



ULTIMA GÖTA



EXPOSICIÓ

PALAU ROBERT
6 OCTUBRE 2011
29 GENER 2012

PUBLICITAT ACATALUNYA 1857-1957 ROLDÓS I ELS PIONERS

PUBLICIDAD
EN CATALUÑA
1857-1957
ROLDÓS Y
LOS PIONEROS

ADVERTISING
IN CATALONIA
1857-1957
ROLDÓS AND
THE PIONEERS

entre d' anuncis de Roldós y Cia. s' atmeten anuncis per aquest diari y per la resta d' Espanya, Ultramar y estranger. Gràcies per l' anunciant.

tonorreas (purgacions).— Bolos anti-blenni jics del Hospital de Sant Joan de Deu; es ney mes agradable pera curarlas en pochs.

traspás de tenda y liquidació per Vila o Encants.=D' acort ab lo propietari, los dueños de la magnifica tenda de quincallería desatje del Relotje, escoltarán proposicions tra l' traspás ab gèneros ó sens ells: de q à

**PUBLICITAT
ACATALUNYA
1857-1957
ROLDÓS
IELS PIONERS**

ORGANIZACIÓ

GENERALITAT DE CATALUNYA

Departament de la Presidència
Director general d'Atenció Ciutadana i Difusió
Ignasi Genovés i Avellana

UNIVERSITAT RAMON LLULL

Facultat de Comunicació Blanquerna
Grup de Recerca en Estratègia
i Creativitat Publicitàries

EXPOSICIÓ

COMISSARIS

Carolina Serra
Cristina Martorell
Isabel Solanas
Joan Sabaté

DIRECCIÓ

Carme Cañadell

COORDINACIÓ

Santi Rífa

DISSENY GRÀFIC

Artofmany

DISSENY D'ESPAI

AloyMas

PRODUCCIÓ I MUNTATGE

Grop, exposicions i museografia sl.

REPRODUCCIONS FOTOGRAFÍQUES

Fons família Roldós
Arxiu Fotogràfic de Barcelona
Arxiu Municipal Contemporani de Barcelona
Archivo General de la Universidad de Navarra
Biblioteca de Catalunya
Biblioteca del Pavelló de la República-CRAI
(Universitat de Barcelona)
Lahistoriadelpublicidad.com

TRADUCCIONS

Discobole, sl

AGRAÏMENTS

Roldós, S.A., Marc Puig, Enric Casas,
Raquel Gibert, Ester Franquesa,
Jordi Fortuny, La Vanguardia, ABC,
A la premsa d'aquell dia,
Archivo General de la Universidad de Navarra,
Cambre de Comerç, Indústria
i Navegació de Barcelona,
Carme Barbarà, Família Aymà,
Julián Bravo, Mario Herreros,
Josep Lluís Micó, Marcial Clotet,
Codorniu, Nestlé, Damm i Seat.

AMB LA COL·LABORACIÓ DE

HP

Ajuntament de Barcelona

PRESENTACIÓ

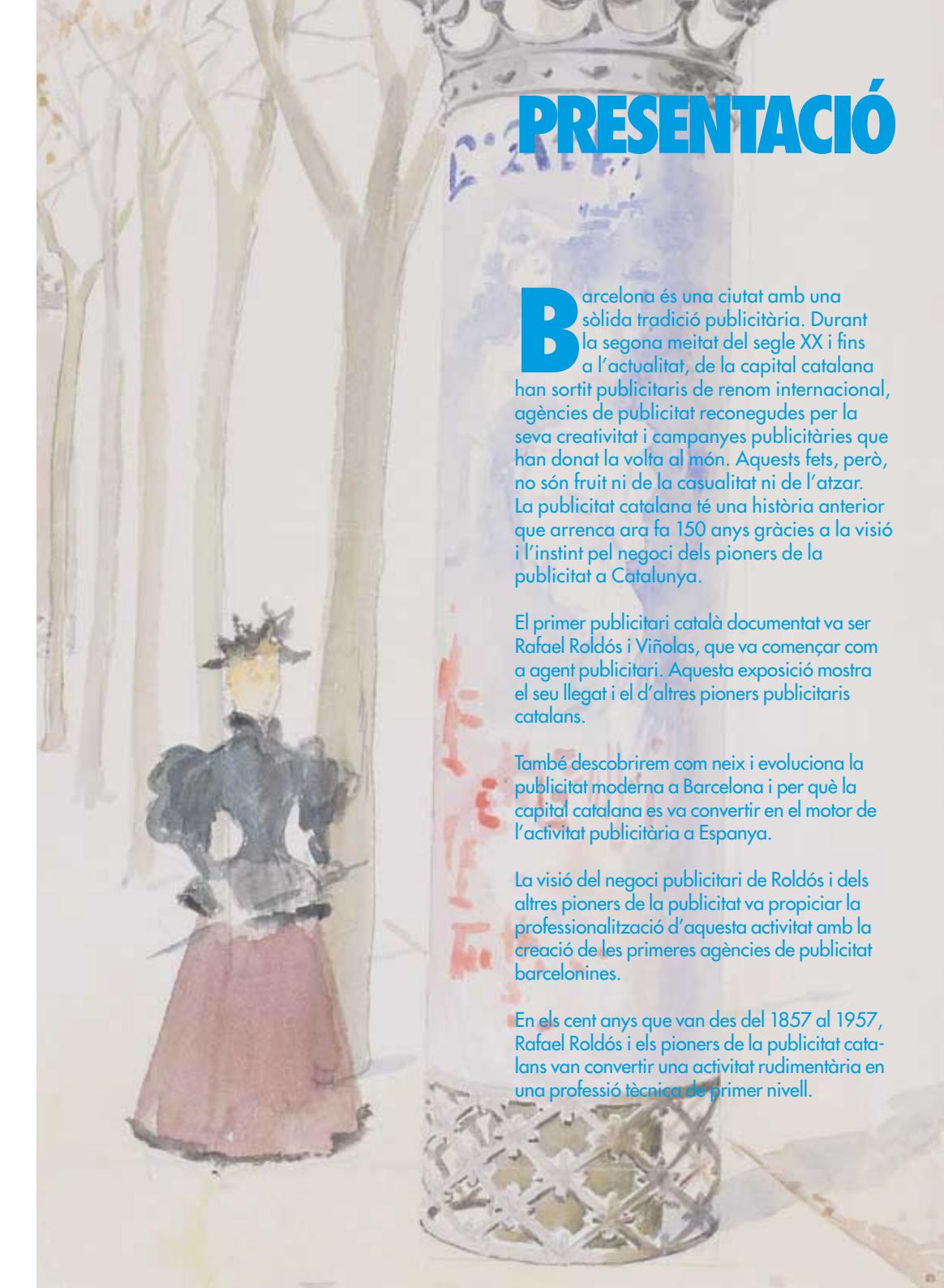
Barcelona és una ciutat amb una sòlida tradició publicitària. Durant la segona meitat del segle XX i fins a l'actualitat, de la capital catalana han sortit publicitaris de renom internacional, agències de publicitat reconegudes per la seva creativitat i campanyes publicitàries que han donat la volta al món. Aquests fets, però, no són fruit ni de la casualitat ni de l'atzar. La publicitat catalana té una història anterior que arreca ara fa 150 anys gràcies a la visió i l'instint pel negoci dels pioners de la publicitat a Catalunya.

