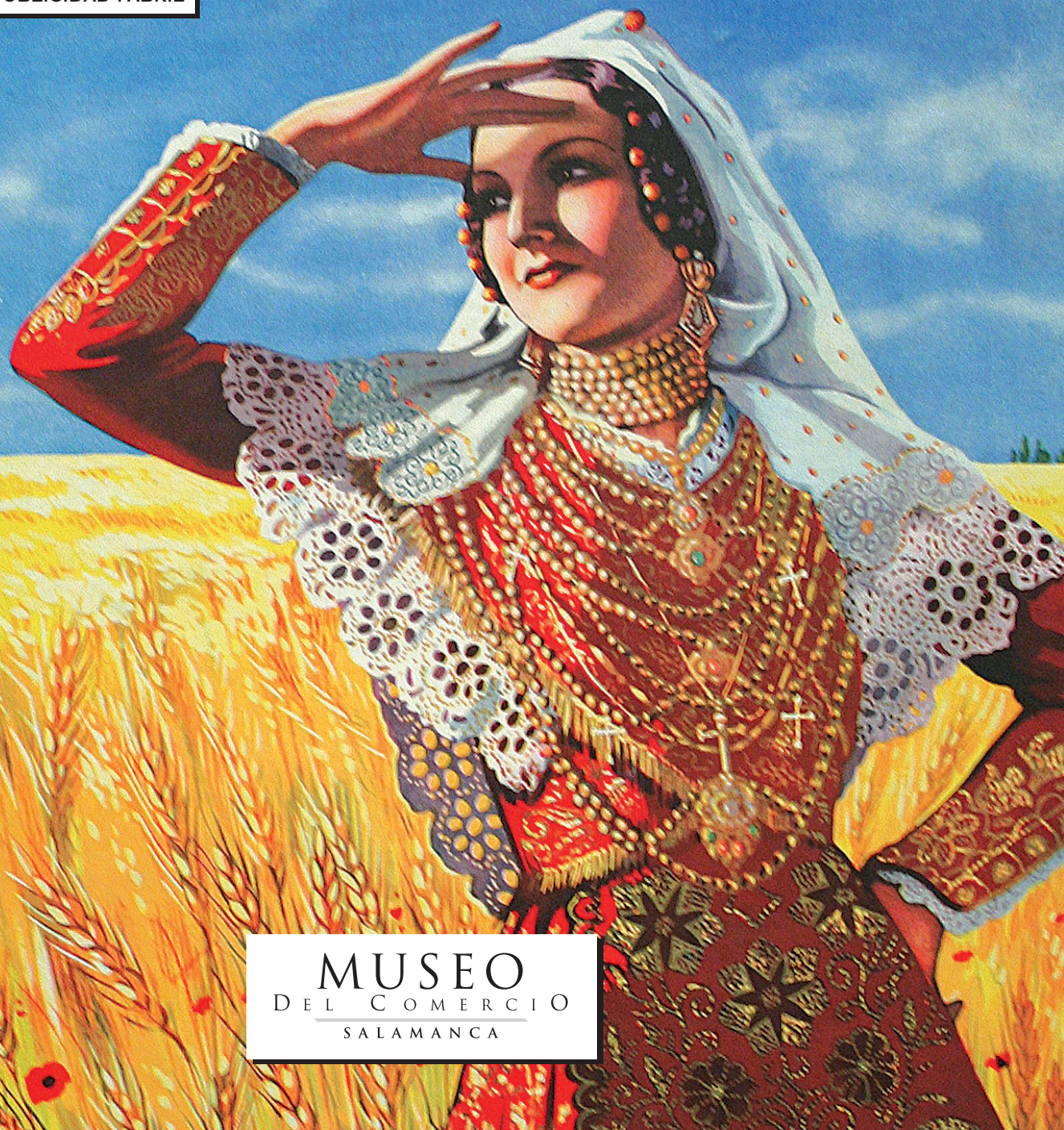


# S.A. MIRAT

160 AÑOS DE PUBLICIDAD FABRIL



MUSEO  
DEL COMERCIO  
SALAMANCA



# S.A. MIRAT

160 AÑOS DE PUBLICIDAD FABRIL

---

DESDE EL 5 DE OCTUBRE  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2010



### **Edición y Copyright**

Museo del Comercio y la Industria de Salamanca

Los autores

### **Coordinación**

Miguel García-Figuerola

### **Texto**

Miguel García-Figuerola

### **Ilustraciones**

Ministerio de Cultura: Prensa Histórica y Hemeroteca Digital;

S.A. Mirat, Teresa Mañoso y ja!diseño

### **Maquetación**

ja!diseño

### **ISBN**

978-84-614-3785-6

### **Depósito legal**

S. 1.231-2010

### **Imprenta**

Gráficas Lope · [www.graficaslope.com](http://www.graficaslope.com)

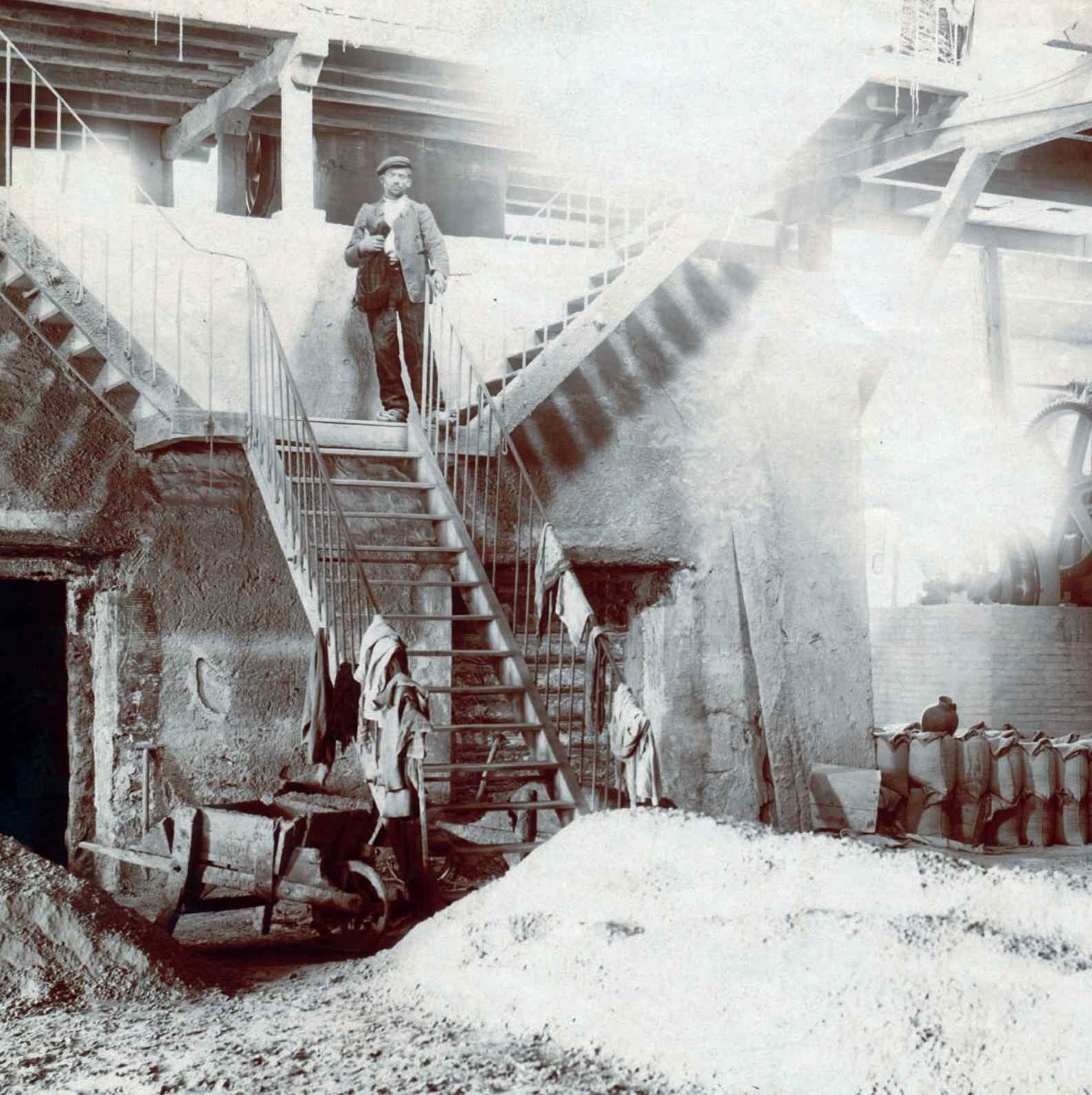
  
MUSEO  
DEL COMERCIO  
SALAMANCA



**S.A. MIRAT**

160 AÑOS DE PUBLICIDAD FABRIL

DESDE EL 5 DE OCTUBRE  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2010



67. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN BELLAS ARTES CELEBRADA EN CIUDAD RODRIGO, EN 1900. Botón circular sobre cruz griega y laurel. Orla al pie con leyenda: *INDUSTRIA Y COMERCIO*. Leyenda: *EXPOSICIÓN DE B.A.C. RODRIGO 1900*. Metal: oro. Medidas: 62 mm (máxima). Características: trabajo de filigrana charra. Sobre el botón central se han grabado las tres columnas del escudo de Miróbriga. Col.: S.A. Mirat.



67

68. CARTEL PUBLICITARIO DE JUAN CASIMIRO MIRAT. Título: *Los abonos son germen de vida*. Imprenta: Seix, (Barna). Fecha: 1907-1908. Medidas: 1335 x 960 mm. Características: El cartel presenta como motivo central una campesina amamantando a su hijo en clara alusión al título del cartel: “Los abonos son germen de vida”. A ambos lados personificaciones de la Primavera y la Abundancia. Debajo de cada una de ellas dos imágenes de labores agrícolas. Col.: S.A. Mirat.



68

B) 1908-1933



69



70

71



72



69. BANDEJA METALOGRAFIADA CON PUBLICIDAD DE *HIJOS DE MIRAT*. Fecha: años veinte. Medidas: 305 x 230 mm. Gentileza de Rogelio Rodríguez Ingelmo.

70. PORTADA DE CATÁLOGO DE ABONOS Y SUPERFOSFATOS *HIJOS DE MIRAT*. Fecha: 1909-1933. Medidas: 175 x 124 mm. Col. M.G-F.

71. PORTACALENDARIO METÁLICO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen litografiada: fábrica de Mirat. Imprenta: Prager & Lodja, Berlín SW. Fecha: 1915. Medidas: 270 x 100 mm. Características: Litografía sobre aluminio. Marco del calendario modernista. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).

72. PORTACALENDARIO? DE *HIJOS DE MIRAT*. Título de la imagen impresa: *El Angelus* de Millet. Imprenta: sin referencia. Fecha: 1909-1933. Medidas: 395 x 325 mm. Características: Cartón gofrado, simulando una placa de metal. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).



73

74



73. CALENDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: Segadores. Imprenta: sin referencia. Fecha: 1909-1933. Medidas: 490 x 343 mm. Características: Cartón gofrado, simulando una placa de metal y marco de madera. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).



75

74. CALENDARIO MURAL DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: Segadora. Imprenta: Heymann & Schmidt, A.-G., Berlín N. Fecha: post 1908. Medidas: 495 x 375 mm. Características: troque-lado. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).

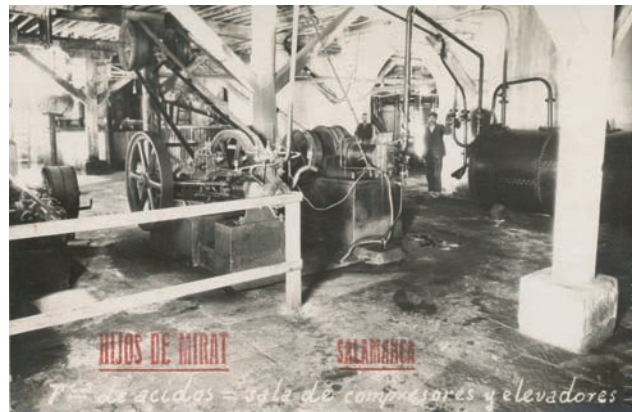
75. CHAPA PUBLICITARIA DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen metalografiada: Imagen ideal de la fábrica. Imprenta: Prager & Lojda, Berlín. Fecha: c. 1920. Medidas: 620 x 475 mm. Características: metalografiada. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).



76-89. JUEGO (14) DE TARJETAS POSTALES FOTOGRÁFICAS CON ESCENAS DE LA FÁBRICA. Fotografías de Ansedo y Juanes. Fecha: década de los veinte. Medidas: 135 x 85 mm. Col.: S.A. Mirat. Imágenes: Vista general de las fábricas, vista interior de uno de los almacenes, central eléctrica, pabellón de oficinas, fábrica de ácidos, laboratorio de análisis, despachos de dirección y gerencia, muelles interiores de carga, hornos para la cremación de piritas, fábrica de almidón.



selección 76-89



selección 76-89



90



91

92



90. FOTOGRAFÍA DE ANTIGUO CAMIÓN DE TRANSPORTE PROPULSADO A VAPOR CON PUBLICIDAD DE *HIJOS DE MIRAT*. Al fondo la fábrica. Fotografía: Venancio Gombau. Fecha: principios del siglo xx (c. 1909). Medidas: 225 x 165 mm. Características: el vehículo en cuestión que se fotografía quizás sea un Yorkshire, puesto que la marca, a principios del siglo xx, estaba representada en España por Julio Peña y Martín (c/ Princesa 77, Madrid), quien figura como vendedor en el lateral de la cabina. Col: S.A. Mirat.

91. FOTOGRAFÍA DE ANTIGUO CAMIÓN DE TRANSPORTE PROPULSADO A VAPOR Y PEQUEÑO REMOLQUE CON PUBLICIDAD DE *HIJOS DE MIRAT*. Al fondo la fábrica. Fotografía: Venancio Gombau. Fecha: principios del siglo xx (c. 1909). Medidas: 225 x 165 mm. Col: S.A. Mirat.



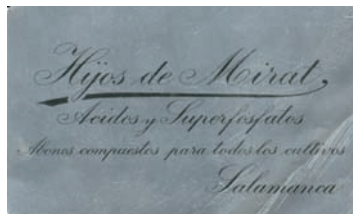
93

92. FOTOGRAFÍA DE ANTIGUO CAMIÓN DE TRANSPORTE PROPULSADO A VAPOR Y REMOLQUE CON PUBLICIDAD DE *HIJOS DE MIRAT*. Fotografía: Venancio Gombau. Fecha: principios del siglo xx (c. 1909). Medidas: 225 x 165 mm. Col: S.A. Mirat.

93. MUESTRARIO DE LA SECCIÓN TEXTIL Y SAQUERÍO. *HIJOS DE MIRAT*. Imprenta: sin referencia. Fecha: 1920-1933. Medidas: 158 x 82 mm. Características: es prácticamente la misma imagen de la fábrica que encontramos en la chapa litografiada de Prager & Lojda, Berlín, que fechamos en torno a 1920. Se ha suprimido el fondo, con la ciudad de Salamanca, y también algunas de las figuras que animan el dibujo en el entorno de las instalaciones fabriles. En el reverso el muestrario consiste en dos tipos de cuerda de esparto: de dos y tres cabos. Col: S.A. Mirat.



94



96



94. TARJETA METÁLICA DE *HIJOS DE MIRAT*. Imprenta: Litografía de Prager & Lojda, Berlín? Fecha: 1915-1920. Medidas: 105 x 65 mm. Características: en anverso la tarjeta presenta el mismo motivo que la placa publicitaria de Prager & Lojda, Berlín. En el reverso el texto es el siguiente: *Hijos de Mirat / Ácidos y superfosfatos / Abonos compuestos para todos los cultivos / Salamanca*. Col: S.A. Mirat.

95. PORTCALENDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Título de la imagen impresa: *Les courtisans s'amusent*. Autor: F. Sala. Imprenta: LVC. Fecha: c. 1920. Medidas: 402 x 311 mm. Características: cartón impreso con marco de madera. Col: S.A. Mirat.



95



97

96. PORTCALENDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: campesinos quemando rastrojo. Imprenta: sin referencia. Fecha: c. 1920. Medidas: 402 x 311 mm. Características: cartón impreso con marco de madera. Col: S.A. Mirat.

97. PORTCALENDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: campesinos en la siesta. Imprenta: sin referencia. Fecha: c. 1920. Medidas: 402 x 311 mm. Características: lámina sobre cartón con marco de madera. Col: S.A. Mirat.



98

100



99

101



98. PORTACALEDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Título de la imagen impresa: *Le nid*. Imprenta: LVC. Fecha: c. 1920. Medidas: 395 x 310 mm. Características: cartón impreso con marco de madera. Col: S.A. Mirat.

99. PORTACALEDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: campesinos trabajando. Autor: E. Chataignon. Imprenta: sin referencia. Fecha: c. 1920. Medidas: 400 x 311 mm. Características: cartón impreso con marco de madera. Col: S.A. Mirat.

100. PORTACALEDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: cazadores ingleses cruzando un río. Imprenta: sin referencia. Fecha: 1908-1933. Medidas: 445 x 345 mm. Características: lámina pegada sobre marco de cartón gofrado. Col: S.A. Mirat.

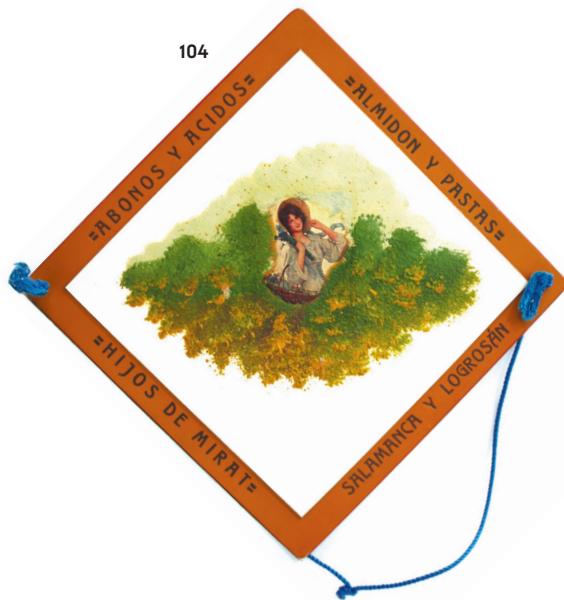
101. PORTACALEDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: caravana de gitanos. Imprenta: sin referencia. Fecha: 1908-1933. Medidas: 445 x 345 mm. Características: lámina pegada sobre marco de cartón gofrado. Col: S.A. Mirat.



