en la que disertó sobre “Los cónsules de ultramar y Barcelona”, tema del área de la historia del derecho y de las instituciones públicas. Hoy nos ha disertado, como historiador del arte y como numismático, sobre: “La medalla de premio en la publicidad, exposiciones, marcas y propaganda en Cataluña (1888-1929).

A lo largo de su discurso nos detalla con rigor y minuciosidad, como las medallas en el período investigado, fueron adjudicadas a diversas empresas, con el fin de premiar la labor desarro-

llada por muchos de nuestros industriales, reconociendo su capacidad de inventar y patentar nuevos modelos que mejoraban sus actividades y facilitaban sus aplicaciones.

El Dr. Estrada-Rius, centra su discurso en el empleo propagandístico de estas medallas y Diplomas de Honor que permitieron a las razones comerciales que las poseían “reforzar, prestigiar y proyectar su marca”.

En algunas de estas marcas ha perdurado hasta el presente el recordatorio de las distinciones alcanzadas y lucen con orgullo en sus paredes, los premios obtenidos.

Tras un recorrido sistemático por lo que significó este fenómeno que se inició varios países europeos y que fue adoptado por nuestras empresas, se centra en una reducida selección de aquellas que aún están en activo y de otras, ya desaparecidas que poseen en común el uso de sus medallas y premios en su publicidad.

Llegado a este punto y con el permiso de la Presidencia quisiera comentar un hecho personal:

Mi abuelo materno, D. Marcos Torras Closas fundó una empresa de Molinos y trituradores que bajo el nombre registrado “El Campeón Universal” obtuvo por su patente registrada con el número 91267, el Diploma y Medalla de Oro, de la Exposición Internacional de Barcelona de 1929, como puede leerse en su propaganda difundida por una revista de la época.

EL CANTÁBRICO
Hijos de C. BADA
OSTRAS-MARISCO
TELÉFONO 14 912 SERVICIO SIENA 11 Y 12
RECEPCIÓN DIARIA DE TODAS PROCEDENCIAS

Marcos Torras MOLINOS-TRITURADORES
"El Campeón Universal"
PATENTES INVENCIÓN 11267 y 116693

MOLINO-TRITURADOR
Patente 11267 - Diploma de Honor y Medalla de Oro en la Exposición Internacional de Barcelona de 1929

Para toda clase de
Granos, Desechos, Alhalla, Heno, Algarroboi y toda clase de materiales

Es el único molino que no produce polvo. Doble dirección que todos los demás sistemas. Debido a los dos mangos de aspiración, puede trabajar a la derecha y a la izquierda. Puerta especial para alisar los como se desea debido a su gran boca de entrada. Se construye en cinco toneladas de 150 a 2000 kg. heno. El único accesorio que nada más se dedica a construir molinos-trituradora, teniendo latieres propios para construir los mismos. No se centre ninguna máquina hasta que el cliente dé su conformidad en su rendimiento y buen funcionamiento.

OLIVAREROS MODERNO MOLINO-TRITURADORA
RENDIDORA DE ACEITUNAS

Tiene rendimiento, trabajo más perfecto que los molinos vulgo de piedra. Fácil limpieza. La misma máquina con un fácil dispositivo sirve para trillar y moler toda clase de plantas.

Grandes facilidades en el pago

Para detalles al contratar: **MARCOS TORRAS** - Barroca, 23 - Teléfono 1084 - **BARCELONA**

Bar Automàtic
Els millors Sandwich
Rambla Canaletes, 8 - Barcelona

— 187 —

Tipografia

Así como la Medalla y el Diploma que le fueron otorgados:

Enhorabuena. Excmo. Sr. Dr. Albert Estrada-Rius, por su nombramiento como Académico Numerario de la Real Academia Europea de Doctores. Nuestra Academia. se honra y enriquece con su incorporación en esta nueva categoría. Seguro que su querido padre, estará también disfrutando con orgullo de este Acto.

Le recordamos que lo recibimos con los brazos abiertos y con el deseo de que entre todos y con su inestimable colaboración seamos capaces de dar fiel cumplimento a la misión encomendada a los Académicos y por ende a la Real Academia y que como bien sabemos, incluye: buscar la verdad, defender la vida,

trabajar para y por la ciencia y proclamar la convivencia intercultural.

Excmo. Sr. Dr. Albert Estrada-Rius, querido amigo, sabes que está es tu casa. Muchas gracias a todos por su amabilidad al escucharme.



PUBLICACIONES DE LA REAL ACADEMIA
EUROPEA DE DOCTORES

Publicaciones



Revista RAED Tribuna Plural





M. ÀNGELS CALVO es Licenciada y Doctor en Farmacia por la UB. Premio extraordinario de Licenciatura. Licenciada y Doctor en Veterinaria por la UCM. Diplomada en Sanidad y Especialista en Microbiología y Parasitología. Catedrática Emérita de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Ha publicado más de 230 trabajos de investigación. Ha colaborado en la redacción de capítulos de libros de Micología y Microbiología. Ha dirigido 42 tesinas y 20 tesis doctorales. Ha recibido 13 premios por su labor investigadora.

Es Acad. Num. de la RA de Medicina de Cataluña, de la RA de Doctores de Madrid, de la Academia de Veterinaria de Cataluña, de la RA Europea de Doctores de Cataluña, de la RA Academia de Farmacia de Cataluña, Académica Correspondiente de la RA de Medicina de Madrid, de la RA, de la Acad. Nac. de Med. de México, de la Acad. Nac. de Veterinaria de México, Miembro del I.M.F.C, de la Soc. Argentina de Veterinaria y de la Cof. Interno. de Investigadores de Toledo.

Ha sido Miembro del Comité Científico de Nutrición Animal (SCAN), siendo en la actualidad Experto de la CE. Fue Vice-Decana y Decana de la Facultad de Veterinaria de la UAB. Es Miembro del Consejo Asesor de la Salud Pública Catalana. Vice-Presidenta de la RAED, Secretaria general de la ACVC, Secretaría general adjunta de la RAMC y Miembro de la Junta de Gobierno de la RAFC.

Tiene reconocidos seis tramos de investigación y de docencia a nivel estatal y autonómico, es evaluadora de diferentes agencias nacionales e internacionales.



“... voy a disertar sobre un asunto formalmente situado en el campo de la medallística, o rama de la numismática que estudia las medallas. De las frondosas ramas del árbol del arte de la medalla voy a elegir una tipología muy concreta. Esto es, la de las medallas creadas en el seno de las grandes exposiciones comerciales con el fin de estimular, reconocer y premiar a los asistentes más destacados y a los ganadores de los distintos concursos que, en su seno, se convocaban”.

“Esto es, la presencia de la medalla de premio, especialmente la obtenida en las grandes exposiciones y certámenes comerciales, en la construcción y proyección publicitaria de algunas de las marcas catalanas entre 1888 y 1929”.

Albert Estrada-Rius

1914 - 2024

Colección Real Academia Europea de Doctores



**Generalitat
de Catalunya**