El primer publicitari català documentat va ser Rafael Roldós i Viñolas, que va començar com a agent publicitari. Aquesta exposició mostra el seu llegat i el d'altres pioners publicitaris catalans.

També descobrirem com neix i evoluciona la publicitat moderna a Barcelona i per què la capital catalana es va convertir en el motor de l'activitat publicitària a Espanya.

La visió del negoci publicitari de Roldós i dels altres pioners de la publicitat va propiciar la professionalització d'aquesta activitat amb la creació de les primeres agències de publicitat barcelonines.

En els cent anys que van des del 1857 al 1957, Rafael Roldós i els pioners de la publicitat catalans van convertir una activitat rudimentària en una professió tècnica de primer nivell.





ROLDÓS I ELS PIONERS

Rafael Roldós i Viñolas (1846-1918) va néixer a Barcelona, al carrer Argenteria, 2. El seu pare era sabater i possiblement la seva mare estava relacionada amb el món de la impremta. Va començar a treballar com a corredor d'anunci per el *Diari de Barcelona*. Després d'adquirir experiència en un món publicitari que tot just naixia, el 1872, va fundar el centre d'anunci Roldós y Compañía, primera agència de publicitat de l'Estat espanyol que va dedicar-se exclusivament a oferir serveis publicitaris.

A més de la seva activitat publicitària, Roldós va ser un membre destacat de la burgesia barcelonina i va participar en diversos projectes de la ciutat. La seva visió pionera i intel·ligent de la publicitat el portaren a emprendre altres negocis, com la creació de la Sociedad de Artistas Españoles, dedicada a la reproducció i venda d'oleografies, gravats i obres d'art i a la fundació del diari *Las Noticias*, una de les capçaleres més populars de finals del segle XIX.

Del seu matrimoni amb Ruperta Gómez, va tenir quatre fills: Emilio, Rafael, Ruperto i María.

Rafael Roldós és el primer agent publicitari documentat del nostre país

La trajectòria de l'agència de publicitat fundada per Rafael Roldós, i dirigida pels seus fills Rafael i Ruperto des del 1918, és el millor exemple de l'activitat publicitària catalana durant més de cent anys.

Actualment, Roldós, S.A. és una de les agències de publicitat més antigues del món en actiu.

Pere Prat Gaballí, Rafael Bori, José Gardó, Joan Aubeyzon i Malcolm Thomson són alguns dels noms dels pioners publicitaris més rellevants que han ajudat en la tecnificació de la professió publicitària a Catalunya. Des de principis del segle XX, les seves aportacions acadèmiques, el seu compromís amb la professió i la seva vocació divulgativa han assentat els fonaments de la indústria publicitària.

02



03



02. Retrat del pioner publicitari Pere Prat Gaballí a la portada de la revista *La Propaganda*, l'any 1920.
Font: lahistoriadelpublicidad.com

03. Retrat del pioner publicitari Rafael Bori a la portada de la revista *La Propaganda*, l'any 1920.
Font: lahistoriadelpublicidad.com

04. Joan Aubeyzon inicià la seva trajectòria en el negoci publicitari a publicitari Colubí, fundada per Josep Maria de Colubí i de Viala.
Font: lahistoriadelpublicidad.com

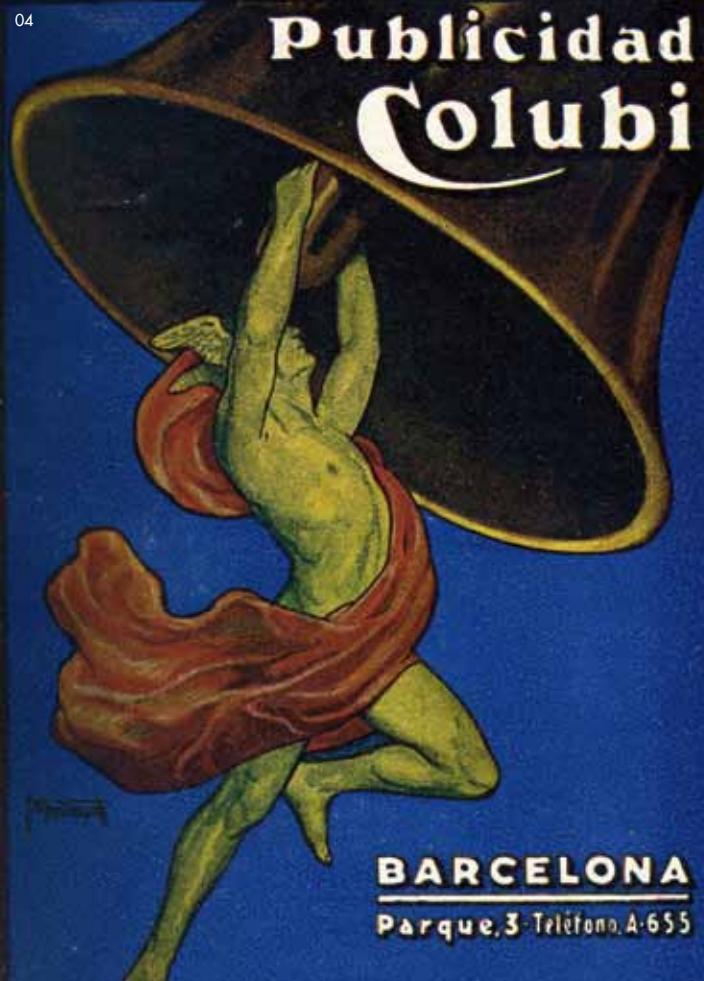
05. Retrat del pioner publicitari Joan Aubeyzon Llopis.
Font: Família Aymà