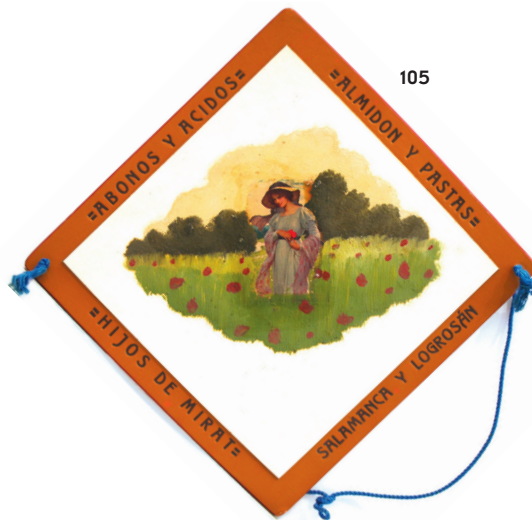
102



103



104



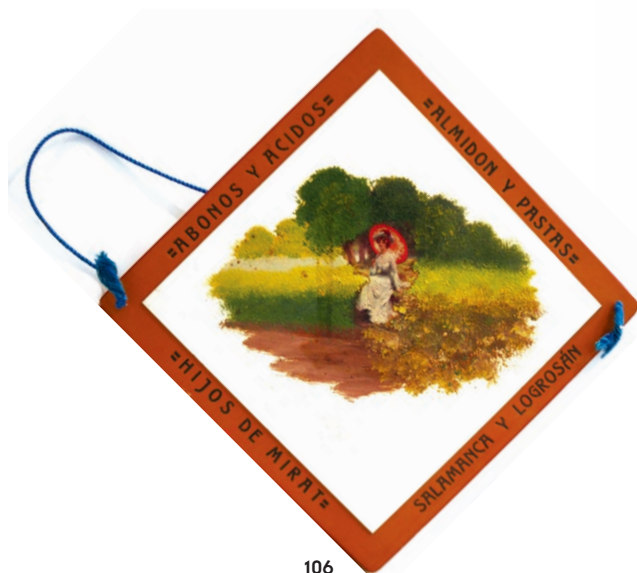
105

102. PORTACALENDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: cazadores ingleses con perros. Autor: A. Rabaudi. Imprenta: sin referencia Fecha: 1908-1933. Medidas: 445 x 445 mm. Características: lámina pegada sobre marco de cartón gofrado. Col: S.A. Mirat.

103. PORTACALENDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Título de la imagen impresa: La bergere. Autor: Séeberger. Imprenta: LVC. Fecha: 1908-1933. Medidas: 445 x 445 mm. Características: fotografía pegada sobre marco de cartón gofrado. Col: S.A. Mirat.

104. CARTEL PUBLICITARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: joven con sombrero y cesta. Imprenta: sin referencia. Fecha: c. 1920. Medidas: 250 x 250 mm. Características: Lámina de color blanco pegada sobre cartón marrón; el conjunto recuerda una baldosa decorada. El motivo es una imagen impresa (joven con sombrero y cesta) a la que se ha añadido manualmente un entorno pintado. Col: S.A. Mirat.

105. CARTEL PUBLICITARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: joven con sombrero. Imprenta: sin referencia. Fecha: c. 1920. Medidas: 250 x 250 mm. Características: Lámina de color blanco pegada sobre cartón marrón; el conjunto recuerda una baldosa decorada. El motivo es una imagen impresa (joven con sombrero) a la que se ha añadido manualmente un entorno pintado. Col: S.A. Mirat.



106

106. CARTEL PUBLICITARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: joven con sombrilla. Imprenta: sin referencia. Fecha: c. 1920. Medidas: 250 x 250 mm. Características: Lámina de color blanco pegada sobre cartón marrón, el conjunto recuerda una baldosa decorada. El motivo es una imagen impresa (joven con sombrilla) a la que se ha añadido manualmente un entorno pintado. Col: S.A. Mirat.

107. PORTACALENDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: mujer con sombrero y cesta<sup>41</sup>. Imprenta: sin referencia. Fecha: c. 1920. Medidas: 445 x 445 mm. Características: Lámina insertada en cartón gofrado. Col: S.A. Mirat.



108



109

108. PORTACALENDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: joven con cesta de flores. Imprenta: sin referencia. Fecha: c. 1920. Medidas: 345 x 150 mm. Características: cartón pegado sobre madera. La imagen impresa (joven con cesta de flores) ha sido terminada manualmente. Col: S.A. Mirat.

109. PORTACALENDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa (joven con manzana). La imagen impresa: joven con cesta de flores. Imprenta: sin referencia. Fecha: c. 1920. Medidas: 345 x 150 mm. Características: cartón pegado sobre madera. La imagen impresa (joven con manzana) ha sido terminada manualmente. Col: S.A. Mirat.



110



111

110. PORTCALENDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: *La Vendimia* (de Goya). Imprenta: sin referencia. Fecha: 1908-1933. Medidas: 360 mm de diámetro. Características: Calendario circular, tipo plato, en cartón gofrado. Col: S.A. Mirat.

111. PORTCALENDARIO DE *HIJOS DE MIRAT*. Tema de la imagen impresa: *La última cena*. Imprenta: Reclamos Guillermo Font y Cia., Barcelona. Fecha: 1908-1933. Medidas: 400 x 225 mm. Características: Cartón gofrado sobre marco de cartón imitando madera. Col: S.A. Mirat.

C) 1933-

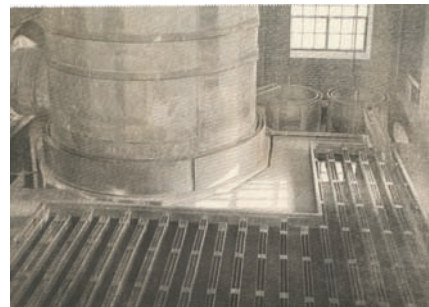
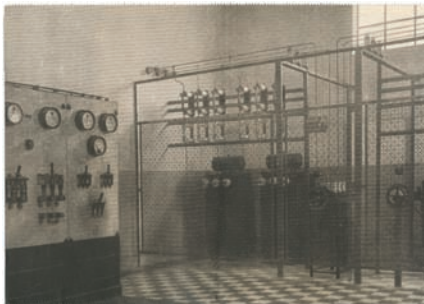


112. ALMANAQUE DE SOCIEDAD ANÓNIMA MIRAT. Imprenta: Manu-  
facturas Gráficas B. Sirven S.A.E.  
(Barcelona). Fecha: 1944. Medi-  
das: 111 x 86 mm (abierto). Col:  
Luis Angoso.

113. GUÍA DE SALAMANCA. FERIAS  
DE 1934. Imprenta: Imp. Cervantes,  
Salamanca. Fecha: 1934. Medidas:  
156 x 104 mm (cerrado). Col: Luis  
Angoso.



114



114. CALENDARIO DE S.A. MIRAT.  
(AGOSTO DE 1936). Fotografías: J.  
Suárez<sup>42</sup>. Fecha: 1936. Medidas: 490  
x 360 mm. Características: Blanco y  
negro. Texto sobre cubierta: *S.A. Mi-  
rat / les desean feliz / y próspero / año /  
1936*. Col. Museo del Comercio  
(gentileza de S.A. Mirat).

115



115. CARTEL DE S.A. MIRAT. Tema de la imagen impresa: Charra ante campo de trigo con amapolas. Imprenta: Reclamos T.G. Hostench, Barcelona<sup>43</sup>. Autor: Martra (Martín Ramírez?). Fecha: década de los treinta. Medidas: 496 x 365 mm. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).

116



116. PORTACALEDARIO DE S. A. MIRAT. Tema de la imagen impresa: El ejército levantando España<sup>44</sup>. Imprenta: Litografía Valverde (Rentería). Autor: C. S. de Tejada. Fecha: c. 1939. Medidas: 440 x 315 mm. Características: Falange, ejército y requeté levantando España, simbolizada por el escudo de época franquista de 1938. Quizás es uno de los dibujos preparados por Sáenz de Tejada para la *Historia de la Cruzada Española*, obra en la que contó con Joaquín Valverde, de la Imprenta de Rentería. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).

117



118



119

117-120. LÁMINAS DIBUJADAS CON LAS INSTALACIONES DE S.A. MIRAT EN CÁCERES Y SALAMANCA. Imprenta: D'Abraira (Las Arenas, Bilbao). Fecha: años cincuenta. Medidas: 1950 x 750 mm. Col.: S.A. Mirat.

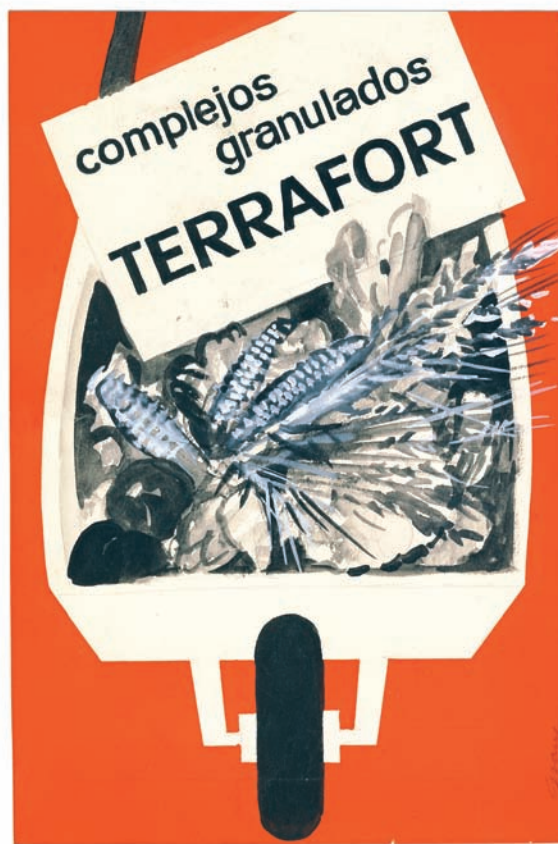
122



121. MÁQUINA PARA SELLAR SOBRES DE PROCEDENCIA SUIZA. Empresa: Rudlf Jost, Lauperswil, Suiza. Fecha: 1951. Modelo: Frama 12. Características: Frama es la abreviatura de Frankiermaschine (máquina de sellar, literalmente) con que se denomina en

alemán el invento acaecido hacia 1920 para sellar sobres de forma seriada. Hoy en día Frama es el nombre de una gran empresa dedicada a este tipo de maquinaria. Su origen está en la empresa fundada por Rudolf Jost en 1946. Col: S.A. Mirat.

123



122-125. PRUEBAS PARA IMPRENTA DE PUBLICIDAD. S.A. MIRAT. Imprenta: Manufacturas Gráficas B. Sirven, Barcelona. Fecha: finales años sesenta. Características: Pruebas para imprenta de publicidad firmadas por Graus. Col: S.A. Mirat.



126



127

129



126. DESPLEGABLE PUBLICITARIO DE **FORTERRA**. S.A. **MIRAT**. Imprenta: Artes Gráficas Vitor. Medidas: 339 x 211 mm (abierto). Fecha: finales años sesenta. Col: S.A. Mirat.

127. DÍPTICO PUBLICITARIO DE **FORTERRA**. S.A. **MIRAT**. Imprenta: Seix Barral. Medidas: 210 x 210 mm (cerrado). Fecha: 1968. Col: S.A. Mirat.

128. PEGATINA PARA MARCAR EL TIEMPO DE APARCAMIENTO DE S.A. **MIRAT**. Imprenta: sin referencia. Medidas: 88 x 67 mm. Fecha: década de los ochenta. Col: S.A. Mirat.

129. CENICERO CON PUBLICIDAD DE S.A. **MIRAT**. Imprenta: sin referencia. Medidas: 109 x 109 x 30 mm. Fecha: década de los ochenta. Col: S.A. Mirat.

130. PORTCALENDARIO DE S.A. **MIRAT**. Tema de la imagen impresa: *La rendición de Breda*. Imprenta: sin referencia. Fecha: años treinta. Medidas: 398 x 311 mm. Características: cartón gofrado con marco de cartón. Col: S.A. Mirat.

- 1 *In memoriam vitae. Juan Casimiro Mirat, 1840-1909*, original mecanografiado, escrito en 1996.
- 2 *El Lábaro*, suplemento de agosto de 1906.
- 3 *El Adelanto*, 13 de agosto de 1908.
- 4 También se presenta a ella Mirat con «Almidón en polvo y terrón», *Catálogo de los productos presentados en la Exposición de Agricultura celebrado en Madrid en 1857*, Madrid, Imprenta Nacional, 1857, pág. 500. Por cierto que en dicho catálogo se cita a Manuel –no Miguel– Peláez.
- 5 *El Adelanto*, 14 de agosto de 1908.
- 6 C. GONZÁLEZ DOMINGO, *Memoria sobre el estado actual de la agricultura en la provincia de Salamanca*, Salamanca establecimiento tipográfico del Hospicio, 1876, pág. 53.
- 7 El anuncio en cuestión habla de que dicha maquinaria ha sido fabricada en los talleres de Moneo.
- 8 J.A. VICENTE BAJO, *Religión y arte: guía descriptiva de los principales monumentos arquitectónicos de Salamanca (1901)*, Salamanca: Imprenta de Calatrava, 1901.
- 9 En el artículo se afirma que el convento de los Jerónimos es suyo desde 1894, momento en que, quizás, sea cuando lo adquiere totalmente. Por otro lado se conservan en la fábrica varias escrituras de arrendamiento de la «Huerta y Cortina de de San Jerónimo», una datada el 10 de junio de 1862 y otra datada en 5 de diciembre de 1878.
- 10 *El Lábaro*, agosto de 1906.
- 11 *El Lábaro*, agosto de 1906.
- 12 *El Adelanto*, agosto de 1908.
- 13 Gregorio en 1898 va a estudiar al Instituto Agrícola de Gembloux (Bélgica), patrocinado por el rey Leopoldo para la formación de ingenieros agrícolas. En febrero de 1908 Gregorio Mirat casa con Asunción Fernández de La Pelilla.
- 14 *Proyectos de la Liga de Productores de Salamanca aprobados por la Junta General en 22 de febrero de 1895*, Salamanca, Imprenta Católica Salmanticense, 1895.
- 15 La empresa conserva la documentación relativa a este hecho.
- 16 Las fotografías están firmadas por Ansedo y Juanes y el dibujo que enmarca los retratos es obra de M. Seisdedos Conde.
- 17 *El Adelanto*, 11 de septiembre de 1916.
- 18 Jesús Mirat Celdrán recuerda que Mirat fabricaba sus primeros autobuses a partir de antiguos camiones. También que otros fueron carrozados por Moneo.
- 19 La factura más antigua que hemos podido ver data de 1929. En el Anuario-Guía editado por la revista *Automóvil Comercio* correspondiente a 1931, se cita la marca de los autobuses utilizados entonces: *Saurer, Ford y Buick*. Vid., *Anuario-Guía editado por la revista Automóvil Comercio*, Barcelona, Impr. Borrás, 1931.
- 20 L. CALVO RENGEL, *Semillas de libertad*, Relatos de su vida recuperada, texto consultado en <http://salamancacomercioyjusticia.org>
- 21 En la década de los cincuenta la documentación habla de una empresa de autobuses con línea regular por el Nw de Cáceres: *Nuestra Señora de los Angeles, transportes, P. Horrigón, S.A.* vinculada a Mirat, pues su dirección fiscal es Plaza de la Justicia 1.
- 22 Debo esta información a don Javier Sánchez, de la empresa S.A. Mirat, a quien estoy sumamente agradecido.
- 23 *Christus, Revista anual de la Semana Santa*, Salamanca, publicidad R.E.I., 1947.
- 24 *Gaceta de Madrid*, 27 de noviembre de 1850.
- 25 *Ibidem*, pág. 24.
- 26 *De venta aquí. La imagen de los comercios en el cartel publicitario*, Madrid, MERCASA, 2008.
- 27 H. ASTIBIA AIERRA, *Paisajes de papel y patrimonio de la Era Industrial Vasco-Navarra*, BBK, Temas vizcainos, Bilbao, 2009, pág. 19 y ss.
- 28 Las dos cajas están litografiadas en *Echevarría Hermanos*, (Bilbao).
- 29 M. DE SANTIAGO CIVIDANES, *Salmantinos ilustres*, Salamanca, Diputación provincial, 1934, pág. 141.
- 30 La fecha de esta bandeja nos la proporciona una placa publicitaria de *Chocolates Enrique Prieto*, en la que la figura femenina litografiada sostiene una tableta de chocolate de la casa con fecha: 1922. La importancia de la empresa de Badalona en este tipo de trabajos debió de ser general en toda España. Conocemos otra bandeja similar de Astorga. Los temas entonces son marcadamente regionalistas, con mujeres ataviadas con trajes típicos. Quizás anteriores en el tiempo son las cajas de hojalata litografiadas de *La Madrileña* y la tienda de ultramarinos de *Modesto Ciller Miñano*, situada en la Rúa a finales del siglo XIX, que encargan en Santander a la *Société Française de Cirages*, con sede en la capital cántabra, creada en 1881.
- 31 El cromo que conocemos de Enrique Prieto es una edición francesa para la casa Guérin-Boutron, de París, especialista en la fabricación de chocolates. Como muestra nuestro cromo, la temática de la colección de la que forma parte son distintos juegos de niños.
- 32 La impresión preliminar del cromo número 3 del catálogo está hecha en la imprenta Brunschwig & C. de París.
- 33 M. VÁZQUEZ MONTALBÁN, *Historia y comunicación social*, Barcelona, editorial Crítica, 1997, pág. 109.
- 34 Tenía las oficinas en la calle Ballesta 30, Madrid. En los anuncios proclama: «Especialidad en tarjetas postales ilustradas. La colección más completa con vistas de España».
- 35 Puede servir de referencia cronológica la nota publicada en *El Lábaro* el día 12 de febrero de 1900, donde se habla de la publicación de postales de la librería de Calón.
- 36 J. LEWIS, *Collecting printed ephemera. A background to social habits and drinking to travel and heritage and just for fun*, Londres, Studio Vista, 1976.
- 37 *Myrurgia 1916-1936. Belleza y glamour*, Barcelona, MNAC, 2003.
- 38 El fotógrafo Felipe Torres realizó múltiples encargos publicitarios para los comercios salmantinos. Vid. sobre este tema A. CARABIAS TORRES, *Felipe Torres (1905-1982) fotógrafo salmantino*. Salamanca, Diputación provincial de Salamanca, 1997.
- 39 *Nuovo Istituto Italiano d'Arti Grafiche*, fue una de las imprentas más importantes de Italia y Europa. Fue fundada en 1873 como casa de reclamos publicitarios y calendarios.
- 40 M.I. MARÍN SILVESTRE, *L'obra medallística de l'escultor Eusebi Arnau*, Barcelona, Institut d'Estudis Catalans, 2005.
- 41 Es la misma imagen que la del cartel publicitario tipo baldosa. Sin duda es producto de la misma imprenta.
- 42 José Suárez Fernández (Allariz, 1902-Guarda, 1974), fue uno de los fotógrafos históricos más importantes de España. Estudió Derecho en Salamanca, donde conoció a Miguel de Unamuno quien, en 1932, le escribió el prólogo de *50 fotos de Salamanca*. En 1936 tuvo que exiliarse a América. En 1959 volvió a Galicia.
- 43 T. G. Hostench es una firma fundada por Don Fernando Hostench Vilanova en el año 1921.
- 44 Entre las manifestaciones artísticas dedicadas a la propaganda política durante la Guerra Civil Española y su prolongación durante la posguerra, ocupa un lugar destacado el conjunto realizado para ilustrar la visión canónica del conflicto elaborada por el bando nacional que representó la *Historia de la Cruzada Española*. Esta obra, iniciada antes de finalizar la guerra, fue editada por Ediciones Españolas S.A. entre 1939 y 1944, estando encomendada la dirección literaria a Joaquín Arrarás y la artística al pintor e ilustrador Carlos Sáenz de Tejada. Sáenz de Tejada reunió a su alrededor a un conjunto de artistas entre los que destaca el pintor Joaquín Valverde, compañero de estudios en el Madrid del ultraísmo de comienzos de los veinte.



catálogo ofertado por la imprenta, en este caso de Gijón. Otro, tiene como tema el vino y, probablemente, fue diseñado para locales de hostelería. Mujeres y automóvil es otro de los motivos elegido (1906), niños barberos...