06. Retrat de José Gardó, autor de diverses obres de temàtica publicitària.
Font: lahistoriadelpublicidad.com

07. Pere Prat Gaballí fundà l'agència de publicitat Fama i una revista tècnica que duia el mateix nom.
Font: lahistoriadelpublicidad.com

08. Fotografia del publicitari Malcolm Thomson, un cop retrat, a Dosrius.
Font: Julián Bravo

04



05



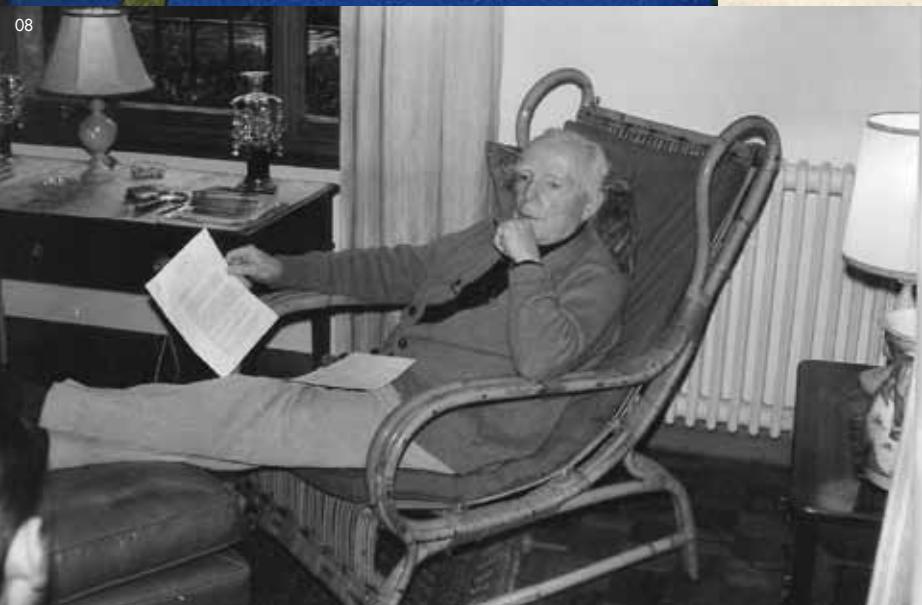
06



07



08





MARCA DEPOSITADA

POMADA PRODIGIOSA

para hacer nacer el cabello y la barba
Los excelentes resultados que está dando
son la mejor recomendación, y lo que ha exi-
gido á los señores VEGA HERMANOS poner
sucursales en el extranjero, situadas en

LISBOA: Rua Augusta, 188.

PARÍS: Rue Taitbout, 24.

ESPAÑA | MADRID: Desengaño, 26, 1.^o
BARCELONA: Asalto, 61, 1.^o, 1.^o

Se hacen contratos y se vende en tarros á
15, 25 y 30 pesetas uno,

DUREZAS ♦ CALLOS ♦ DUREZAS ♦ CALLOS ♦ DUREZAS

DUREZAS | CALLOS | DUREZAS | CALLOS | DUREZAS

DUREZAS | CALLOS | DUREZAS | CALLOS | DUREZAS

CALLOS ♦ CALLOS ♦ CALLOS ♦ CALLOS

SE CURAN Á LOS 4, 5 ó 6 DÍAS

según la naturaleza del que usa el

CÀLLICIDA ESCRIVÀ

ES INOFENSIVO, NO ES CORROSIVO, ES INCOLORO

APLICACIÓN SENCILLÍSIMA

FRASCO 6 REALES

Calle de Fernando VII, número 7

FARMACIA DE LA ESTRELLA. - BARCELONA

CALLOS ♦ CALLOS ♦ CALLOS ♦ CALLOS

DUREZAS | CALLOS | DUREZAS | CALLOS | DUREZAS

DUREZAS | CALLOS | DUREZAS | CALLOS | DUREZAS

DUREZAS ♦ CALLOS ♦ DUREZAS ♦ CALLOS ♦ DUREZAS

SELLERIAS DE BARCELONA



Plaza de la Boqueria y Liceo

10, 11, 12.
Anuncis publicats a La Vanguardia l'any 1888.
Font: La Vanguardia

13. Barcelona l'any 1874, fotografiada per Joan Martí.
Font: Arxiu Fotogràfic de Barcelona

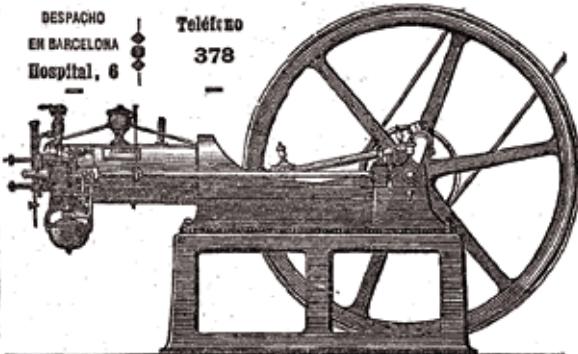
12

MIGUEL ESCUDER

Barceloneta, calle de S. Fernando, n.º 54

DESPACHO
EN BARCELONA
Hospital, 6

Teléfono
378



Fabricante de motores movidos por el gas, desde medio á 12 caballos de fuerza, con real privilegio y premiados con medalla de oro.—Máquinas especiales para hacer tapones de corcho, con real privilegio por sus magníficos adelantos.—Bombas especiales y toda clase de maquinaria, aplicado a todos los ramos de la industria.—Máquinas para coser de los sistemas mas perfeccionados, premiadas con medalla de oro, y varios diplomas de progreso.—Máquinas de precisión para talleres de carpinterías, de las más adelantadas.—Ascensores de varios sistemas, aplicado á todos los ramos de la industria.

GRAN REBAJA DE PRECIOS



14. Portada del diari *Las Noticias*, fundat per Rafael Roldós l'any 1896.
Font: A la premsa d'aquell dia

15. Façana del centre d'anunci Roldós y Compañía, ubicat al número 37 de la Rambla del Centre.
Font: Arxiu familiar

16. Portada del *Diari Català* l'any 1880.
Font: Biblioteca de Catalunya

17. Anunci autopromocional de Roldós y Compañía, publicat al *Diari de Barcelona* l'any 1881.
Font: Arxiu de Revistes Catalanes Antigues

18. Urinaris públics de Barcelona amb publicitat del paper de fumar Zig-Zag col·locada a l'exterior.
Autor: Frederic Ballèl.
Font: Arxiu Fotogràfic de Barcelona



CENTRO DE ANUNCIOS

PARA TODOS LOS PERIÓDICOS

DE BARCELONA, MADRID Y DEMÁS PROVINCIAS DE ESPAÑA,
ULTRAMAR Y EXTRANJERO.

ROLDÓS Y COMP.^A

Es conveniente a los señores anunciantes que, ántes de empezar a publicar sus anuncios, consulten sobre los mismos con el Director de este CENTRO, al objeto de indicarles el modo de obtener mejores resultados en la publicación de sus artículos.

Los anuncios de las provincias de España, Ultramar y Extranjero, no se pagan sin prévia presentación de los justificantes. Este CENTRO se encarga gratuitamente de traducir los anuncios que se han de insertar en los periódicos extranjeros. Entre los varios sistemas de anunciar que en esta antigua y acreditada casa se proporcionan, son: Tranvías de Barcelona á Gracia, Barceloneta y Pueblo Nuevo.— De Barcelona á Sans, y de Circunvalacion.— Tranvías de Valencia y de Valencia al Grao.— En Bilbao; en los de Bilbao á las Arenas.— Para el telón de boca del Teatro Romea y del Teatro Español, y cuantos medios de anunciar hay conocidos.— También se encarga este CENTRO de fijar carteles, repartir prospectos, circulares, etc., etc.

La combinación de anuncios que este CENTRO proporciona, hace que los señores anunciantes encuentren una economía de un 50 por ciento en los precios de los anuncios.

Los anuncios para todos los periódicos de Barcelona, se reciben desde las 8 de la mañana á las 10 de la noche, excepto los días festivos.

DESPACHO:

Calle de Aglás, núm. 9, bajos, y Escudellers, 41.

BARCELONA.





1901
1929

La premsa i la publicitat exterior són les dues grans àrees on es desenvolupa l'activitat publicitària. L'aparició de noves capçaleres afavoreix el desenvolupament de la professió publicitària, perquè els diaris obtenen part dels seus ingressos de la venda d'espais publicitaris.

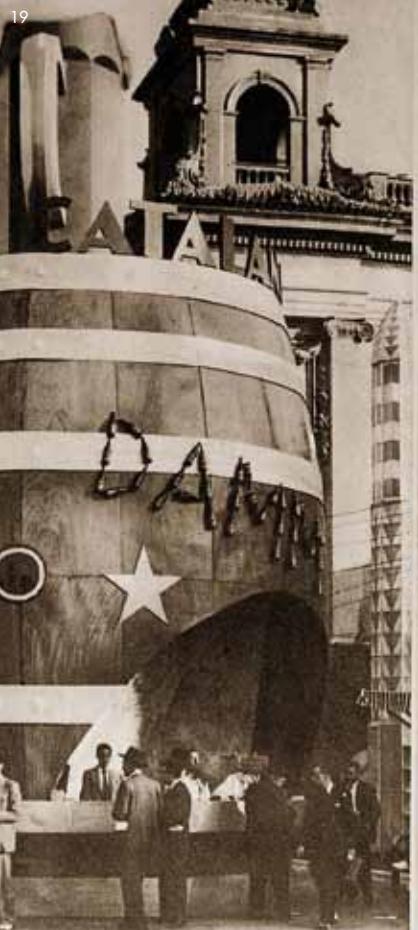
Els mercats són locals i els detallistes esdevenen els principals anunciant. L'escassa cultura de marca fa que els fabricants confiïn en els intermediaris per a vendre els seus productes, a excepció d'un petit grup de marques que comencen a operar a tot el territori espanyol, com ara les catalanes Anís del Mono i Codorniu.

Els concursos de cartells publicitaris adquereixen molta importància durant el primer terç del segle XX. La publicitat catalana inicia el seu camí cap a la consolidació: el nombre d'agències augmenta i neixen les anomenades "agències tècniques", totalment centrades en les necessitats dels anunciant.