Mirat cuidó siempre su publicidad, aunque los temas elegidos en muchos casos fueran de catálogo de imprenta y no se ajustaran a la temática propia de la empresa. Pero sí hay una apuesta por la publicidad de calidad y así, es fácil encontrar en sus campañas la elección de buenos dibujantes como Martra o Sáenz de Tejada y de fotógrafos de prestigio pues llegaría a contar para la elaboración en alguno de los calendarios con José Suárez Fernández. También se preocupó, en esa búsqueda de calidad, por imprentas litográficas de reputación internacional, acudiendo frecuentemente a empresas europeas: *Prager & Lodja* y *Heymann & Schmidt, A.-G.*, (Berlín), *Istituto Italiano d'Arti Grafiche*, Bergamo (Italia), a principios del siglo XX.

Dentro del conjunto de portacalendarios que puede verse en esta exposición destaca el grupo fechado bajo la firma *Hijos de Mirat*. Dado que ninguno de ellos conserva el calendario para el que fue concebido hemos intentado establecer en ellos una cronología relativa atendiendo, entre otros factores, a su morfología.

Hemos considerado tres tipos dentro de estos portacalendarios fechados entre 1908 y 1933: El primero, de cartón gofrado con temas clásicos, podría ser el más moderno puesto que tenemos tipos iguales posteriores a 1933, por ejemplo con el tema de la *Rendición de Breda*. Un segundo tipo consiste en una lámina con un motivo popular pegada sobre un marco. Éste puede variar y ser de madera o gofrado. Por último, un tercer tipo muestra una imagen impresa a la que se añade un entorno pintado y se pega sobre un cartón grueso. Éste sería el



CALENDARIO DE 1936.  
PRESENTA 12 FOTOGRAFÍAS REALIZADAS  
POR J. SUÁREZ.



CARTEL PUBLICITARIO TIPO  
BALDOSA (DÉCADA  
DE LOS VEINTE)



TARJETA COMERCIAL IMPRESA EN SALAMANCA  
POR AQUILINO PINTO

sistema empleado también por los carteles publicitarios que hemos denominado «tipo baldosa» y que consideramos productos, todos ellos, de la misma imprenta.

En cualquier caso debemos considerar al pensar en los calendarios que no se hacía un solo modelo para cada año, como demuestran los dos, con motivos diferentes, que tenemos para 1906.

## POSTALES COMERCIALES

La tarjeta postal tuvo su origen en Viena en 1869, pero fue en Alemania donde se generalizó su uso veinte años después. Fue durante mucho tiempo el medio de comunicación más popular. La tarjeta postal se convirtió en un método rápido, fiable, económico y seguro de transmisión de mensajes.

En España el primer establecimiento que las imprimió, en fototipia, fue la casa de artes gráficas Hauser y Menet hacia 1895<sup>34</sup>. En muchos artículos de investigación sobre la tarjeta postal ilustrada se cita a la salmantina imprenta de Calón como uno de los negocios pioneros en editarlas, cuyo trabajo primero en este campo pudo situarse hacia el cambio de siglo<sup>35</sup>.

Como es bien conocido, en la elaboración de una postal intervienen un fotógrafo, un grabador, un impresor y un editor, pudiendo participar en este proceso hasta cuatro personas distintas. En el comercio de postales, Elisa Calón trabajó con las fotografías de Gombau y Oliván, con los fotograbados de Hauser y Menet y quizás también con los de Richard Gans.

Calón no fue el único negocio que editó postales turísticas de Salamanca: Núñez, Cuesta o Cervantes, entre otras casas, también lo hicieron. De hecho fue una constante durante todo el siglo XX y muchas imprentas foráneas editaron las suyas, dada la entidad turística de una ciudad monumental como Salamanca. Además muchas casas comerciales lanzaron sus propias tarjetas en ocasiones aunando algún monumento al local comercial, como podemos ver en

algunos ejemplos de *Carrocerías Bomati* y de *La Salmantina*.

Algo parecido hizo Mirat, editando un juego de 14 postales con distintas imágenes de la fábrica. La fotografía fue encargada a Ansede y Juanes.

Teniendo en cuenta el material en que se fabrican muchos de estos reclamos publicitarios de los que aquí se habla, como los paipayes, los calendarios o los papeles secantes, forman

parte de lo que ha dado en llamarse *ephemera* comerciales. Probablemente fue J. Lewis el primero en utilizar esta palabra latina para referirse a obras impresas en papel<sup>36</sup>. Los *ephemera* pueden definirse como documentos que han sido fabricados para un acontecimiento determinado y que no pretenden sobrevivir a la actualidad de su mensaje.

Abarca materiales tan dispares como felicitaciones, facturas, carteles, tarjetas comerciales, folletos electorales, anuncios, baladas callejeras, prospectos, *ex libris*, cartas, invitaciones de teatro y cine, entradas, hojas religiosas, etiquetas y papel de envolver. El rasgo distintivo es, como ya se ha dicho, que no pretenden sobrevivir.

Los *ephemera* se popularizan a mediados del siglo XIX probablemente porque se desarrollan los adelantos técnicos de la impresión que permiten su utilización masiva: litografía, cromolitografía, fotografía y los diversos sistemas fotomecánicos derivados de su aparición: fototipia, tricromía, huecograbado o reproducción fototipográfica.

Hay algunos nombres de artistas relacionados con los *ephemera*: Alphonse Mucha, uno de los más conocidos a nivel internacional. Apeles Mestres fue dibujante ilustrador de chocolates Amatller. Otros se relacionan con la publicidad del perfume como Esteve Monegal (Barcelona 1888-1970) quien trabajó para la



OFICINAS DE MIRAT EN LA DÉCADA DE LOS VEINTE. FOTOGRAFÍA ANSEDE Y JUANES

casa *Myrurgia*<sup>37</sup>. También en Salamanca hay artistas relacionados con la publicidad como Felipe Torres (1905-1982)<sup>38</sup> o Julio Núñez antes de la Guerra Civil, quien trabajara, entre otras firmas, para Primitivo Muñoz.

A partir de todo ello nosotros denominamos *ephemera* comerciales a todos aquellos papeles volanderos que han sido impresos con una finalidad directamente comercial. Y, en esa definición, el carácter de efímero es más importante que su estética.

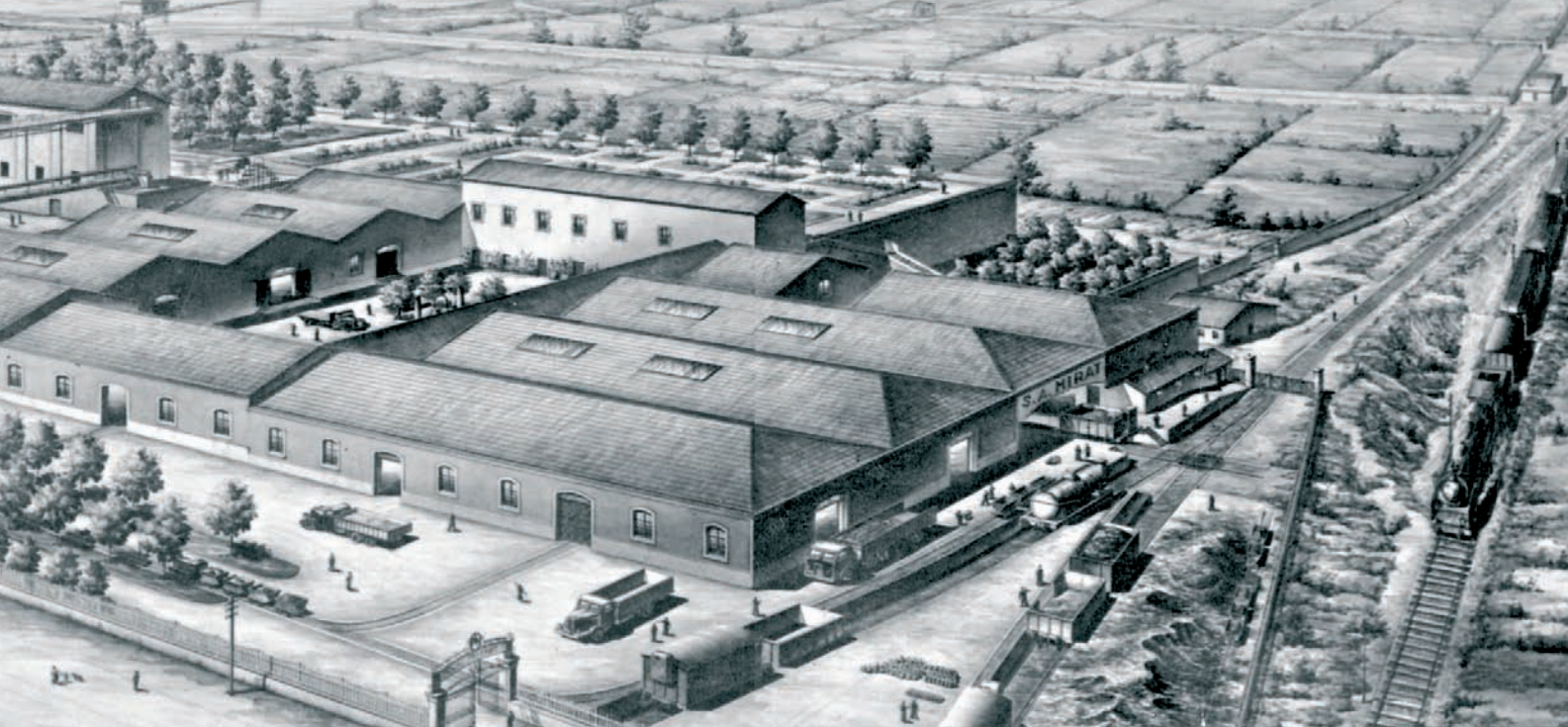
El *merchandising* de S.A. Mirat ha sido muy abundante en las últimas décadas y ha abarcado un elenco de productos de carácter popular, distribuidos con profusión por su utilidad. En Salamanca se recordarán las barajas de naipes, muy solicitadas en nuestros pueblos por su buena vejez, o los calendarios con termómetro. Junto a ellos, productos más normales como ceniceros, llaveros o bolígrafos. Pero, en cualquier caso, el marchamo de calidad, una constante de la empresa, se ha mantenido vigente, pues entre las marcas que han elaborado estos regalos promocionales para S.A. *Mirat* figuran Heraclio Fournier o Bic.

Desde la década de los sesenta, el nombre de Mirat se vinculó con algunos deportes, como el ciclismo o el fútbol. La creación de una *Escuela de Fútbol*, patrocinada por *Forterra* fue, durante algunas décadas, referente del deporte regional.

## BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

- Catálogo de los productos presentados en la Exposición de Agricultura celebrada en Madrid en 1857*, Madrid, Imprenta Nacional, 1857.
- Christus, Revista anual de la Semana Santa*, Salamanca, publicidad R.E.I, 1947.
- M. DE SANTIAGO CIVIDANES, *Salmantinos ilustres*, Salamanca, Diputación provincial, 1934.
- M. DEL M. DÍAZ GONZÁLEZ, *Asturias litografiada. El comercio y la industria en imágenes, 1900-1970*, Oviedo, Ed. Trea, 2004.
- El Labaro*, suplemento de agosto de 1906.
- E. ESPERABE DE ARTEAGA, *Salamanca en la mano: noticias histórico-descriptivas acerca de la ciudad y sus monumentos, usos y costumbres...* Salamanca, Imp. y Lib. de Francisco Núñez, 1930.
- C. GONZÁLEZ DOMINGO, *Memoria sobre el estado actual de la agricultura en la provincia de Salamanca*, Salamanca, establecimiento tipográfico del Hospicio, 1876, pág. 53.
- C. LIDÓN MARTÍNEZ, *La litografía industrial en el norte de España de 1800 a 1950. Aspectos históricos, estéticos y técnicos*, Gijón, ed. Trea, 2005.
- J. M. MARTÍNEZ FRÍAS, *Monasterio de Nuestra Señora de la Victoria. La orden jerónima en Salamanca*, Salamanca, ed. Universidad de Salamanca, 1990.
- Proyectos de la Liga de Productores de Salamanca aprobados por la Junta General en 22 de febrero de 1895*, Salamanca, Imprenta Católica Salmanticense, 1895.
- J. A. VICENTE BAJO, *Religión y arte: guía descriptiva de los principales monumentos arquitectónicos de Salamanca (1901)*, Salamanca: Imprenta de Calatrava, 1901.





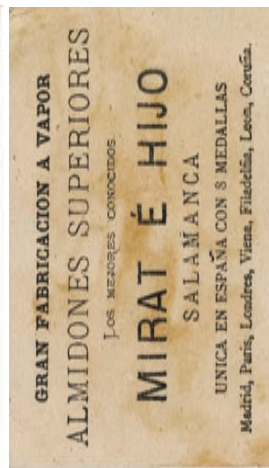


## CATÁLOGO

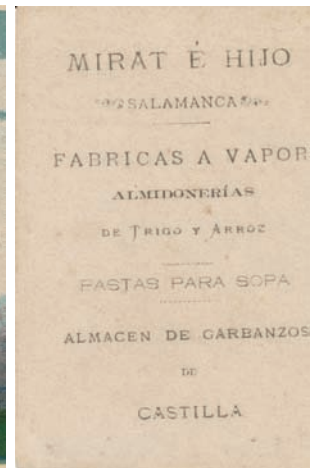
A) 1850-1908



3



4



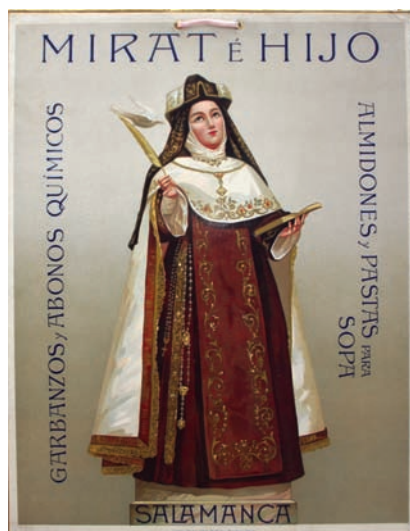
1-2. CAJITAS METÁLICAS (2). LITOGRAFADAS, UTILIZADAS PARA LA VENTA DE ALMIDÓN DE TRIGO Y ARROZ. Litográfica: *Echevarría Hermanos*, (Bilbao). Fecha: c. 1880. Medidas: 149 x 100 x 62 mm (caja grande) / 109 x 69 x 56 mm (caja pequeña). Gentileza de Ángel Marcos.

3. CROMO DE *MIRAT É HIJO*. Tema: Juego de niños. Imprenta: *Brunschwig & C. de Paris*. Fecha: c. 1885. Medidas: 86 x 50 mm. Texto (al reverso): *Gran fabricación al vapor / Almidones superiores / Los mejores conocidos / Mirat é Hijo / Salamanca / Única en España con ocho medallas / Madrid, París, Londres, Filadelfia, León, La Coruña*. Col. M.G-F.

4. CROMO DE *MIRAT É HIJO*. Tema: Juego de niños con sombreros. Imprenta: sin referencia. Fecha: finales siglo XIX. Medidas: 98 x 67 mm. Texto (al reverso): *Mirat é Hijo / Salamanca / Fábricas al vapor / Almidonerías de trigo y arroz / Pastas para sopa / Almacén de garbanzos de Castilla*. Col. M.G-F.



5



8



6



7

#### 5. DESPLEGABLE DE MIRAT É HIJO

Imprenta: Lit. S. Pérez, Valladolid. Fecha: 1906. Medidas: 295 x 141 mm (abierto). Desplegable concebido para enviar por correo postal a los clientes. Contiene información sobre los precios de temporada de los garbanzos, almidones, pastas y abonos que entonces fabricara la empresa, así como las condiciones de venta. Col. M.G-F.

#### 6. DESPLEGABLE DE MIRAT É HIJO.

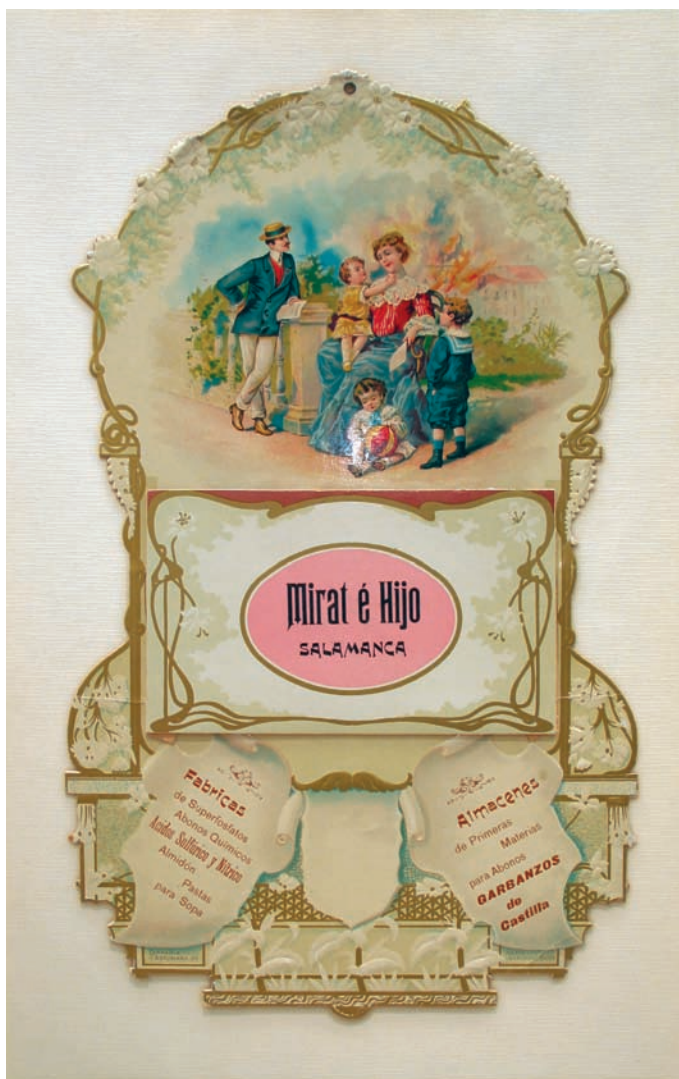
Imprenta: Núñez, Salamanca. Fecha: 1896. Medidas: 548 x 222 mm (abierto). Características: Catálogo desplegable con información sobre composición y precios de los guanos, abonos químicos y minerales de la fábrica. Fechado el 15 de julio de 1896. Col. M.G-F.