La publicitat es tecnifica i, per primer cop, s'incorpora al món acadèmic

Acabada la Primera Guerra Mundial comencen els "feliços anys vint", un període de creixement econòmic mundial sense precedents que afavoreix l'activitat comercial i la publicitat. La projecció que representa per a Barcelona l'Exposició Internacional del 1929 suposa una excel·lent oportunitat per als fabricants locals, que donen a conèixer els seus productes i marques als mercats internacionals.

L'aparició de la ràdio i la seva ràpida popularització altera el panorama dels mitjans publicitaris de l'època i es converteix en un nou i eficaç suport per a difondre els missatges comercials.



19. Estand de l'empresa Damm a l'Exposició Internacional de Barcelona de 1929.
Font: Grup Damm

20. Cartell de Francesc de Cidó, guanyador del tercer premi del concurs de cartells de Codorniu de 1898.
Font: Codorniu

21. Façana de la seu de l'agència de publicitat Roldós y Compañía i del diari *Las Noticias*.
Font: Arxiu familiar.

22. Caravana publicitària de Nestlé al Turó Park de Barcelona, l'any 1927.
Font: Nestlé

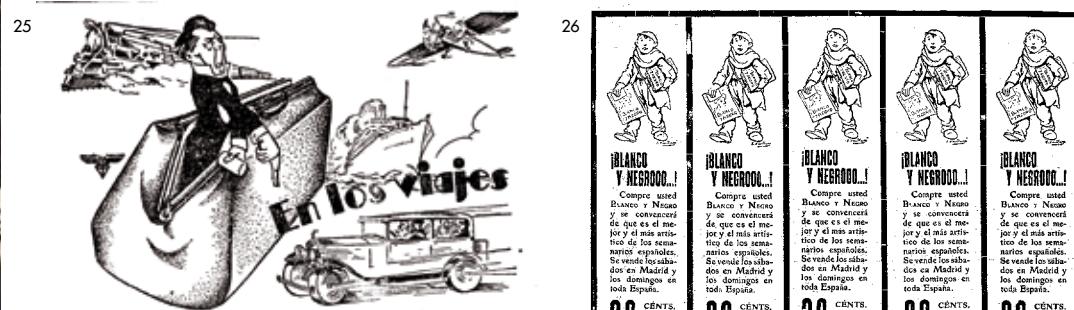
23. Fotografia de les instal·lacions de l'agència Roldós y Compañía.
Font: Arxiu familiar

24. Centenars de barcelonins congregats davant la façana de *Las Noticias* (Les Rambles) per consultar els resultats esportius de la jornada.
Font: Arxiu familiar



25. Anunci de Cerebrino Mandri realitzat per Roldós-Tiroleses.
Font: *La Vanguardia*

26. Anuncis publicats al diari ABC l'any 1909.
Font: ABC



**SI LOS NERVIOS SON LOCOS
SEA USTED CUERDO**

Un dolor en vías duras más que en casa. Sea prudente y prevenga la contingencia.

CEREBRINO MANDRI

Combate toda suerte de dolores nerviosos con éxito absoluto.

CEREBRINO Métodos con solo doloroso.
MANDRI Lívolo usted en la noche. Es inofensivo.



Treballadors



LAS NOTICIAS

ORGAN DEL COMITE DE CATALUNYA DE LA U. G. T.

1930 1957

L'any 1933, la publicitat s'incorpora al món acadèmic i educatiu. Les incipient associacions professionals es consoliden durant aquest període, tot i que la seva activitat es redueix notablement a causa de la Guerra Civil i la seva posterior integració en els sindicats verticals, controlats pel règim franquista.

La dècada de 1940, el país es troba immers en una gris postguerra. La política autàrquica del règim marca un període d'escassetat que s'agreuja, acabada la Segona Guerra Mundial, amb l'aïllament internacional d'Espanya. La repressió política dels primers anys del franquisme fa desaparèixer el català de la vida pública, dels mitjans de comunicació i de la publicitat.

L'aparició de nous formats publicitaris canvia de nou la fisonomia de la publicitat

A principis dels anys 50, el tractat de cooperació amb els Estats Units i els plans d'estabilització del nou govern tecnòcrata impulsen considerablement la malmena economia del país. De mica en mica, la societat espanyola comença a mostrar trets propis d'una societat de consum. El consumidor comença a adquirir protagonisme a mesura que el seu poder adquisitiu deixa de ser precari.

Les empreses treuen al mercat nous productes i utilitzen la publicitat per comunicar les novetats que aporten. L'activitat publicitària torna a créixer, i la creativitat es veu molt afavorida.

L'any 1956, Televisión Española inicia les primeres emissions periòdiques. El nou mitjà s'introdueix a les llars compartint protagonisme amb la ràdio. Apareixen noves agències i nous formats publicitaris que tornen a canviar la fisonomia de la publicitat. Es tanca, així, el temps dels pioners.

27. Cartell del diari *Las Noticias*, confiscat com a òrgan del Comitè de Catalunya de la UGT.
Font: Biblioteca del Pavelló de la República-CRAI (Universitat de Barcelona)

28
Cada dia una carcajada
Cada dia POTAX



POTAX
EL CUBITO DE CALDO DE CARNE



28. Campanya realitzada per Roldós, S.A. durant els anys 40.
Font: Arxiu familiar

29. Cartell que il·lustra les directrius del règim franquista durant el període d'autarquia, elaborat per l'agència Fama.
Font: Biblioteca del Pavelló de la República-CRAI (Universitat de Barcelona)

30. Anunci per a la marca de bijuteria Gasol.
Font: Arxiu familiar

31. L'emblematic SEAT 600 es convertí en tot un símbol de llibertat després d'una llarga postguerra.
(Plaça Francesc Macià)
Font: Seat

32. Esbós d'un anunci realitzat per Roldós, S.A.
Font: Arxiu familiar

PIES DE FOTO

01. Retrato de Rafael Roldós i Viñolas. Fuente: Archivo familiar / 02. Retrato del publicitario pionero Pere Prat Gaballí en la portada de la revista *La Propaganda*, en 1920. Fuente: [lahistoriadelpublicidad.com](#) / 03. Retrato del publicitario pionero Rafael Bori en la portada de la revista *La Propaganda*, en 1920. Fuente: [lahistoriadelpublicidad.com](#) / 04. Joan Aubeyzon inició su trayectoria publicitaria en Publicidad Colubi, fundada por Josep Maria de Colubi i de Viala. Fuente: [lahistoriadelpublicidad.com](#) / 05. Retrato del publicitario pionero Joan Aubeyzon Llopis. Fuente: Familia Aymà / 06. Retrato de José Gardó, autor de varias obras de temática publicitaria. Fuente: [lahistoriadelpublicidad.com](#) / 07. Pere Prat Gaballí fundó la agencia de publicidad Fama y una revista técnica que llevaba el mismo nombre. Fuente: [lahistoriadelpublicidad.com](#) /

08. Fotografía del publicitario Malcolm Thomson, una vez jubilado, en Dosrius. Fuente: Julián Bravo / 09. Anuncios clasificados publicados en *La Vanguardia* en 1889. Fuente: *La Vanguardia* / 10, 11, 12. Anuncios publicados en *La Vanguardia* en 1888. Fuente: *La Vanguardia* / 13. Barcelona en 1874, fotografiada por Joan Martí. Fuente: Arxiu Fotogràfic de Barcelona / 14. Portada del diario *Las Noticias*, fundado por Rafael Roldós en 1896. Fuente: En la prensa de aquel día / 15. Fachada del centro de anuncios Roldós y Compañía, ubicada en el número 37 de la Rambla del Centre. Fuente: Archivo familiar / 16. Portada del *Diari Català* en 1880. Fuente: Biblioteca de Catalunya / 17. Anuncio autopromocional de Roldós y Compañía, publicado en el *Diari de Barcelona* en 1881. Fuente: Arxiu de Revistes Catalanes Antigues / 18. Urinarios públicos de Barcelona con publicidad

del papel de fumar Zig-Zag colocado en el exterior. Autor: Frederic Ballell. Fuente: Arxiu Fotogràfic de Barcelona / 19. Estand de la empresa Damm en la Exposición Internacional de Barcelona de 1929. Fuente: Grup Damm / 20. Cartel de Francesc de Cidon, ganador del tercer premio del concurso de carteles de Codorniu de 1898. Fuente: Codorniu / 21. Fachada de la sede de la agencia de publicidad Roldós y Compañía y del diario *Las Noticias*. Fuente: Archivo familiar / 22. Caravana publicitaria de Nestlé en el Turó Park de Barcelona, en 1927. Fuente: Nestlé / 23. Fotografía de las instalaciones de la agencia Roldós y Compañía. Fuente: Archivo familiar / 24. Centenares de barceloneses congregados ante la fachada de *Las Noticias* para consultar los resultados deportivos de la jornada. Fuente: Archivo familiar / 25. Anuncio de Cerebrino Mandri realizado por Roldós-Tiroleses. Fuente: *La Vanguardia* / 26. Anuncios publicados en el diario ABC en 1909. Fuente: ABC / 27. Cartel del diario *Las Noticias*, confiscado como órgano del Comité de Cataluña de la UGT. Fuente: Biblioteca del Pavelló de la República-CRAI (Universitat de Barcelona) / 28. Campaña realizada por Roldós, S.A. durante la década de 1940. Fuente: Archivo familiar / 29. Cartel que ilustra las directrices del régimen franquista durante el periodo de autarquía, elaborado por la agencia Fama. Fuente: Biblioteca del Pavelló de la República-CRAI (Universitat de Barcelona) / 30. Anuncio para la marca de bisutería Gasol. Fuente: Archivo familiar / 31. El emblemático SEAT 600 se convirtió en todo un símbolo de libertad después de una larga posguerra. Fuente: SEAT / 32. Esbozo de un anuncio realizado por Roldós, S.A. Fuente: Archivo familiar /

CAPTION

01. Portrait of Rafael Roldós i Viñolas. Source: Family archive / 02. Portrait of the advertising pioneer Pere Prat Gaballí on the front cover of the journal *La Propaganda* in 1920. Source: [lahistoriadelpublicidad.com](#) / 03. Portrait of the advertising pioneer Rafael Bori on the front cover of the journal *La Propaganda* in 1920. Source: [lahistoriadelpublicidad.com](#) / 04. Joan Aubeyzon began his advertising career in Publicidad Colubi, founded by Josep Maria de Colubi i de Viala. Source: [lahistoriadelpublicidad.com](#) / 05. Portrait of the pioneering advertiser Joan Aubeyzon Llopis. Source: Aymà family / 06. Portrait of José Gardó, the author of several works on the subject of advertising. Source: [lahistoriadelpublicidad.com](#) / 07. Pere Prat Gaballí founded the advertising agency Fama and a technical journal of the same name. Source: [lahistoriadelpublicidad.com](#) / 08.

Photograph of the advertiser Malcolm Thomson, after his retirement, in Dosrius. Source: Julián Bravo / 09. Classified ads published in the newspaper *La Vanguardia* in 1889. Source: *La Vanguardia* / 10, 11, 12. Advertisement published in *La Vanguardia* in 1888. Source: *La Vanguardia* / 13. Photo of Barcelona in 1874, taken by Joan Martí. Source: Arxiu Fotogràfic de Barcelona / 14. Front cover of the newspaper *Diari Català* in 1880. Source: Biblioteca de Catalunya / 17. Self-promotional advertisement for Roldós y Compañía, published in the newspaper *Diari de Barcelona* in 1881. Source: Arxiu de Revistes Catalanes Antigues / 18. Public toilets in Barcelona, with

Zig-Zag cigarette paper advertising posted on the outside. Author: Frederic Ballell. Source: Arxiu Fotogràfic de Barcelona / 19. Damm company stand at the 1929 Barcelona International Exposition. Source: Grup Damm / 20. Poster by Francesc de Cidon, winner of the third prize in the 1898 Codorniu poster contest. Source: Codorniu / 21. Façade of the head office of the advertising agency Roldós y Compañía and the newspaper *Las Noticias*. Source: Family archive / 22. Nestlé advertising caravan in Barcelona's Turó Park in 1927. Source: Nestlé / 23. Photo of facilities at the agency Roldós y Compañía. Source: Family archive / 24. Hundred of Barcelona people congregating in front of the façade of the newspaper *Las Noticias* to check the day's sports results. Source: Family archive / 25. Advertisement for Cerebrino Mandri by Roldós-Tiroleses. Source: *La Vanguardia* / 26.