#### 7. PORTCALENDARIO DE MIRAT É HIJO.

Tema de la imagen impresa: Joven junto a oinochoe dando de beber vino a un angelote. Autor e imprenta desconocidos. Fecha: finales siglo XIX-principios siglo XX. Medidas: 495 x 345 mm. Características: litografía. Troquelado. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).

#### 8. PORTCALENDARIO DE MIRAT É HIJO.

Tema de la imagen impresa: Santa Teresa de Jesús. Imprenta: Istituto Italiano d'Arti Grafiche. Bergamo (Italia)<sup>39</sup>. Fecha: 1873-1907. Medidas: 432 x 338 mm. Características: Litografía? de Santa Teresa impresa en Bérgamo. La santa aparece con pluma y libro y una paloma posada en la pluma. La palabra *Salamanca* aparece en la peana. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).



9

9. PORTACALENDARIO DE MIRAT É HIJO. Tema de la imagen impresa: Vendedor de seguros. Imprenta: Compañía Asturiana de Artes Gráficas (Gijón). Fecha: 1873-1907. Medidas: 560 x 362 mm. Características: Troquelado. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).



10

10. CALENDARIO DE MIRAT É HIJO. Tema de la imagen impresa: Mujeres en automóvil. Imprenta: sin referencia. Fecha: 1906. Medidas: 460 x 295 mm. Características: Calendario en los márgenes de la lámina. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).



11

11. PORTA CALENDARIO DE MIRAT É HIJO. Tema de la imagen impresa: Niños barberos. Imprenta: Litográfica Simeón Durá, Valencia. Fecha: finales del siglo XIX-principios del siglo XX. Medidas: 518 x 385 mm. Características: litografía. Col: Museo del Comercio (gentileza de S.A. Mirat).





38

39



37. **DIPLOMA ACREDITATIVO DE LA PARTICIPACIÓN EN LA EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE INDUSTRIA DE LONDRES.** Fecha: 1851. Dibujo y grabado: William Dyce R.A y George Thomas Doo. Medidas: 590 x 440 mm. Características: Cartel de corte romántico. Personificación femenina (Inglaterra) portando rama de laurel. León y cordero a ambos lados. Dos angelotes, al fondo, portando caduceo y cornucopia respectivamente. Col.: S.A. Mirat.

38. **DIPLOMA ACREDITATIVO DE LA MEDALLA DE SEGUNDA CLASE CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE 1855 CELEBRADA EN PARÍS.** Imprenta: sin referencia. Dibujo y Grabado: J. Ingres y L. Calamatta. Fecha: 1855. Medidas: 600 x 500 mm. Características: El emperador reparte trofeos a la Industria y a las Bellas Artes. Más lejos del trono angelotes portan cornucopias rodeados de motivos alegóricos. El conjunto es sostenido por dos pilares donde se inscribe el nombre de los países participantes en la exposición. Col.: S.A. Mirat.

39. **DIPLOMA ACREDITATIVO DEL PREMIO CONSEGUIDO EN LA EXPOSICIÓN INTERNACIONAL CELEBRADA EN CHICAGO EN 1893.** Imprenta: Bureau of Engraving and Printing U.S. Treasury Dep. Dibujo y grabado: Will H. Low y Chas. Schleght. Fecha: 1893. Medidas: 850 x 660 mm. Características: La personificación de los EEUU sentada, apoyada en un bisonte, recibe a tres niños de distinta raza que portan atributos relativos a la Industria y las Bellas Artes. Al fondo, la ciudad de Chicago. Abajo, una canoa, en la que reman cuatro personificaciones femeninas de diferentes etnias, lleva a Cristóbal Colón. Une ambas imágenes un heraldo femenino que entrega una corona de laurel a los EEUU. Col.: S.A. Mirat.

40. **DIPLOMA ACREDITATIVO DEL PREMIO CONSEGUIDO EN LA EXPOSICIÓN INTERNACIONAL CELEBRADA EN CHICAGO EN 1893.** Imprenta: Bureau of Engraving and Printing U.S. Treasury Dep. Dibujo y grabado: Will H. Low y Chas. Schleght. Fecha: 1893. Medidas: 850 x 660 mm. Características: Si el premio anterior había sido por las pastas para sopa, este diploma acredita la alta calidad de los almidones de trigo y arroz presentados por *Mirat é Hijo*. Idéntica iconografía. Col.: S.A. Mirat.



41



42

43



42. CARTEL PUBLICITARIO DE *MIRAT É HIJO*. Imprenta: Litográfica Simeón Durá, Valencia. Fecha: finales del siglo XIX-principios del siglo XX. Medidas: 1100 x 830 mm. Características: litografía. El cartel compara, en imágenes, la cuantía de la cosecha recogida cuando se abona un campo y cuando no se realiza esta labor. Entre ambas imágenes, encuadradas en una orla de corte pre-modernista, se ha dispuesto la reproducción de la medalla de oro conseguida en la *Exposición Internacional de París*. Abundante texto. Col.: S.A. Mirat.

41. DIPLOMA ACREDITATIVO DE LA MEDALLA DE ORO CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE PARÍS DE 1900. Imprenta: A. Porca-beuf, París. Dibujo y grabado: Camille Boignard y Adrien Didier. Fecha: 1900. Medidas: 570 x 450 mm. Características: Distintas alegorías relativas a la Industria y a las Bellas Artes. Col.: S.A. Mirat.



44

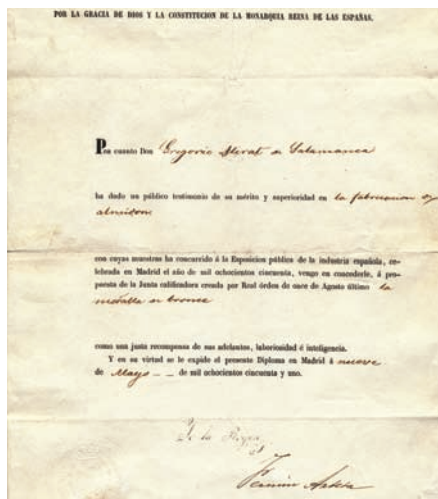
43. TARJETA COMERCIAL DE *MIRAT É HIJO*. Imprenta: Litográfica Aquilino Pinto (Salamanca). Fecha: finales del siglo XIX-principios del siglo XX. Medidas: 128 x 132 mm. Características: litografía. Col.: S.A. Mirat.

44. PROSPECTO COMERCIAL DE *MIRAT É HIJO*. Imprenta: sin referencia. Fecha: c. 1885. Medidas: 211 x 134 mm. Características: 5 hojas. Utiliza como portada los motivos y el texto de cabecera que encontramos en las facturas y las cartas comerciales de la década de los ochenta del siglo XIX. Col.: S.A. Mirat.

45

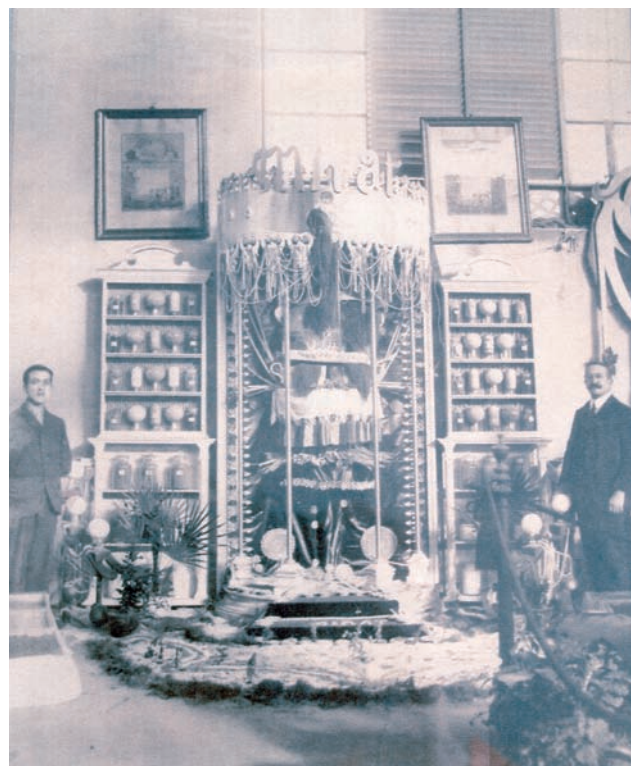


46



45. PORTACALENDARIO DE MIRAT É HIJO. Tema principal: Juan Casimiro Mirat. Imprenta: sin referencia. Fecha: principios del siglo xx. Medidas: 370 x 250 mm. Observaciones: Portacalendar con aires aún pre-modernistas. Letras moradas sobre fondo dorado. Fotografía de Juan Casimiro Mirat en la parte superior derecha. Col: S.A. Mirat.

46. DOCUMENTO RUBRICADO POR ISABEL II. CERTIFICADO DE LA CONCESIÓN DE LA MEDALLA DE BRONCE CONCEDIDA A GREGORIO MIRAT EN LA EXPOSICIÓN DE MADRID DE 1951. Fecha: 9 de mayo de 1951. Medidas: 328 x 222 mm. Col: S.A. Mirat.



47

47. FOTOGRAFÍA DEL ESTAND DE MIRAT É HIJO, DURANTE LA EXPOSICIÓN REGIONAL DE 1907. Fotografía: P. García. Medidas: 240 x 155 mm. Fecha: septiembre de 1907. Características: Debajo del letrero de Mirat se dispuso un angelote con un caldero del que caen unos flecos que tal vez imiten pasta. En el centro del estand una gran sopera, donde se lee "pastas para sopa", y dos tazas para consomé,

redundan en este producto fabricado en Mirat. Debajo encontramos telas y papeles almidonados y, en el suelo, un polvo blanco, seguramente abono químico, que completa la tríada de productos de la empresa. El conjunto se dotó de luz eléctrica. A ambos lados del estand pueden verse colgados en la pared los dos diplomas conseguidos en la exposición americana de 1892. Col: S.A. Mirat.

48



49



50



48. PORTACALENDARIO DE MIRAT É HIJO. Tema de la imagen impresa: Artesano medieval pintando una figura de barro. Imprenta: sin referencia. Fecha: finales del siglo XIX-principios del siglo XX. Medidas: 333 x 245 mm. Características: Cartón gofrado. Col: S.A. Mirat.

49. PORTACALENDARIO DE MIRAT É HIJO. Tema de la imagen impresa: Juan Casimiro Mirat. A ambos lados los símbolos de la industria y el comercio. Imprenta: sin referencia. Fecha: c. 1900. Medidas: 318 x 194 mm. Características: Cartón gofrado en dos colores: blanco y naranja. Col. S.A. Mirat.

50. CALENDARIO DE MIRAT É HIJO. Tema de la imagen impresa: Tres niñas con sombrilla. Imprenta: sin referencia. Fecha: 1906. Medidas: 483 x 334 mm. Características: Calendario en los márgenes de la lámina. Col. S.A. Mirat.

51



51. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN DE MADRID CELEBRADA EN 1850. Anv.: ISABEL 2ª REINA DE LAS ESPAÑAS, Cabeza de la reina a dcha., con moño. Rev.: EXPOSICIÓN PÚBLICA. MADRID 1850. En campo, en cuatro líneas: AL | MÉRITO | EN | LAS ARTES, dentro de un círculo, rodeado de una corona de laurel. Autor: Remigo de Vega? Metal: cobre. Diámetro: 40 mm. Col. S.A. Mirat.

52



52. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN DE MADRID CELEBRADA EN 1850. Anv.: ISABEL 2ª REINA DE LAS ESPAÑAS, Cabeza de la reina a dcha., con moño. Rev.: EXPOSICIÓN PÚBLICA. MADRID 1850. En campo, en cuatro líneas: AL | MÉRITO | EN | LAS ARTES, dentro de un círculo, rodeado de una corona de laurel. Autor: Remigo de Vega? Metal: cobre. Diámetro: 40 mm. Col. S.A. Mirat.

53



53. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN DE LONDRES CELEBRADA EN 1851. Anv.: H:R:H: PRINCE ALBERT PRESIDENT OF THE ROYAL COMMISSION Cabeza del rey Alberto a izq. W. WYON R.A. debajo. Rev.: EXHIBITION OF THE WORKS OF INDUSTRY OF ALL NATIONS. MDCCCLI. Globo terráqueo con paloma posada, enmarcado por una corona de laurel. En orla sobre el globo: EXHIBITOR. Autor: W. Wyon Metal: bronce. Diámetro: 45 mm. Col. S.A. Mirat.

54



54. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN DE PARÍS CELEBRADA EN 1855. Anv.: NAPOLEÓN III - EMPEREUR, cabeza desnuda a dcha., debajo, ALBERT BARRE. Rev.: EXPOSITION UNIVERSELLE AGRICULTURE INDUSTRIE BAUX ARTS. PARIS 1855. Escudo rodeado por el collar de la Orden de la Legión de Honor y rodeado por 20 escudos de los países participantes. G. MIRAT en cartela. Autor: Albert Desiré Barre (1818-1878). Diámetro: 59 mm. Metal: bronce. Col. S.A. Mirat.

55



55. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN MADRID EN 1857. Anv.: *YSABEL SEGUNDA REYNA DE LAS ESPAÑAS*, Cabeza a dcha. con moño y diadema, debajo *G.B.* Rev.: *EXPOSICIÓN DE AGRICULTURA MADRID. 1857*. Laurel. En campo: *EXPOSITOR*. Autor: Gregorio Sellán. Metal: bronce. Diámetro: 42 mm. Col.: S.A. Mirat.

56



56. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN VIENA EN 1873. Anv. *FRANZ JOSEPH I., KAISER VON OESTERREICH, KOENIG VON BOEHMEN ETC., APOST. KOENIG. VON UNGARN*, cabeza laureada del kaiser a dcha., debajo *J. TAUTENHAYN*. Rev. *WELTAUSSTELLUNG 1873 WIEN*, Viena, de pie, con cornucopia, entre el laurel de la victoria a una mujer sentada, personificación de las bellas artes, ante la atenta mirada de la industria, de pie, con laurel. Bajo la escena, *K. Schwenzer*. En exergo *DEM VERDIENSTE*. Autores: *J. Tautenhayn* y *K. Schwenzer*. Ceca: Viena, 1873. Metal: bronce. Diámetro 70 mm. Col.: S.A. Mirat.

57



57. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN LEÓN EN 1876. Anv.: *EXPOSICIÓN REGIONAL LEONESA. AÑO 1876*. Armas de León y España. Encima laurel. Rev.: *POR INICIATIVA DE LA SOCIEDAD ECONOMICA DE AMIGOS DEL PAIS. LEON. LAUREL*. En campo: *PREMIO AL MÉRITO*. Metal: bronce. Diámetro: 44 mm. Col. S.A. Mirat.

58



58. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN FILADELPHIA EN 1876. Anv.: personificación femenina de América ofreciendo una corona de laurel, sentado a izq., entre motivos relativo a la Industria y a las Bellas Artes. Cuatro figuras referentes al mismo tema en cartuchos ovalados situados en los cuatro puntos cardinales. *H. Mitchell S.C.* bajo la escena central. Rev.: *INTERNACIONAL EXHIBITION, PHILADELPHIA MDCCLXXVI*. Laurel. En campo: *AWARDED BY UNITED STATES CENTENNIAL COMMISSION*. Autor: *Henry Mitchell*. Metal: bronce. Diámetro: 75 mm. Col.: S.A. Mirat.

59



59. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN PARIS EN 1878. Anv.: *REPUBLIQUE FRANÇAISE*, cabeza laureada de Francia a izq. Debajo *J.C. CHAPLAIN*. REV.: *EXPOSITION UNIVERSELLE INTERNATIONALE / 1878 / MIRAT & HIJO*. En exergo: *PARIS*, Victoria sobrevolando la Exposición, con trompeta y laurel. Una joven figura alada, corriendo a dcha., lleva la cartela con el nombre del ganador. Chaplain en exergo. Autor: Jules Clement Chaplain. Ceca: París, 1878. Metal: bronce. Diámetro: 67 mm. Col.: S.A. Mirat.

60



60. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN SALAMANCA, EN 1884. Anv.: *EXPOSICIÓN . AGRÍCOLA . PECUARIA . E . INDUSTRIAL . DE . SALAMANCA*, escudo de Salamanca, debajo *G. SELLÁN*. Rev.: Laurel, *PREMIO / AL / MÉRITO / 1884* en campo. AUTOR: Gregorio Sellán. Metal: plata. Diámetro: 47 mm. Col.: S.A. Mirat.

61



61. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN CHICAGO, EN 1893. Anv.: Cristóbal Colón pisando el nuevo Mundo. *CHRISTOPHER / COLUMBUS / OCT-XII / MCCCCXCIII*. Rev: En cartela central: *WORLDS . COLUMBIAN . EXPOSITION / IN . COMMEMORATION . OF . THE / FOUR . HUNDREDTH . ANNIVERSARY / OF . THE . LANDING . OF . COLUMBUS / MCCCCXCIII . / TO MIRAT É HIJO*. Autor: Augustus Saint Gaudens (1848-1907) y C.E. Barber (1840-1917). Metal: bronce. Diámetro: 75 mm. Col.: S.A. Mirat.

62



62. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN BARCELONA EN 1897. Anv: *FERIA CONCURSO AGRÍCOLA / HONOR AL TRABAJO*, grupo de campesinos, representantes de varias provincias españolas, a dcha. hacia figura femenina con palma y corona de laurel. Monumento a Colón y Montjuïc al fondo. En la parte inferior ARNAU y SANS. Rev.: *AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL. BARCELONA. AÑO 1898*. Escudo de Barcelona. A los lados dos figuras con palma y corona de laurel. En la parte inferior *J. FEU*. Autores: E. Arnau<sup>40</sup>, Sans y J. Feu i Puig. Metal: plata. Diámetro: 30 mm. Col.: S.A. Mirat.

63



63. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN MADRID EN 1897-98. Anv.: *ALFONSO XIII REY CONSTL. DE ESPAÑA*, cabeza desnuda a dcha. Rev.: *EXPOSICIÓN DE INDUSTRIAS NACIONALES. MADRID 1897-98*, Personificación femenina sentada, con laurel, apoyada sobre diversos motivos alegóricos de la industria y el comercio. Debajo B: MAURA. Autor: B. Maura. Metal: bronce. Diámetro: 48 mm. Col.: S.A. Mirat.

64



64. MEDALLA (IMITACIÓN) CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN PARÍS EN 1900. Anv.: *REPUBLIQUE FRANÇAISE*, Cabeza de la República, con gorro frigio y laurel a dcha. Al fondo París. Rev.: *EXPOSITION UNIVERSELLE INTERNATIONALE*, en campo: 1900. Victoria sobrevolando sobre la exposición, llevando a un vencedor con antorcha. La exposición al fondo. cartela lisa. J.C. CHAPLAIN bajo la victoria. Autor: J. C. Chaplain. Metal: imitación oro. Diámetro: 63 mm. Col. S.A. Mirat.

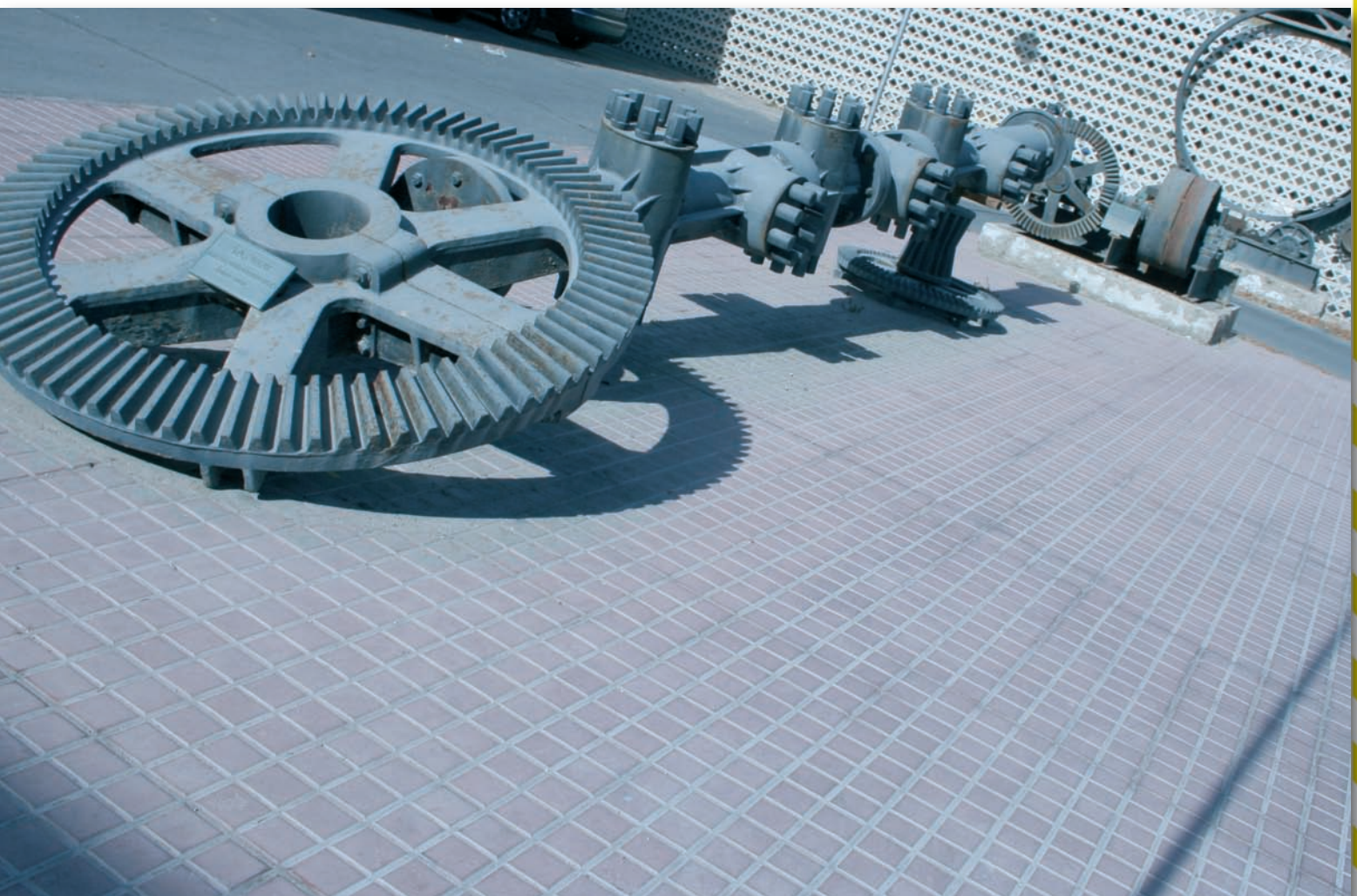
65

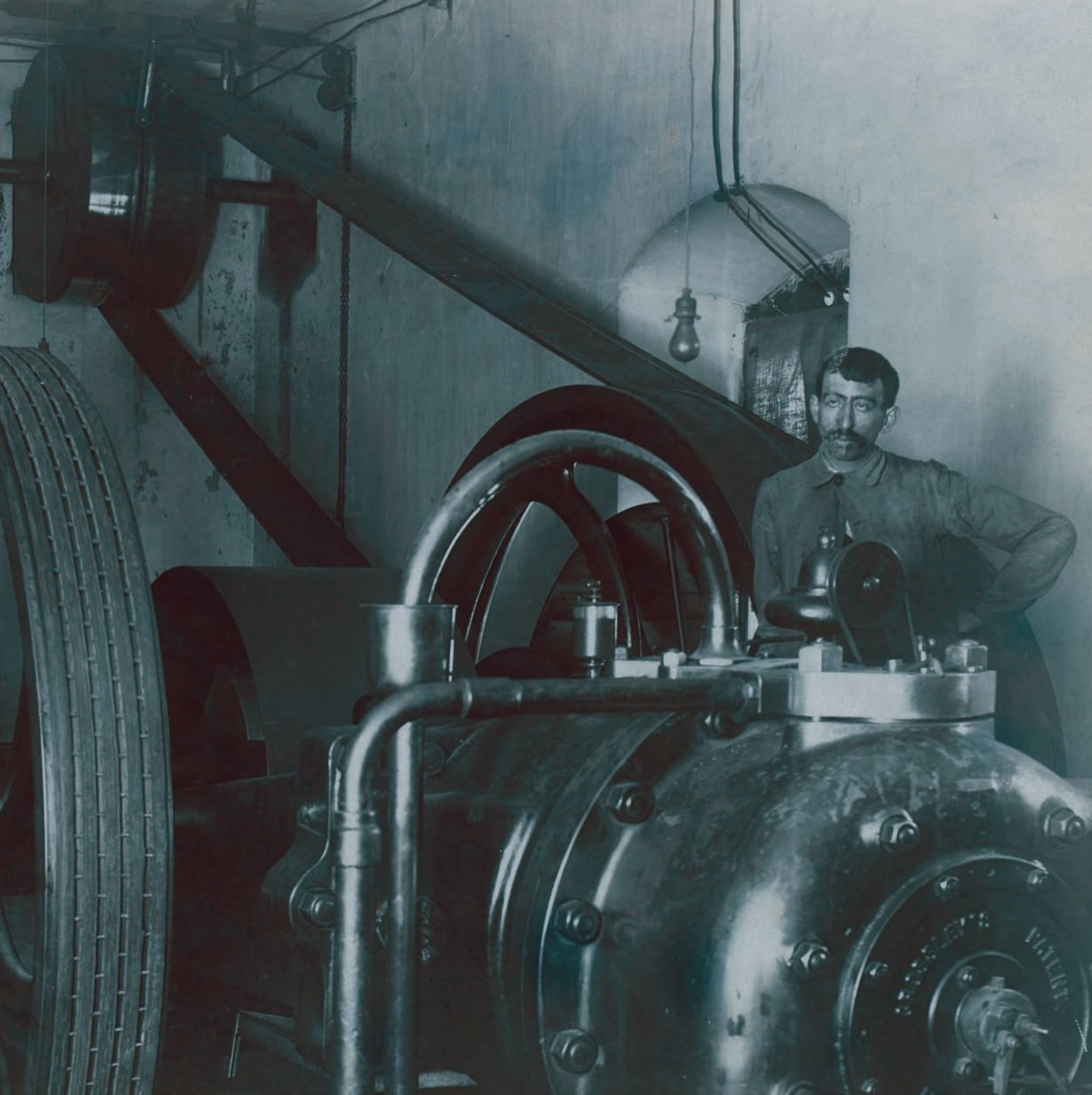


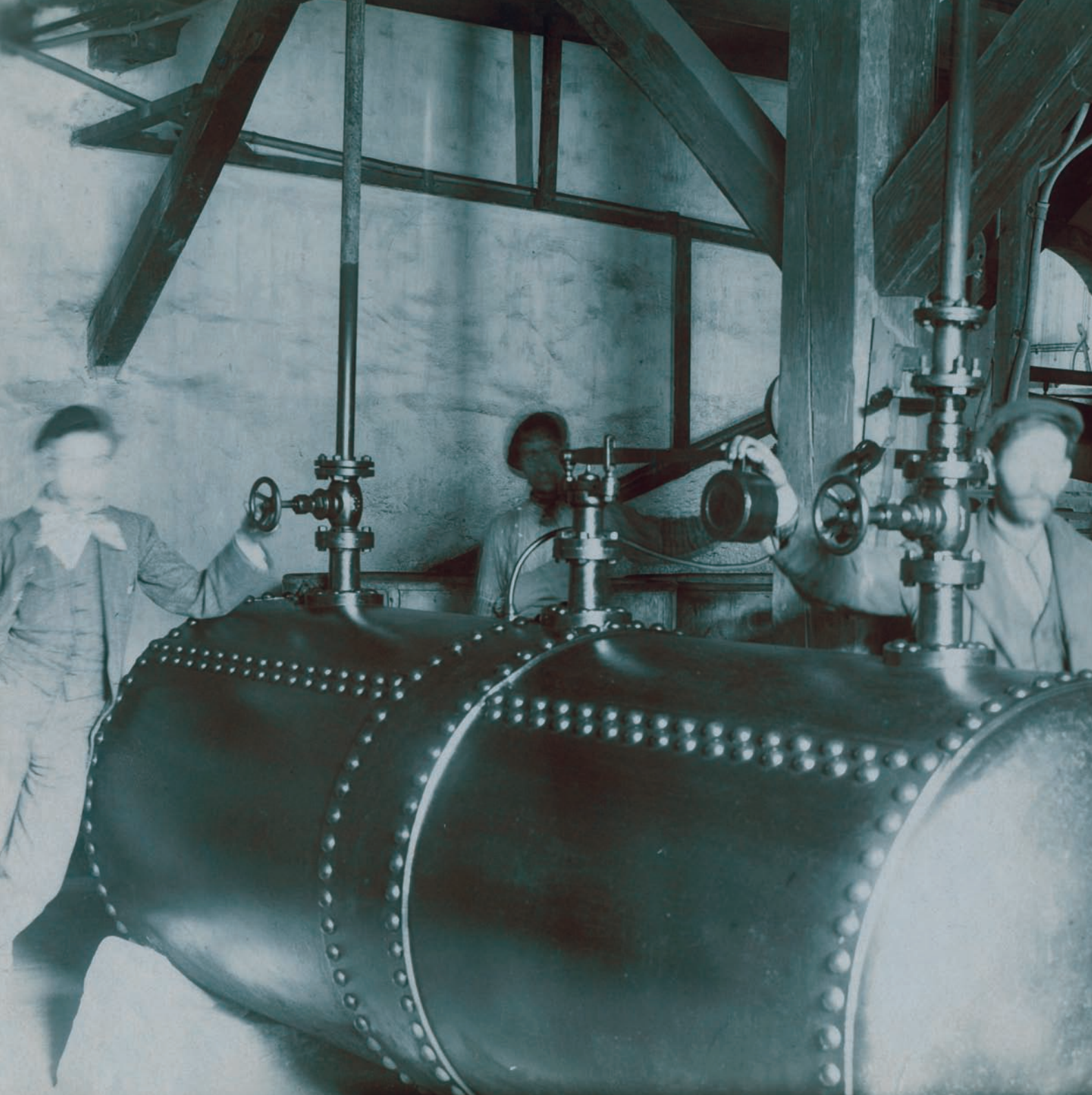
65. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN PARÍS EN 1900. Anv.: *REPUBLIQUE FRANÇAISE*, Cabeza de la República, con gorro frigio y laurel a dcha. Al fondo París. Rev.: *EXPOSITION UNIVERSELLE INTERNATIONALE*, en campo: 1900. Victoria sobrevolando sobre la exposición, llevando a un vencedor con antorcha. La exposición al fondo. Abajo, en cartela, *MIRAT & FILS. J.C. CHAPLAIN* bajo la victoria. Autor: J. C. Chaplain. Marca en el canto: cornucopia, BRONZE. Ceca: París. Metal: bronce. Diámetro: 63 mm. Col. S.A. Mirat.

66. MEDALLA CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN CELEBRADA EN PARÍS EN 1900. Anv.: *REPUBLIQUE FRANÇAISE*, Cabeza de la República, con gorro frigio y laurel a dcha. Al fondo París. Rev.: *EXPOSITION UNIVERSELLE INTERNATIONALE*, en campo: 1900. Victoria sobrevolando sobre la exposición, llevando a un vencedor con antorcha. La exposición al fondo. Abajo, en cartela, *MIRAT & FILS. J.C. CHAPLAIN* bajo la victoria. Autor: J. C. Chaplain. Marca en el canto: cornucopia, BRONZE. Ceca: París. Metal: bronce. Diámetro: 63 mm. Col. S.A. Mirat.

En la actualidad, la firma Mirat continúa su andadura adaptándose a los tiempos. A comienzos del siglo XXI engloba varias empresas y secciones de muy diferente condición: a los productos habituales, de tradición centenaria como los abonos, han venido a sumarse otros más novedosos, entre los que caben destacar los fertilizantes, la moderna sección de jardinería o su expansión dentro de la viticultura.









## CAPÍTULO 2

# 160 AÑOS DE PUBLICIDAD FABRIL

Como ya se comentara en la introducción, el primer ejemplo publicitario que se conserva de Mirat data de 1850. Se trata de la divulgación de los premios conseguidos en la *Exposición Pública de la Industria Española* de Madrid ese año como signo de prestigio. Un documento rubricado por la reina Isabel y que se exhibe también en esta exposición confirma la veracidad de dichos galardones que encontraremos litografiados en 1879.

### PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EXPOSICIONES INDUSTRIALES

El prestigio comercial se cimentaba, desde el siglo XIX, en la exhibición de dos tipos de reconocimiento: el logrado en las distintas exposiciones de productos industriales y comerciales y que implicaba diplomas y medallas por los productos presentados y, en segundo lugar, la consecución del título de «comercio proveedor de la Casa Real». En lo referente a este último probablemente era algo que se compraba, aunque obligaba, a quien lo adquiría, a enviar sus productos al rey en épocas señaladas.

Alguna firma comercial mantiene aún, en su etiqueta, como ornamento, las medallas conseguidas en las exposiciones de Industria y Comercio. Su exhibición había sido algo corriente en la papelería impresa de finales del siglo XIX y encontramos algunos ejemplos de ello en Salamanca, como puede ser el que ahora nos ocupa.



ANVERSO DE LA MEDALLA  
CONSEGUIDA EN LA EXPOSICIÓN  
DE PARÍS (1900)

En efecto, la importancia de las medallas conseguidas por Mirat en ferias de todo tipo (regionales, nacionales e internacionales) está presente en esta empresa hasta muy entrado el siglo XX. De hecho pueden datarse sus impresos comerciales u otros objetos con cierta precisión atendiendo al número de medallas que se representan: así hemos fechado, por ejemplo, las cajas litografiadas para contener almidón (c. 1879) o ciertos prospectos comerciales donde figura «16 Medallas de Premio», que se editaron, sin duda, a principios del siglo XX.

## MIRAT Y LA PRENSA

Aparte de estos dos reclamos, la prensa escrita suponía el tercer factor que una empresa debía utilizar para publicitarse. Resulta sumamente curioso observar cómo eran los anuncios en la prensa hace cien años y, también, cómo a pesar de la evolución de sus técnicas, ya existía entonces un elenco de fórmulas publicitarias que se utilizaban de forma generalizada en el papel diario.

Conscientes de la importancia de esta fuente de financiación, los periódicos suelen reservar una página, la última, para la publicidad y la ofertan explícitamente. Como asegura *El Salmantino* en 1914: «*El mejor medio de propaganda es el anuncio en los periódicos*». Este mismo diario nos proporciona información sobre la tarifa de precios y la distribución de su espacio comercial en la época. La prensa divide y subdivide el espacio de la página de publicidad en parcelas de determinadas medidas y lo valora acorde con cada tamaño estándar.

*Mirat é hijo* se anuncia en la prensa a diario durante muchas épocas desde la segunda mitad del siglo XIX. En este sentido el anuncio más antiguo que hemos constatado data de agosto de 1879 y lo recoge la *Revista del Circulo Agrícola Salmantino*, pero sin duda utilizó este medio de publicidad con antelación.

A modo de conclusión sobre su publicidad en la prensa a lo largo de tantos años podemos decir que resulta textual y monótona. No suele haber imágenes ni se arriesga con una tipografía que no sea la convencional. Mirat se limita a ofertar sus productos, fundamentalmente aquellas épocas del año que coinciden con las necesidades del calendario agrícola. El anuncio se convierte así en un recordatorio o aviso para el agricultor.

## IMPRESOS COMERCIALES

Desde la segunda mitad del siglo XIX se popularizan los impresos comerciales, algunos de los cuales alcanzan una gran belleza estética. La imagen impresa se utiliza entonces para motivos publicitarios, como una demanda de la industria emergente y del comercio. Algunos decretos oficiales sobre el uso y propiedad de marcas y distintivos de fábrica contribuyeron a fijar las bases en las que utilizar dicha imagen impresa<sup>24</sup> pero el factor determinante en este proceso serán los adelantos en las técnicas de impresión y, fundamentalmente, el invento de la litografía.

Desde finales del siglo XIX son muchas las empresas salmantinas que encargan sus impresos comerciales y sus artículos de reclamo a las litográficas de otras provincias, y también de otros países. Se busca que estos impresos de empresa sean de una factura exquisita y, para conseguirlo, se intentará que se produzca la conjunción entre texto e imagen, creando una sintaxis que consiga atraer la atención del cliente.

El origen de los motivos que adornan el papel impreso comercial a veces surge del propio encargo. Lo normal es que la empresa se acomode a los catálogos de temas y motivos que le oferta la imprenta y, en este sentido, podemos encontrar los mismos temas repetidos en varias ciudades e incluso en varios países puesto que hubo afamadas imprentas que trabajaban para una clientela internacional. Pero también hubo, qué duda cabe, diseños exclusivos, solicitados por la propia empresa a la imprenta contratada.

Estilísticamente pueden distinguirse varios momentos con características definidas y que podemos observar con pequeñas variaciones en Europa y América. Hubo una primera etapa de estética romántica, cuyo cansancio daría lugar a la aparición de los cánones modernistas, en la última década del siglo XIX.

En la estética romántica de los impresos comerciales se delimitaba claramente el espacio dedicado al texto, separándolo del utilizado para la imagen. En



PROSPECTOS COMERCIALES DE MIRAT É HIJO (FINALES DEL SIGLO XIX-PRINCIPIOS DEL XX)

el modernismo, por el contrario, la composición se caracterizará por el empleo masivo de elementos decorativos. La letra se convierte en un elemento ornamental más, insertándose en el espacio de la ilustración gráfica.

El modernismo así significará una ruptura en la que el texto empezará a fundirse con los motivos iconográficos, entre los cuales la mujer fue el más extendido. Ya no está tan clara la frontera entre texto e imagen formando ambos una síntesis visual. La búsqueda de lo ornamental será característica fundamental de este estilo artístico.