Advertisements published in the newspaper ABC in 1909. Source: ABC / 27. Poster of the newspaper *Las Noticias*, confiscated as an organ of the Catalan Committee of the trade union UGT. Source: Biblioteca del Pavelló de la República-CRAI (Universitat de Barcelona) / 28. Campaign by Roldós, S.A. in the 1940s. Source: Family archive / 29. Poster illustrating the directives of the Francoist regime during the period of autarky, by the agency Fama. Source: Biblioteca del Pavelló de la República-CRAI (Universitat de Barcelona) / 30. Advertisement for the costume jewellery brand Gasol. Source: Family archive / 31. The emblematic car SEAT 600 became a veritable symbol of freedom after a long post-war period. Source: SEAT / 32. Sketch of an advertisement by Roldós, S.A. Source: Family archive

PUBLICIDAD EN CATALUÑA 1857-1957 ROLDÓS Y LOS PIONEROS

ADVERTISING IN CATALUNA 1857-1957 ROLDÓS AND THE PIONEERS

PRESENTACIÓN

Barcelona es una ciudad con una sólida tradición publicitaria. Durante la segunda mitad del siglo XX y hasta la actualidad, de la capital catalana han salido publicitarios de fama internacional, agencias reconocidas por su creatividad y campañas que han dado la vuelta al mundo. Sin embargo, estos hechos no son fruto ni de la casualidad ni del azar. La publicidad catalana tiene una historia anterior que arranca hace ya 150 años, gracias a la visión y al instinto del negocio de los pioneros en Cataluña.

El primer publicitario catalán documentado fue Rafael Roldós i Viñolas, que empezó como agente publicitario. Esta exposición muestra su legado y el de otros pioneros catalanes.

También descubriremos cómo nació y evolucionó la publicidad moderna en Barcelona y por qué la capital catalana se convirtió en el motor de la actividad publicitaria en España.

La visión del negocio publicitario de Roldós y de los demás pioneros propició la profesionalización de esta actividad con la creación de las primeras agencias de publicidad barcelonesas.

Entre 1857 y 1957 Rafael Roldós y los pioneros catalanes de la publicidad convirtieron una actividad rudimentaria en una profesión técnica de primer nivel.

INTRODUCTION

Barcelona is a city that has a robust tradition of advertising. Since the mid-20th century, Catalonia's capital city has produced internationally renowned advertising gurus, advertising agencies famous for their creativity and advertising campaigns that have featured across the globe. None of this has happened by accident or chance, though. Catalan advertising has an earlier history, which originated 150 years ago thanks to the business vision and acumen of the pioneers of advertising in Catalonia.

The first documented advertising guru was Rafael Roldós i Viñolas, who started off as an advertising agent. This exhibition shows the legacy that he and other pioneering Catalan advertising gurus left behind.

We will also discover how modern advertising emerged and evolved in Barcelona, and why Catalonia's capital city became the powerhouse of advertising in Spain.

The advertising business vision of Roldós and other advertising pioneers led to the professionalisation of the industry, with the creation of the first Barcelona-based advertising agencies.

Over the hundred years between 1857 and 1957, Rafael Roldós and the Catalan pioneers of advertising transformed a rudimentary activity into a top-notch technical profession.

RAFAEL ROLDÓS

RAFAEL ROLDÓS

Rafael Roldós i Viñolas (1846-1918) nació en Barcelona, en la calle Argenteria, 2. Su padre era zapatero y posiblemente su madre estaba relacionada con el mundo de la imprenta. Empezó a trabajar como corredor de anuncios para el *Diari de Barcelona*. Habiendo adquirido experiencia en un mundo publicitario que justo empezaba a nacer, en 1872 fundó en el centro de anuncios Roldós y Compañía, primera agencia de publicidad de España dedicada exclusivamente a ofrecer servicios publicitarios.

Además de su actividad publicitaria, Roldós fue un miembro destacado de la burguesía barcelonesa y participó en varios proyectos de la ciudad. Su visión pionera e inteligente de la publicidad lo llevó a emprender otros negocios, como la creación de la Sociedad de Artistas Españoles, dedicada a la reproducción y venta de oleografías, grabados y obras de arte, así como la fundación del diario *Las Noticias*, una de las cabeceras más populares de finales del siglo XIX.

De su matrimonio con Rupertía Gómez nacieron cuatro hijos: Emilio, Rafael, Rupert y María.

La trayectoria de la agencia de publicidad fundada por Rafael Roldós, y dirigida por sus hijos Rafael y Rupert desde 1918, es el mejor ejemplo de la actividad publicitaria catalana durante más de cien años.

Actualmente, Roldós, S.A. es una de las agencias de publicidad en activo más antiguas del mundo.

Pere Prat Gaballí, Rafael Bori, José Gardó, Joan Aubeyzon y Malcolm Thomson son algunos de los nombres de los publicitarios pioneros más destacados que han ayudado a tecnificar la profesión en Cataluña. Desde principios del siglo XX, sus aportaciones académicas, su compromiso con la profesión y su vocación divulgativa han asentado los fundamentos de la industria publicitaria.