MUESTRARIO DE LA SECCIÓN DE SAQUERÍO (1920-1933)

Obviamente con estas premisas y el gran alcance popular que tuvo el modernismo es fácil entender que las empresas comerciales lo utilizaran profusamente con la intención de captar la atención de clientes.

A partir de la década de los veinte, frente a todo ello, los impresos del *art déco* volvieron la vista hacia el equilibrio compositivo, la simplicidad de color con el empleo de rojos, azules y amarillos en tonos planos, la esquematización de formas y la geometría, entre lo que destaca la diagonal,

como elemento conformador de dinamismo.

La evolución de los impresos comerciales ha tendido hacia la simplicidad gráfica. Las cabeceras se han reducido, en ocasiones al simple logotipo.

Nos hubiera gustado poder disponer de un conjunto de impresos lo suficientemente extenso de Mirat como para señalar las características evolutivas a lo largo de los años y precisar sus ajustes con los cánones gráficos del momento. Por desgracia, aunque contamos con documentación, existen varios vacíos secuenciales. Las facturas más antiguas que hemos manejado nos remiten a la década de los ochenta del siglo XIX, pero no disponemos de facturas ni cartas comerciales hasta la década de los treinta, siendo obligado suplir estas carencias con otro tipo de impresos para poder ver las características gráficas de principios del siglo XX.

Los impresos más antiguos de Mirat que hemos podido estudiar presentan influencias del grafismo francés e inglés. Las facturas y cartas comerciales muestran cabeceras recargadas de orlas y otros elementos decorativos. Más tarde se hacen notar las líneas sinuosas y los motivos vegetales del Modernismo, para imponerse en la década de los treinta el racionalismo y la ausencia de ornamentos. En esta época encontramos tipografías de tipo geométrico, construyéndose con el círculo, el rectángulo y el triángulo. El escenario para el texto es plano, sin profundidades ni escorzos, coexistiendo lo figurativo y lo abstracto. Los colores son lisos y sin texturas<sup>25</sup>.

## FOLLETOS Y CATÁLOGOS DE LA EMPRESA MIRAT

Mirat imprime a lo largo de su historia empresarial multitud de folletos con información de sus diversos productos. El prospecto más antiguo con el que contamos, aún sin fecha explícita, puede datarse a finales de la década de los setenta o inicios de los ochenta del siglo XIX. Parece un folleto diseñado para enviar por correo a los clientes. En él figura una precisa información sobre el precio de los productos con que entonces cuenta *Mirat é Hijo*.

Un poco después, encontramos otro, fechado en 1887, donde ya se expresa, tal como era común en la época, la condición de su nueva y flamante maquinaria movida a vapor.

En estos prospectos llama la atención el amplio espectro de asesoramiento que dice prestar la empresa al agricultor, pues le proporcionan semillas, suscripciones a revistas de tema agrario y, también, composiciones de abonos personalizadas, a gusto del cliente.



PORTADA DE CATÁLOGO COMERCIAL  
(1915-1933)

## CARTAS COMERCIALES DE ÉPOCA ROMÁNTICA: (1887-1888)

En el papel de *Mirat é Hijo* impreso en esta época encontramos claramente representados los motivos característicos de la estética romántica.

Como puede observarse en las cartas comerciales que se exhiben en esta exposición, hay una organización horizontal en torno a un eje simétrico, característica que se ha iniciado en la década de los ochenta.

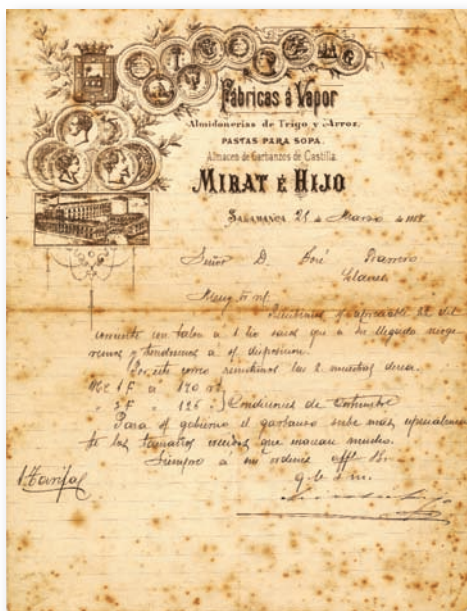
Entonces una de las dos esquinas superiores del impreso, fundamentalmente la izquierda, recibe un mayor peso gráfico o se inserta aquí un mensaje textual más amplio.

Característica de estos impresos es el empleo de ilustraciones subordinadas al texto, que ayudan a su comprensión, como pueda ser la propia imagen de la fábrica o interiores de establecimientos, algo común a partir de los ochenta.

Junto a otros motivos identificativos como las medallas conseguidas en las distintas exposiciones, encontramos, como ya se ha dicho, una iconografía alegórica basada en el mundo clásico. Las exposiciones de Bellas Artes serán decisivas en la transmisión de estas alegorías y de los motivos greco-romanos en general aplicados a la industria. También se incorpora una iconografía localista de escudos y escenas regionales o locales que ubican la empresa en su ciudad.

Poco a poco la letra se distorsionará adquiriendo formas decorativas y se conforma un repertorio de orlas, marcos y líneas de encuadre heredadas de distintos mundos y que se desarrollan ampliamente como parte de la decoración.

No disponemos ejemplos de las facturas impresas ni de las cartas comerciales de la empresa hasta la tercera década del siglo xx. Obviamente el salto en el tiempo es excesivo para intentar cualquier comparación con el material de cincuenta años antes. La impresión que producen, no obstante estas cabeceras, es que se acomodan a las tendencias de su generación gráfica.



CARTA COMERCIAL FECHADA EN 1888



Otro cambio gráfico se produce poco después, entre 1951 y 1954. A partir de entonces y durante la década de los sesenta la cabecera de los impresos es el resultado de una fusión de cuanto hemos visto con anterioridad. Se mantiene la imagen de la fábrica, aunque ha variado el color de fondo, que ahora luce un tono verde. El título se dispone ahora otra vez en recto y sobre la imagen, pisándola. La letra mayúscula ha cambiado la grafía, siendo ahora más robusta: se distingue el contorno de la letra del rotulado de fondo y se mantiene el sombreado. El color es el negro.

Han desaparecido los bloques de texto laterales, pero el central, que se mantiene bajo la imagen, aunque en recto es el mismo que encontrábamos a principios de los años cincuenta. En este impreso encontramos el nombre de la imprenta con la que Mirat trabaja en esos momentos:

*Lerchundi S.A. Bilbao.*

Una pequeña modificación se produce en 1963, pues encontramos la marca de abono complejo *Forterra* que tiene su logotipo, cosa que no ha desarrollado aún Mirat en esos años.

Quizás la alteración más sustancial de las últimas décadas, aparte de la aparición del logo, cosa que ocurrirá muy tardíamente, en los ochenta, ha sido el cambio en los colores identificativos de la empresa, pues se pasó del blanco y rojo tradicional a una gama más actual.



DÍPTICO DE FORTERRA (1968)

## CARTELERÍA

El cartel fue hasta el invento de la televisión el principal soporte publicitario: fue el «anuncio por antonomasia»<sup>26</sup>, pues no hubo un ramo del comercio que no lo utilizase con aquel propósito.

Afianzado en su estética y en el color como capacidades de persuasión el cartel informa de muchos aspectos relativos a la sociedad que los concibe y para la que se realiza: el cartel nos sumerge en la vida cotidiana de su época mostrán-

donos imágenes del momento en las que se representan personas, locales y productos del pasado pudiéndose extraer de él connotaciones económicas, antropológicas, artísticas, culturales e ideológicas.

Es en la segunda mitad del siglo XIX cuando el cartel pasa de emitir un mensaje visual a ser eminentemente imagen. En este proceso fue decisivo el invento de la litografía pues permitía imprimir millares de ejemplares en cuestión de horas. El cartel llegó así a constituirse en la primera forma publicitaria: invadió los muros de las calles, los vehículos públicos y hasta la espalda de los llamados hombres anuncio.

Una figura importante fue el francés Jules Chéret (pintor y litógrafo) que impuso un gusto basado en la pintura tradicional europea. Puede decirse que a finales del XIX el cartel de publicidad comercial empezó a crear su propia iconografía, un lenguaje visual característico para sus fines en cuya creación formal tuvo importancia el italiano Leonetto Cappiello. Sus carteles destacan la figura del fondo gracias sobre todo a la utilización de colores fuertes que la hacen destacar del fondo.

El cartel podía estar impreso en papel, cartón, chapa o cristal. Una de sus características es que fueron editados para tener una vida corta, efímera y por ello formarán parte de los *ephemera* de tipo comercial, de los que se hablará más adelante.

Uno de los motivos preferidos de la iconografía industrial es la imagen exterior de la fábrica. El edificio se dibuja aislado, se muestra en una proyección en perspectiva.

La fábrica aparece en producción, con las chimeneas humeantes, pues no hay que olvidar que la chimenea es el elemento simbólico más representativo



CARTEL PUBLICITARIO. (FINALES DEL SIGLO XIX-PRINCIPIO DEL XX)

del hecho industrial; por eso tiene su protagonismo en los impresos de la empresa. Dado que estamos ante una idealización la fábrica será mas grande y dominante del entorno que en la realidad y el número de chimeneas puede ser exagerado.

La evolución de la imagen de la fábrica a lo largo del siglo XX suele ser hacia la simplicidad hasta quedar reducida, cuando subsiste, en una abstracción que, en ocasiones, puede formar parte del logo de la empresa.

Otro elemento presente en esta representación ideal son los medios de transporte. En las últimas décadas del siglo XIX aparecerá el ferrocarril, otro de los iconos de la Revolución Industrial. Más tarde el avión y el automóvil cubrirán esa idea ya en la siguiente centuria. Por eso, en las imágenes de la fábrica de Mirat de principios del siglo XX son tan comunes los vehículos.

La idea de esta iconografía es la de progreso, la idea decimonónica de progreso centrado en la máquina y en la ciencia. El vapor primero, que aparece en los impresos de Mirat en la década de los ochenta y más tarde la electricidad serán la fuerza motriz que caracterice la modernidad y el progreso y por ello se mostrará con profusión en cartas y anuncios. La adquisición de nueva maquinaria por parte de una empresa suele anunciarse en la prensa: a principios de 1908 el periódico local *El Castellano* publica una nota sobre la celebración que el *Garaje Salmantino* organiza por haber dotado de maquinaria eléctrica su taller de carrocería: La nueva instalación «con corriente eléctrica suministrada por la Unión Salmantina *permite trabajar de día y de noche. La constituyen dos electro-motores poniendo uno de ellos en movimiento una máquina de aserrar y un torno, y el otro está aplicado a cinco máquinas de taladrar, cuatro fraguas y un motor de sistema modernísimo que permite la refrigeración automática*». Pero lo mismo hizo *Hijos de Mirat* en 1916 según nos cuenta *El Adelanto*.

Otro elemento que comparte esta empresa con otras industrias nacionales es la presencia de elementos identitarios, la expresión de la población donde se ubica o del escudo heráldico de dicha población. Aparte de ello hay un lenguaje visual característico de los distintos ramos comerciales e industriales<sup>27</sup>.

## ALGUNOS RECLAMOS PUBLICITARIOS

El comercio tradicional produce una gran cantidad de objetos y documentos con carácter promocional y propagandístico. Calendarios, almanaques, cromos, postales, tarjetas, litografías o grabados, que tienen la misión de dar a conocer el negocio o incrementar sus ventas y, junto a ello, distintos objetos con el nombre del negocio fabricados con un propósito similar: regalarlos a la clientela real o posible.

## CAJITAS PARA EL ALMIDÓN DE ÉPOCA ROMÁNTICA

En las últimas décadas del siglo XIX, la empresa *Mirat é Hijo* encarga unas cajas de hojalata para vender sus almidones, en las que se litografian varios motivos alusivos a la empresa y su relación con Salamanca. Creemos que la fecha aproximada del diseño es 1880, pues las medallas más modernas son las de la Exposición de París y la de La Coruña celebradas en 1878<sup>28</sup>.

MADRID, 1850

LONDRES, 1851

PARÍS, 1855

VIENA, 1873

FILADELFIA, 1876

LEÓN, 1876

PARÍS, 1878

LA CORUÑA, 1878



CAJAS DE LATA  
DE MIRAT É HIJO  
METALOGRAFIADAS.  
C. 1880

En el motivo principal, situado en la tapadera de la caja, puede verse una personificación de la ciudad, sentada a izquierda, sosteniendo el escudo de Salamanca. La alegoría lleva la cabeza torreada, indicando su condición de ciudad, y porta como otros atributos el caduceo del comercio, el cuerno de la abundancia y un áncora. Detrás, un humeante tren cruza el Puente Romano: en esa imagen parece resumirse la situación de la ciudad y de Mirat: en la unión

entre la antigüedad representada por el viejo puente y la reciente llegada del ferrocarril, acaecida en 1879.

A la derecha de estos motivos un barco de vela simboliza la internacionalidad de la empresa que en esa época importaba guano de ultramar. A la vista de este barco viene a la memoria el texto de Cividanes sobre Juan Casimiro Mirat: *la madre tierra necesita que acaricien su seno para que dé fruto, y sus hijos no sólo atienden a ello, sino que la nutren de alimento. ¿Cómo se las ingenian? Tienen que mantener constantemente el fuego sagrado y con pirita de cobre avivan sus llamas; viene de las soledades extremeñas la fosforita y de las costas del norte africanas, y ya tenemos el tónico que exige la tierra; si prefiere el nitrato, allá van los vapores, raudos, a las costas de Chile, donde brilla la estrella Cruz del Sur*<sup>29</sup>.

Destaca también el hecho de que toda la escena se encuentre enmarcada en un óvalo de extremos convexos que bien podría querer representar un grano de arroz o de trigo, productos con los que mercaba Mirat.

## BANDEJAS LITOGRAFIADAS DE ÉPOCA MODERNISTA

Precisamente será otra imagen aportada por la misma empresa la que nos traiga, unos cuarenta años después, otra imagen de la ciudad. Ahora la fecha, en torno a los años veinte del siglo pasado, viene determinada por dos factores: por un lado el nombre de la empresa en ese momento: *Hijos de Mirat*, firma desde 1908 y, por otro, el de la litográfica que fabrica el objeto y que aparece en él expresamente.

La pieza en cuestión es una pequeña bandeja ovalada de 305 x 230 mm, litografiada, donde puede verse una joven ataviada con traje de charra en primer plano y, detrás, una imagen de la ciudad, desde la orilla izquierda del Tormes.

Salamanca muestra sus galas monumentales e históricas: la Catedral y el Puente Romano y, en el centro, se dibuja la fábrica de curtidos de Miguel de Lis con su chimenea humeante. Los límites laterales de la imagen se apuntan desbordando la orla perimetral de la bandeja: tal



BANDEJA PUBLICITARIA  
METALOGRAFIADA  
DE HIJOS DE MIRAT (C. 1920)

como veíamos en 1880 vuelve a recordarnos la forma de un grano de arroz o de trigo.

Estamos ante un intento similar de conjuntar en una imagen la historia de Salamanca con su carácter industrial, representado por la fábrica de curtidos y la chimenea humeante, todo un símbolo universal de la industria. La imagen iconográficamente nos sitúa en un momento de exaltación regionalista, lo que explica la presencia de la joven vestida de charra, hecho que veremos en otras representaciones de la época. Mirat y Salamanca, Salamanca y Mirat. Esta vinculación es la idea publicitaria que se quiere poner de relieve en esta imagen.

En Badalona, como tantas otras empresas de Castilla y León, imprimirán su material promocional metálico *Hijos de Mirat* y Chocolates Enrique Prieto. Bandejas de regalo, carteles y calendarios de hojalata aparecen firmados por la litografía de *G. de Andreis*, durante la década de los veinte del siglo pasado<sup>30</sup>.

*G. de Andreis* fue una industria fundada por un italiano (Gottardo de Andreis) especializada en fabricar envases de lata, pero con un añadido diferencial: el uso de llamativos diseños que eran aplicados sobre el latón mediante la utilización de la técnica de la litografía. Estaba ubicada en Badalona, en un edificio construido en 1919 por el arquitecto Joan Amigó Barriga. Además de sus trabajos en el mundo de la publicidad trabajó profusamente para el ramo de la juguetería proporcionando hojalata en bruto y litografiada.

## CROMOS

La palabra «cromo» es una abreviación de cromolitografía, derivada de una palabra griega cuyo significado es color, y constituyó un paso más en la técnica conocida como litografía de la que ya se ha dicho algo. Se empezaron a distribuir estas cromolitografías para llamar la atención del cliente y estimular la compra de un producto. Iban dirigidas fundamentalmente al público infantil,



CROMO REGALADO CON LOS PRODUCTOS DE MIRAT É HIJO (C. 1880)



CROMO REGALADO CON LOS PRODUCTOS DE MIRAT É HIJO (FINALES DEL SIGLO XIX)

que recibía gratis ese regalo al comprar una marca determinada, con lo que veía recompensada su fidelidad a la misma. Como los motivos que se ofrecían en las cromolitografías iban variando, se empezaron a coleccionar las diferentes ilustraciones que componían cada serie.

Los cromos se podían adquirir comprando chocolate, dulces, concentrados para sopa, gaseosas u otros variados artículos, casi siempre productos alimenticios. También había colecciones que se compraban directamente en los quioscos. Asistimos hoy a una revitalización de este coleccionismo infantil y en todas las ciudades encontramos un lugar de intercambio dominical de cromos, que en Salamanca acaece en el parque de La Alamedilla.

Los cromos fueron un regalo muy común, sobre todo con ciertos productos. Parecen haber sido los chocolates los primeros en popularizar este tipo de regalo. Los encontramos en el XIX en chocolates Amatter, que junto a los de Jaime Boix y Junquera fueron los más conocidos en España. Y en Salamanca los hemos localizado en los productos de Enrique Prieto, *La Madrileña* de Segundo Gómez<sup>31</sup> y de Asensio Mancebo y Cía. También, curiosamente, se repartieron con algunos productos de *Mirat é Hijo*, a finales del siglo XIX<sup>32</sup>.

## CALENDARIOS Y ALMANAQUES

Otro tipo de regalo, de carácter anual, fueron los almanques. Los que se realizaron a lo largo del siglo XIX eran publicaciones que tenían como objetivo difundir información y ayudar con ello al entendimiento de la realidad ubicando al lector no sólo en un contexto nacional, sino tratando de entender que el conocimiento que llevaban estaba implícito en un contexto universal. En efecto, los almanques de Bailly-Baillièrre, de gran difusión a finales del siglo XIX y principios del XX traen artículos sobre varios museos europeos, escultura clásica griega, instrumentos musicales de todas partes del mundo, etc.

Consistían en ediciones ilustradas, acompañadas de publicidad, en los que se incluyeron temas de utilidad para los lectores. Las funciones de este tipo de pu-

blicaciones fueron, por una parte, ofrecer servicio al lector de información de interés general, y por otra proporcionar datos de bienes y servicios.

Manuel Vázquez Montalbán asegura que en Europa los almanaques contribuyeron a difundir el conocimiento: «*A veces ingenuos, a veces insinuantes, muchos de estos librillos son instrumentos de propaganda; bajo el pretexto de indicar la duración del día y las fases de la luna, llevaban hasta los más humildes lugares el pensamiento del siglo en su forma más sencilla*»<sup>33</sup>.

El más antiguo que he visto es uno de 1882, editado por un negocio valenciano, pero tengo la seguridad de que la tradición de estos libritos impresos remonta hasta el siglo XVI. En la evolución de los almanaques desde finales del siglo XIX parece existir un proceso de economización, de tal manera que pierde calidad en papel, encuadernación y contenido. El más antiguo que he manejado de Salamanca es uno de 1932, editado como regalo comercial por la *Joyería Santiago*, situada en la Plaza Mayor desde finales de los años veinte. En esta exposición se muestran algunos de S.A. Mirat del año 1944.

En realidad, da la impresión de que la política comercial de la empresa siempre fue muy proclive al anuncio de prensa y a la publicidad en general. Eso explica en parte la cantidad de calendarios que se conservan y eso también que no sea extraño encontrar todo tipo de publicidad de Mirat, como los cromos.

En diciembre de 1897 encontramos un temprano testimonio de que Mirat ya tiene la costumbre de regalar calendarios. Un agradecimiento inserto en *El Lábaro* por la propia dirección del periódico ilustra este hecho: «*Hemos recibido uno de los preciosos almanaques con que la casa*



ALMANAQUE REGALADO POR S. A. MIRAT A SUS CLIENTES (1944)



PORTACALENDARIO DE SANTA TERESA IMPRESO EN BÉRGAMO, ITALIA (1897)



PORTACALENDARIO DE 1939.  
DIBUJO DE SÁENZ DE TEJADA



CARTEL PUBLICITARIO  
(DÉCADA DE LOS TREINTA)

Mirat é hijo obsequia a sus amigos y favorecedores. Es un magnífico cromo con la imagen de Santa Teresa admirablemente sacada. Al mismo tiempo que agradecemos la atención al Sr. Mirat alabamos su buen gusto en la elección de modelos para sus calendarios anunciantes». Recordemos que *El Lábaro* era un diario de ideología católica. Curiosamente se conserva un calendario, editado en Italia, donde se reproduce la imagen de Santa Teresa. Se imprime en el *Istituto Italiano d'Arti Grafiche*, Bergamo, una de las más importantes casas de Italia, con reconocimiento internacional, que publicara libros y calendarios hasta convertirse, a finales del siglo XIX, en una de las más importantes imprentas europeas.

La santa aparece con pluma y libro y una paloma posada en la pluma. La palabra *Salamanca* se ha inscrito en la peana.

En la ejecución de los calendarios la empresa no escatimó en gastos y se nota un interés por elegir meticulosamente ilustradores e imprentas. Casas europeas de primera fila aparecen firmando la impresión y entre los ilustradores podemos citar a Sáenz de Tejada, tan popular en las ilustraciones de la Guerra Civil.

Dentro de la temática podemos distinguir entre los temas propios y los de catálogo, ofrecidos por los comerciales de las imprentas.

El tema agrario es preponderante, como no podía ser de otra manera, dado el producto estrella elaborado por Mirat. En ocasiones se eligen temas clásicos como *El Ángelus* de Millet, que encontramos en la década de los cuarenta o *La Vendimia* de Goya. Pero también otros más anónimos, como la segadora, los segadores holandeses, etc... destacando, al unir el tema agrario con Salamanca, la denominada «charra en campo de amapolas» elaborado en la década de los treinta.

Pero parece que los temas son escogidos al azar en la mayor parte de las ocasiones: un calendario troquelado de Mirat elige como tema los seguros. Quizás no se puso mucha atención en el



BARRIO DE MIRAT (1906)

MIENZA LA DEMOLICIÓN DE ESE COSO. LA CONSTRUCCIÓN DEL NUEVO BARRIO DURARÍA CUATRO AÑOS Y ESTABA CONSTITUIDO POR CUATRO MANZANAS CON UN HOTEL A LA CABEZA DE CADA UNA DE ELLAS, CON TERRAZA Y FACHADA AL PASEO DE LA CARRETERA DE VILLACASTÍN A VIGO DE CONSTRUCCIÓN SENCILLA, PERO SÓLIDA, CONJUNTO ESBELTO Y SEVERO, COMO CORRESPONDE A LA IDEA QUE INFORMÓ EL PROYECTO<sup>10</sup>.

FORMAN TODO EL BARRIO, CONCEBIDO PARA FUNCIONARIOS, LOS CUATRO HOTELES, TRES CASAS EN LA PLAZUELA DE LOS MÍNIMOS, CINCO EN LA PRIMERA CALLE, SEIS EN LA SEGUNDA, TRES EN LA TERCERA Y DOS EN LA CUARTA. EN TOTAL SE HABÍA CALCULADO QUE LO HABITARAN UNAS DOSCIENTAS PERSONAS.

## LA AVENIDA DE MIRAT

UN PROSPECTO DE 1896 HABLA DE QUE, ADEMÁS DE LA FÁBRICA EN EL ANTIGUO CONVENTO DE SAN JERÓNIMO, *MIRAT É HIJO* TIENEN ALMACÉN EN LA PLAZA DE TOROS VIEJA, EN LAS INMEDIACIONES DE LA PUERTA DE ZAMORA, DONDE HOY SE SITÚA LA PLAZA DE GABRIEL Y GALÁN. PRECISAMENTE ESTA ZONA, ENTONCES DE CIRCUNVALACIÓN, SE LLAMARÁ CON EL TIEMPO AVENIDA DE MIRAT, POR LOS HOTELITOS QUE CONSTRUIRÁ ALLÍ CASIMIRO MIRAT, APROVECHANDO LA PIEDRA DE LA ANTIGUA PLAZA DE TOROS.

A FINALES DE 1902 CO-



## LOS ABONOS

Como ya se ha comentado, desde mediados de siglo XIX la fábrica acudiría con sus productos a las exposiciones nacionales e internacionales. Consciente de la importancia de las novedades, Juan Casimiro recaba información en Europa, suscribiéndose a numerosas revistas extranjeras. Así fue cómo convino en la importancia de los abonos químicos.

En efecto, Mirat comienza a interesarse por los abonos artificiales y los guanos, siendo, al decir de la prensa, la primera casa de este género que se abriera en Castilla. Aunque continúa con la producción de pastas y almidones el nuevo producto comienza a acaparar el espacio publicitario de la empresa en la prensa escrita. Mirat vende abonos naturales (guanos) y químicos y se compromete a hacer los análisis de tierras necesarios para lograr la combinación fertilizante que requieran las tierras de su clientela.

La campaña publicitaria de los abonos se realiza en dos momentos del año, coincidiendo con las temporadas agrícolas de otoño y primavera. Los desplegables de finales del siglo XIX explican los tipos de abonos que mercan y que se dividen en tres secciones: una primera de abonos minerales y fosfatados (para maíz, avena, escanda o trigo de primavera). La segunda de abonos químicos y la tercera de abonos químicos a base de potasa (para patatas, remolacha o garbanzos). También venden abonos especiales y guanos. Para que el comprador los distinga se dispone en cada saco (de 46 kgr, es decir un quintal castellano) un sello de distinto color: sello de tinta verde para los abonos minerales, encarnada para los químicos completos y negra para los potásicos y especiales.

FÁBRICA DE ABONOS  
ELECTRIFICADA  
C. 1915

A principios del siglo xx *Mirat é Hijo* se anuncia como fábrica de abonos, almidones y pastas y almacén de garbanzos, sales, fosfatos minerales, y huesos y escorias Thomas, un subproducto de la siderurgia cuando el mineral de hierro tiene un alto contenido en fósforo, que se utiliza para abonos. Una glosa de la fábrica, escrita en 1906, nos describe la importancia que ha adquirido la firma comercial:



CON GUSTO INSERTARÍAMOS AQUÍ CIFRAS Y DATOS DE PRODUCCIÓN Y VENTA DE ALMIDONES Y PASTAS; DE LA DE GARBANZOS QUE SE ALMACENA Y DEL PERSONAL QUE SOSTIENE LA CASA Y LAS EDIFICACIONES QUE CONSTITUYEN LAS FÁBRICAS. AQUELLO ES UN PUEBLO, PERO UN PUEBLO GRANDE, CON CALLES, PLAZAS Y DIVERSOS APARTAMENTOS.

CUANDO LA SIRENA SEÑALA LA HORA DE SALIDA, INTERMINABLE CORDÓN DE HOMBRES, MUJERES Y MUCHACHOS DE AMBOS SEXOS BUSCAN LA SALIDA DE LA FÁBRICA.

EL PERSONAL QUE HACE EL SERVICIO DE NOCHE REEMPLAZA A LOS QUE CESAN, Y EL SILENCIO SE HACE EN TALLERES Y ALMACENES, Y EL SERENO RECORRE LOS LUGARES TODOS Y GUARDA EL SUEÑO DE LA FAMILIA MIRAT, VIGILANDO A LOS ENCARGADOS DE MANTENER VIVO EL FUEGO DE LOS HORNOS PARA LA OBTENCIÓN DEL ÁCIDO SULFÚRICO.

DE ESTE PRODUCTO QUÍMICO SE OBTIENEN DIARIAMENTE 7.000 KILOGRAMOS, CON LOS CUALES SE ELABORAN 14.000 DE SUPERFOSFATOS PARA OBTENER AL AÑO MÁS DE MIL VAGONES DE ABONOS, QUE LA CASA MIRAT VENDE EN CASTILLA Y EXTREMADURA.<sup>11</sup>

En 1907 el nombre de la empresa es, durante un breve espacio de tiempo, *Juan Casimiro Mirat*, pues lo encontramos así en impresos y carteles. Quizás se trata de un postrero homenaje a quien levantara aquel emporio industrial, pues Juan Casimiro Mirat Moreno muere al año siguiente, en agosto de 1908<sup>12</sup>. La firma comercial será a partir de entonces *Hijos de Mirat* durante veinticinco años.

Los hijos (Mirat Domínguez) a los que se refiere el nombre de la empresa son Casimiro, quien dirigía el almacén de garbanzos y la confección de almidones y pastas; Juan, el tesorero de la empresa Gregorio, el ingeniero, formado en Bélgica<sup>13</sup>, quien tiene a su cargo la dirección técnica de las industrias químicas, la elaboración de abonos, superfosfatos y ácido sulfúrico, y Manuel, que será el designado para reemplazar en el cargo a su padre. Es decir, que tomarán las riendas los hijos varones, dado que, además de ellos, don Juan Casimiro había tenido dos hijas: Ana y Aurelia.



ESTE MONTAJE FOTOGRÁFICO FUE UN REGALO DE LOS EMPLEADOS DE MIRAT HECHO EN 1920 A LA DIRECTIVA

### HIJOS DE MIRAT (1908-1933)

La empresa está firmemente arraigada en Salamanca. Don Juan Casimiro Mirat en 1897 forma parte de la junta directiva de la Plaza de Toros. Será también uno de los impulsores de una *Escuela de Agricultura en Salamanca*, aunque su idea fuera desechada por utópica (1895)<sup>14</sup>. Fue alcalde electo de Salamanca, además de concejal, vocal de juntas y patronatos. Participó activamente en la Cámara de Comercio, la Cámara Agrícola, la Liga de Productores y la Caja de Ahorros de Salamanca,

de la que había sido uno de los promotores. Y si Juan Casimiro había formado parte de las principales instituciones y órganos de decisión de la ciudad, su hijo Manuel Mirat Domínguez continuaría con dicha política y, entre 1910 y 1912, ocuparía, entre otros cargos, el de presidente de la Cámara de Comercio. También Gregorio, pero en el ámbito nacional, pues sería uno de los fundadores de la *Agrupación de Fabricantes de Superfosfatos* en 1912, institución que llegaría a presidir.

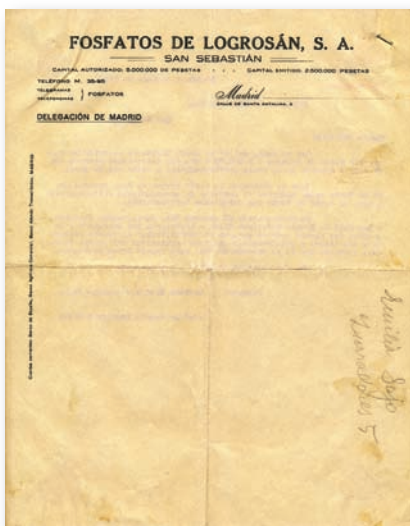
En las primeras décadas del siglo XX sigue el auge imparable de Mirat, a pesar de la creciente competencia con la que lucha, en toda España, en la zona oeste de la península. Continuará, por un lado, la expansión por las provincias limítrofes, fundamentalmente en Cáceres y, por otro, abrirá nuevas secciones comerciales que diversificarán enormemente la empresa. También se introducirán cambios sustanciales en la fábrica matriz. Electrificada y modernizada a comienzos de la segunda década del siglo XX, funcionará casi sin reformas hasta 1928. Un hecho a destacar es que en 1916 se consigue acercar un ramal de ferrocarril hasta un apeadero construido junto la fábrica, un logro importante para la llegada de materia prima y la salida de productos hacia los mercados<sup>15</sup>.

Un orla de la casa, regalo del «personal de oficinas y encargados de secciones a sus jefes, fechada en 1920<sup>16</sup>, nos informa de que en esa época Mirat contaba además de lo dicho hasta ahora con una sección de saquerío y cooperativa y otra de vaquería y explotaciones agrícolas, situadas en Salamanca. La distribución de los abonos creó una infraestructura en el entorno; la empresa tiene almacenes en Zamora y Ciudad Rodrigo, además de los ya citados en Extremadura.

## LA EXPANSIÓN POR EXTREMADURA

Al considerar la expansión empresarial, desde finales del siglo XIX, hacia Ávila, Valladolid, Zamora, Cáceres y Segovia, es importante destacar el desarrollo en las provincias extremeñas donde Mirat llegó a contar con un elenco de negocios de un peso similar al de Salamanca.

En 1915 se anuncia ya la apertura de la fábrica de Logrosán (Cáceres), dedicada a la explotación de fosfatos para la elaboración de abonos y situada «a cin-



CARTA COMERCIAL DE FOSFATOS DE LOGROSÁN FECHADA EN 1926

*cuenta metros de las bocas de las minas del rico fosfato de fama mundial, cuya exclusiva explotación tienen por diez años los industriales salmantinos»<sup>17</sup>.*

Dicha fábrica junto a la de Villanueva de la Serena (Badajoz) pertenecen a la firma *Fosfatos de Logrosán S.A.*, empresa con domicilio social en San Sebastián y de la que forma parte decisiva Mirat. Su origen está en las minas de aquella localidad cacereña que se venían explotando desde principios del siglo XIX. En 1916 están instaladas sedes de Mirat en Cáceres y Trujillo, dotadas de almacenes, cuadras y paneras.

Hasta la década de los treinta Trujillo fue la base fundamental de la empresa en Extremadura, no sólo por su situación en relación con las minas y fábricas sino por ubicarse en la importante vía de comunicación Cáceres-Madrid. Probablemente la sección dedicada al transporte de viajeros fuera una consecuencia de su auge y de las líneas establecidas enviar mercancías por carretera, fundamentalmente en Extremadura. La sección se desarrolló enormemente y, como en sus viajes los camiones transportaban indistintamente material y personas, ello dio lugar al establecimiento de una primera línea regular de viajeros que unía Cáceres y Madrid y, otras, en el entorno de Logrosán<sup>18</sup>.

Esta sección se denominó *Automóviles del Oeste S.A.*, una opción empresarial dentro del transporte de viajeros que vino a cubrir las necesidades que implicaba el auge de la empresa en Extremadura y en otras regiones. En efecto, las facturas a partir de los años veinte hablan de una sección *Automóviles del Oeste S.A.* que presenta, como curiosidad gráfica, un logotipo particular, con una w (oeste) en el interior de un escudo apuntado. Tiene su sede en Madrid, pero la casa central estará situada en la avenida de Mirat de Salamanca, 8<sup>19</sup>.

Poco a poco la Mirat extremeña se irá desentendiendo, no obstante, de los abonos. Y el peso específico de los nuevos negocios hará más conveniente centralizarlos en Cáceres. A principios de la década de los treinta hay un pequeño taller situado en la avenida de Cánovas donde se arreglan los autobuses carrozados por Moneo y aquellos, más rudimentarios, que acondicionan con lona y

madera los propios mecánicos de Mirat, a partir del chasis de antiguos camiones. Ése será el primitivo núcleo de la empresa en la capital cacereña.

Extremadura empezará a ser por esas fechas una parte de la empresa tan importante como la salmantina. Se conseguirá la distribución monopolista de Campsa, que se desarrollará allí como un negocio nuevo. Eso ocurrirá a finales de los cuarenta y después se desarrollará también en la provincia de Zamora, donde hubo así mismo regulares de viajeros dependientes de Mirat. Y, hacia 1953-1954, en Cáceres, la empresa adquirirá la concesión de Seat para vender sus vehículos. Contará con un taller propio a la entrada de la ciudad y varias tiendas en su casco urbano, así como otras delegaciones repartidas por la provincia, en Trujillo, Plasencia y Coria.

### LA SOCIEDAD ANÓNIMA MIRAT (1933- )

Un prospecto fechado en 1931 habla de la importación directa de nitrato de sosa y de cal, sulfato de amoníaco, sales potásicas y otras primeras materias. Se supone que es la importación del norte de África y de América, de donde llega el conocido Nitrato de Chile, cuyo famoso cartel fue pintado por Adolfo López-Durán Lozano, dice la leyenda que siendo aún estudiante de Arquitectura.

La empresa se convierte en sociedad anónima a principios de la década de los treinta. La firma comenzará a denominarse *S.A. Mirat* desde el 15 de mayo de 1933, aunque encontremos aún la denominación anterior de la empresa, *Hijos de Mirat*, en 1936, quizás por utilizar material impreso previamente al cambio.

La Segunda República y su fatal desenlace tienen también su repercusión en la empresa. Contamos con una descripción de la fábrica en 1936. Aunque la fuente –directa– se interesa exclusivamente por la cuestión social y la repercusión de las circunstancias históricas por las que atraviesa el personal trabajador de la fábrica, el texto no deja de ser un testimonio interesante para nuestros propósitos:

LA FÁBRICA DE MIRAT, DURANTE LOS POCOS AÑOS QUE ESPAÑA GOZÓ DE LAS LEYES, PROPIAS DE UN ESTADO DEMOCRÁTICO DE DERECHO, FUE UN HERVIDERO DE CONQUISTAS SO-



CARTEL PUBLICITARIO.  
CHAPA LITOGRAFIADA. C. 1920

APROXIMADAMENTE EL 80% DE LOS TRABAJADORES FIJOS, ESTABAN AFILIADOS A LA UGT, DE LOS EVENTUALES LA MAYORÍA ABSOLUTA NO PERTENECÍAN A SINDICATO ALGUNO, SOLAMENTE ALGUNO SE AFILIÓ A INSTANCIAS DE SUS COMPAÑEROS SINDICADOS. LA FÁBRICA ERA UN HERVIDERO DE REIVINDICACIONES, LO QUE MOTIVÓ UNA SERIE DE HUELGAS, CON LAS QUE CONSIGUIERON IMPORTANTES AVANCES EN SUS CONDICIONES DE TRABAJO. SOLAMENTE HUBO UNA HUELGA DE SOLIDARIDAD CON LOS MINEROS DE ASTURIAS EN OCTUBRE DE 1934, CON ESE MOTIVO SURGIÓ UN COMITÉ DE AYUDA A LOS ASTURIANOS, A LOS QUE EN ALGÚN CASO ACOGIERON EN SUS CASAS. NO OBSTANTE LA RELACIÓN CON LOS JEFES DE LA EMPRESA NO ERA MALA, AUNQUE HUBIERA A VECES

CIALES, EN AQUEL ENTONCES, TODOS LOS TRABAJOS NECESARIOS PARA LA FABRICACIÓN DEL SUPERFOSFATO DE CAL SE REALIZABAN A MANO, EN DICHA FÁBRICA TAMBIÉN SE OBTENÍA ÁCIDO SULFÚRICO A TRAVÉS DE LA TOSTACIÓN EN HORNOS, DE PIRITA DE HIERRO, EL ANHÍDRIDO SULFUROSO QUE SE DESPRENDÍA EN LA TOSTACIÓN, ERA ASPIRADO Y CONDUCTIVO A LAS CÁMARAS DE PLOMO, DONDE POR EL PROCESO DE OXIDACIÓN CON AGUA SE ALCANZABA EL ÁCIDO SULFÚRICO DE 40° BOMÉ. EL ÁCIDO SULFÚRICO MEZCLADO A FOSFATOS PROCEDENTES DE ARGELIA EN FOSAS DE DISGREGACIÓN, REACCIONABAN Y DABAN POR RESULTADO EL SUPERFOSFATO DE CAL CON EL 18% DE ÁCIDO FOSFÓRICO SOLUBLE AL AGUA Y AL CITRATO, EN POCAS PALABRAS ERA UN ABONO MINERAL, CONSEGUIDO QUÍMICAMENTE PARA FERTILIZAR LOS CAMPOS SALMANTINOS Y ZAMORANOS.

EN LA FÁBRICA TRABAJABAN EN PLENA TEMPORADA DE PRODUCCIÓN, SEISCIENTOS TRABAJADORES, UNOS DOSCIENTOS FIJOS Y EL RESTO EVENTUALES.

ALGÚN ENFRENTAMIENTO VERBAL, PERO SI ALGO TUVO LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA FUE UN DIÁLOGO ABIERTO CON SUS OBREROS. LA EMPRESA LA DIRIGÍAN LOS HERMANOS MIRAT, GREGORIO, JUAN Y MANUEL, SIENDO INGENIERO UN SOBRINO CARNAL HIJO DE SU HERMANA ANA, EL JOVEN INGENIERO JERÓNIMO ORTIZ DE URBINA.<sup>20</sup>

La empresa continúa en este periodo con las secciones ya establecidas en la década de los veinte. Es, no obstante, una época de crisis en la que el almidón se haría de nuevo fundamental para la supervivencia, pues se incrementaron sus ventas por su utilidad para los uniformes militares.

En los años siguientes la publicidad habla de secciones nuevas dedicadas a la fabricación de fertilizantes, y del auge que la empresa ha adquirido en las provincias limítrofes a Salamanca: líneas regulares de autobuses, añadiendo al grupo empresarial la filial *El Noroeste Zamorano S.A.*, con servicios por la provincia de Zamora (Avda. de la Feria 33)<sup>21</sup>. Estaciones de venta de carburantes, transporte de gasóleos y gasolinas, concesionario de ventas de Pegaso y más tarde de SEAT, talleres de reparación de vehículos y venta de maquinaria agrícola.

Es entonces cuando se hace con la *Metalúrgica del Tormes*, con la misma intención con que se abrieron otras anteriormente, como la de textil y saquerío: ser lo más autárquica posible. La *Metalúrgica del Tormes* tiene su origen en una fundición situada en la Calzada de Medina, fundada en 1917. Entonces se denominaba talleres Pérez Conesa. Se convertirá en *Metalúrgica del Tormes* en 1923 y, más tarde, al ser controlada por Mirat, que entraría a formar parte de su accionariado a partir de 1945, trasladaría sus instalaciones junto a la fábrica<sup>22</sup>.

En los años cincuenta parece que la empresa ha llegado a su máxima expansión en lo que respecta a su oferta de productos y servicios: «*fábrica de ácidos, superfosfatos, almidones, féculas, saquerío, transportes de viajeros y mercancías y ta-*



DISCO FUNDIDO CON IMAGEN IDENTITARIA DE METALÚRGICA DEL TORMES

lles de reparaciones en Cáceres», expone en sus impresos comerciales. También los anuncios, desde finales de los años cuarenta, hablan de la fabricación de colas<sup>23</sup>.

## DE LA DÉCADA DE LOS SESENTA AL MOMENTO ACTUAL

Un anuncio de 1960, publicado en el programa oficial de las ferias y fiestas de Septiembre, describe la situación empresarial de Mirat en la ciudad dividida en tres grandes secciones: las fábricas de ácidos, superfosfatos, abonos, almidones, féculas, sacos y arpilleras, es decir, el núcleo tradicional de Mirat, situado donde siempre, en la plaza de la Justicia 1. Y, junto a las fábricas, la fundición de la empresa, *Metalúrgica del Tormes, S.A.* En Calzada de Medina 2 se sitúa entonces la tercera parte importante del complejo fabril: el almacén que bajo el nombre de *Almacenes Generales de Depósito Tormes*, admite todo tipo de mercancías pues dispone de aparcadero de ferrocarril propio.

Bien es cierto que será en la década de los sesenta, con el desarrollo de los abonos complejos, cuando surge la marca *Forterra*, que muchos salmantinos recordarán por sus equipos de fútbol. *Forterra* marca un antes y un después en el desarrollo moderno de la empresa. También en cuanto a diseño gráfico en sus impresos publicitarios encontraremos diferencias que parecen marcar un cambio no sabemos si extrapolable a la forma de entender y dirigir la empresa.

Más tarde, a partir de finales de la década de los setenta, S.A. Mirat experimentará una reorganización. Será en Extremadura donde pierda antes activos. En Cáceres, aunque se mantiene la gasolinera de Campsa, se cierran los concesionarios de SEAT y se clausuran varias líneas de autobuses, los cuales ya no contarán con cocheras propias sino que pasarán a engrosar la estación de autobuses. El peso específico de la empresa basculará hacia Castilla y León, donde se abrirán nuevos negocios.

En Salamanca cerrará en los ochenta la *Metalúrgica del Tormes*. Se derribaron las naves que albergaban esta sección para construir el polígono, aunque la *Metalúrgica del Tormes* sigue existiendo como firma comercial desvinculada de sus orígenes de fundición.



# PRESENTACIÓN

El nombre de la empresa Mirat está muy vinculado a Salamanca. Para algunos de sus vecinos tiene un significado especial, pues es la fábrica en la que han trabajado familiares o conocidos pero, para la mayoría de nosotros, Mirat se ha hecho patente por su publicidad. No es sólo que encontremos sus anuncios en todo tipo de soportes mediáticos sino que su abundante *merchandising* la ha mantenido presente en nuestra vida diaria.

El título de esta exposición atiende a la primera prueba que hemos recogido de la publicidad de la empresa: la utilización, para esos fines, de los trofeos conseguidos en la *Exposición de la Industria española* celebrada en Madrid en 1850. A buen seguro que existieron anuncios previos, pero no han llegado hasta nosotros.

*S.A. Mirat*, la fábrica más longeva de Salamanca, ha sido siempre una sociedad familiar a pesar de su talla empresarial. Desde muy temprano comenzó a desarrollarse y a codearse en el mercado nacional convirtiéndose, a principios del siglo xx, en un referente industrial en la zona oeste de España. La aportación de la empresa a la historia de nuestra ciudad, intuyéndose su importancia, está aún por investigar. Es ésta una tarea que esperamos que alguien se apreste a realizar en un futuro no muy lejano, pues la trayectoria fabril, tras doscientos años de vigencia, bien lo merece.

Esta exposición no hubiera sido posible sin la colaboración de la empresa S.A. Mirat. Es justo citar aquí, en el capítulo de agradecimientos, a Juan Antonio Ortiz de Urbina Vicente, Jesús Mirat Celdrán, José Ignacio García Gómez, Ángel Martín Castilla, Javier Sánchez y, especialmente, a Javier Castilla, a cuyo celo se debe la conservación de la mayor parte de los objetos y documentos de la empresa que ahora presentamos al público.



## CAPÍTULO 1

# HISTORIA DE UNA EMPRESA BICENTENARIA

### LOS ORÍGENES

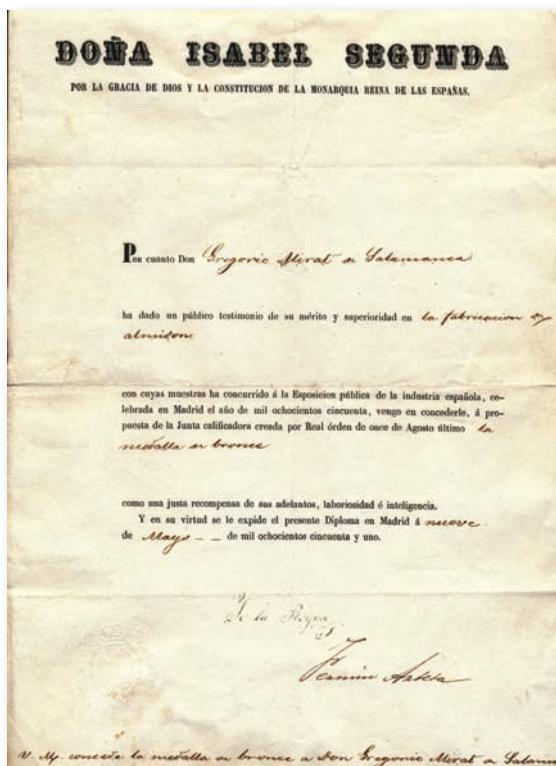
La llegada del apellido Mirat a Salamanca navega entre la historia y la leyenda<sup>1</sup>. A principios del siglo XX se menciona, sin que tengamos una constatación fidedigna, un primer Mirat, militar, que se afincaría en la ciudad cien años antes *«huyendo de los sucesos que acaecen en Francia»*.

Parece cierto que la familia era oriunda de Limoges, pero, hasta donde llega la historia de la empresa, se encuentra la figura de Gregorio Mirat Tejedor y tiene su primera sede en la calle de Caldereros. Hablamos de una pequeña fábrica de extracción de almidón de trigo<sup>2</sup> que se vende luego como materia prima para la elaboración de otros productos.

Gregorio Mirat Tejedor casó con María Moreno hacia 1840 y tuvo al menos cuatro hijos: Juan Casimiro, Amalia, Exaltación y Sabina. El único hijo varón, Juan Casimiro, tan determinante en el desarrollo de la empresa, nacería en Salamanca el 4 de marzo de 1841.

En 1853<sup>3</sup> don Gregorio asocia en el negocio a su hijo, que cuenta unos doce años de edad y, algún tiempo después, la fábrica pasará a llamarse *Mirat é Hijo*. Por aquel entonces su proyección económica sigue siendo muy humilde: tiene un solo operario contratado y trabaja únicamente los cuatro meses de verano elaborando almidón de trigo del que produce entre siete mil y ocho mil kg de un producto tan útil para repostería, droguería y farmacia.

No es *Mirat é Hijo* la única fábrica de almidones que hay abierta en la ciudad. Está la de Miguel Peláez, situada en la calle del Ochavo 4, que participa



CERTIFICADO DE LA CONCESIÓN DE LA MEDALLA DE BRONCE DE LA EXPOSICIÓN DE MADRID DE 1857

con éxito en varias ferias y exposiciones nacionales e internacionales de mediados del siglo XIX. Miguel Peláez se presenta –que sepamos– en las ferias internacionales de París de 1850 y de 1855. También en la Agrícola de 1857 (Madrid)<sup>4</sup> y en la *Exposición Castellana de Agricultura, Ganadería, Industria y Bellas Artes*, celebrada en Valladolid en 1859, donde consigue una medalla de plata. Esta fábrica, situada originariamente en la calle Azafranal, se trasladará a las inmediaciones de la Plaza Mayor en 1860.

También hay otras, por aquel entonces, que fabrican pasta comestible, un producto que incorporará Mirat en la década de los ochenta. Está la de Acedo, situada en la calle Asadería 11 en la década de los sesenta. Y aún podemos citar alguna más: la regentada por Antonio Franco y ubicada en la plazuela del Peso *donde tenía la fábrica de chocolate José Sánchez*, según se anuncia en la prensa de la época. Ahora producirá al alimón chocolate, almidón de trigo y pasta comestible. Y la de Silvestre Gómez,

quien pone a la venta, a finales de esa década, otra fábrica de fideos que estaba situada en la calle de San Justo 14.

### JUAN CASIMIRO MIRAT (1841-1908)

Don Gregorio comprendió pronto la importancia de los conocimientos científicos para el desarrollo de la empresa. Cumplidos los veinte años, enviará a Juan Casimiro a Francia para que se empapara de los adelantos técnicos del momento. Lo primero que hizo a su regreso fue acondicionar la fábrica para poder producir todo el año. Lo cuenta *El Lábaro* en un suplemento sobre la industria charra, publicado en 1906: *A su regreso de Francia montó por fuerza animal varios aparatos para la obtención de sus almidones, construyó una pequeña estufa*

para secarlos en los meses de invierno y pudo ya trabajar todos los meses del año<sup>5</sup>.

El esfuerzo de Juan Casimiro pronto se haría notar, pues en 1876, González Domingo podía decir: *tres fábricas de almidón hay en la Capital, las tres muy bien montadas; pero sobre todo la del Sr. Mirat, que exporta el género en grande cantidad para dentro y fuera de la Península*<sup>6</sup>.

En la década de los ochenta *Mirat é Hijo* introducirá el vapor como fuerza motriz y así aparece reflejado en la cabecera del papel impreso de la empresa en esas fechas. Fue una de las primeras fábricas salmantinas en incorporar el vapor a su maquinaria.

A principios de esa misma década, quizás en 1881, parece datarse la introducción en las dependencias fabriles de la maquinaria necesaria para poder hacer también almidón de arroz, tan importante para el planchado de la ropa<sup>7</sup>, dado que con «*un cuarterón disuelto en dos cuartillos de agua fría, se planchan doce camisolas con hermoso brillo y tersura*». Según esa misma publicidad, aparecida en *El Lábaro*, es en este momento cuando se decide a hacer pasta y, un poco después, incorpora al negocio el almacén de garbanzos: «*el más grande de cuantos en Castilla pudiera haber*».

Los almidones se venden a «granell» y tamizados, en cajas, paquetes y sacos de varias cantidades (arrobas). Se habla por esas fechas, sin que sepamos exactamente en qué consistieran, de varios tipos de empaquetados con denominación de origen: «*empaquetado español*» (paquetes de 16, 8, 4 onzas) «*empaquetado a la inglesa*»: (elegantes cajas de 16 onzas) y «*empaquetado americano: bonitas cajas de 8 onzas*».

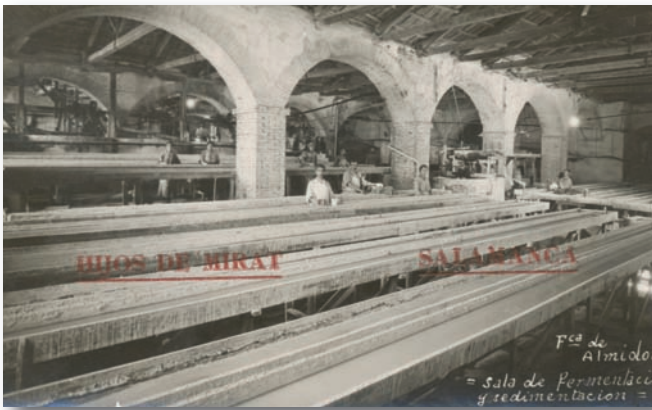
## LA FÁBRICA DEL CONVENTO DE SAN JERÓNIMO

En el suplemento publicado por *El Lábaro* en 1906 se describe la evolución de la fábrica hasta principios del siglo xx. Se data el traslado cerca del Tormes, al antiguo *convento de San Jerónimo*, en 1875 ó 1876.

La historia y descripción de este lugar es abordada escuetamente, en 1901,



RETRATO DE D. JUAN CASIMIRO  
MIRAT HACIA 1906



POSTAL CON IMAGEN DE LA FÁBRICA. LA SECUENCIA DE ARCOS PERTENECE AL ANTIGUO CONVENTO (C. 1925)

por Juan Antonio Vicente Bajo, quien nos cuenta que *en 1490 D. Jerónimo Valdés, natural de Zamora, hermano del obispo de Salamanca, en agradecimiento al beneficio que recibió de la santísima Virgen de salir ileso en una batalla, le dedicó este monasterio, dándole el nombre de Nuestra Señora de la Victoria. El edificio fue varias veces restaurado y era uno de los principales de Salamanca.*

*El templo, parecido al de Santo Domingo; el claustro, al del Arzobispo. La fachada, resentida la antigua, la reedificó y le dio nuevas formas de campanario el arquitecto D. Jerónimo Quiñones en 1778. Estaba tan asegurada su fábrica, que para derribarla precisaron socavar los cimientos, ponerles tizones de madera y darles fuego»<sup>8</sup>.*

La relación de Mirat con esa zona ribereña es, en cualquier caso, anterior y data, por lo menos, de principios de los años sesenta<sup>9</sup>. La documentación manejada nos permite conocer su interés en captar agua del río para mover la maquinaria de la industria. Y, también, que hubo alguna queja de los bañistas que se acercaban a la Aceña del Vado por las incomodidades que causaba la fábrica.

A principios de los ochenta el complejo fabril se describe de la siguiente manera: *el edificio, de colosales dimensiones, y tiene montadas dos magníficas máquinas de vapor, y los mejores aparatos hasta hoy conocidos, con hermosos departamentos y buenos talleres. A continuación de la fábrica sigue una gran huerta con una barriada de casas, ocupadas por los obreros de la casa, que no bajan de setenta de ambos sexos.* Los residuos de la producción se utilizan para cebar cerdos en las propias huertas del establecimiento.

La gran fábrica ha despegado. Apoyada en los conocimientos asimilados por Juan Casimiro la producción de almidón se dispara. También la sección de almacén, donde se montó un sistema de clasificación mecánica del garbanzo, llegó a exportar ya entonces más de un millón de kg al año.



**TURISMOde  
SALAMANCA**



**Cámara**  
Salamanca

**MIRAT**