1857 1900

Rafael Roldós i Viñolas (1846-1918) was born in calle Argenteria 2, Barcelona. His father was a shoemaker and his mother may have been involved in the printing sector. He started working as an advertisement broker for the newspaper *Diari de Barcelona*. After gaining experience in the world of advertising, which at that time was in its infancy, in 1872 he founded the Roldós y Compañía advertising centre, the first advertising agency in Spain that exclusively offered advertising services.

Besides his advertising work, Roldós was also an outstanding member of the Barcelona bourgeoisie and took part in several of the city's projects. His pioneering, intelligent vision of advertising led him to start up other businesses, such as the creation of the Sociedad de Artistas Españoles – dedicated to reproducing and selling oleographs, engravings and artworks – and the foundation of *Las Noticias*, one of the most popular newspapers in the late 19th century.

He and his wife Rupertía Gómez had four children: Emilio, Rafael, Rupert and María.

The trajectory of the advertising agency founded by Rafael Roldós – and managed by his sons Rafael and Rupert from 1918 – is the best example of Catalan advertising as a business in this 100-year period.

Today, Roldós, S.A. is one of the world's oldest advertising agencies still in operation.

Pere Prat Gaballí, Rafael Bori, José Gardó, Joan Aubeyzon and Malcolm Thomson are the names of just some of the most outstanding advertising pioneers that helped to professionalise advertising in Catalonia. From the early 20th century, their scholarly contributions, their commitment to the profession and their vocation for communication laid the foundations of the advertising industry.

1857 1900

In the context of Catalonia's industrial and textile revolution in the 19th century and of the approval of the Plan Cerdà to expand the city of Barcelona (1859), most members of the Catalan bourgeoisie moved into the new, vibrant centre of Barcelona: the Eixample. This modern bourgeoisie fostered the proliferation of the businesses and investments in the city. Businesses started up, the supply of products increased and competition was fomented.

In cities, the presence of advertising was already considerable. Posters, awnings, shop windows and, above all, newspapers and magazines were transformed into advertising media.

Advertising agents like Roldós acted as intermediaries between advertisers and the media, and their business model was based on selling space in the press for a commission. Later on, they changed the direction of the business and attended to advertisers' needs by offering them new services such as copy writing. This shift in terms of what agents did was the stepping stone towards the figure of the modern advertising agent. Rather than working for the press, they worked for the advertisers. Despite that, however, advertising was still very elementary and technologically limited. Copy was very basic and illustrations were practically non-existent.

1901 1929

La prensa y la publicidad exterior constituyen las dos grandes áreas en las que se desarrolla la actividad publicitaria. La aparición de nuevas cabeceras favorece el desarrollo de la profesión, porque los diarios obtienen parte de sus ingresos con la venta de espacios publicitarios.

Los mercados son locales y los detallistas se convierten en los principales anunciantes. Debido a la escasa cultura de marca, los fabricantes confían en los intermediarios para vender sus productos, a excepción de un pequeño grupo de marcas que empiezan a operar en todo el territorio español, como las catalanas Anís del Mono y Codorniu.

Advertising poster competitions became very important in the first third of the 20th century. Catalan advertising was on the path towards consolidation: the number of agencies increased and 'technical agencies' emerged, which focused solely on advertisers' needs.

Terminada la Primera Guerra Mundial empiezan los "felices años veinte", período de crecimiento económico mundial sin precedentes que favorece la actividad comercial y la publicidad. La proyección que representa para Barcelona la Exposición Internacional de 1929 supone una excelente oportunidad para los fabricantes locales, que dan a conocer sus productos y marcas a los mercados internacionales.

The advent of radio and its rapid take-up changed the advertising media scene at that time, and it became a new and effective medium for broadcasting commercial messages.

La aparición de la radio y su rápida popularización altera el panorama de los medios publicitarios de la época y esta se convierte en un soporte nuevo y eficaz para difundir los mensajes comerciales.

1901 1929

The press and outdoor advertising were two of the major areas in which advertising developed. The advent of new dailies fostered the development of the advertising profession, because newspapers obtained some of their revenue from sales of advertising space.

Markets were local and retailers became the main advertisers. The minimal culture of branding meant that manufacturers placed their trust in their intermediaries to sell their products, with the exception of a small group of brands that began to operate across Spain, such as the Catalan brands Anís del Mono and Codorniu.

Advertising poster competitions became very important in the first third of the 20th century. Catalan advertising was on the path towards consolidation: the number of agencies increased and 'technical agencies' emerged, which focused solely on advertisers' needs.

After World War I came the Roaring Twenties, a time of unprecedented global economic growth that was good for trade and advertising. The projection that Barcelona had as a consequence of the 1929 International Exposition was a great opportunity for local manufacturers to place their products and brands in international markets.

The advent of radio and its rapid take-up changed the advertising media scene at that time, and it became a new and effective medium for broadcasting commercial messages.

La aparición de la radio y su rápida popularización altera el panorama de los medios publicitarios de la época y esta se convierte en un soporte nuevo y eficaz para difundir los mensajes comerciales.

1930 1957

En 1933, la publicidad se incorpora al mundo académico y educativo. Las incipientes asociaciones profesionales se consolidan durante este período, aunque su actividad se reduce notablemente debido a la Guerra Civil y su posterior integración en sindicatos verticales controlados por el régimen franquista.

En la década de 1940, el país se encuentra inmerso en una guerra posguerra. La política autárquica del régimen marca un período de escasez que se agrava, terminada la Segunda Guerra Mundial, con el aislamiento internacional de España. La represión política de los primeros años del franquismo hace desaparecer el catalán de la vida pública, los medios de comunicación y la publicidad.

A principios de los años 50, el Tratado de Cooperación con Estados Unidos y los planes de estabilización del nuevo gobierno tecnocrático impulsan considerablemente la deteriorada economía del país. Progresivamente, en España se empiezan a dar características propias de una sociedad de consumo. El consumidor empieza a ganar protagonismo a medida que su poder adquisitivo deja de ser precario.

Las empresas sacan al mercado nuevos productos y utilizan la publicidad para mostrar las novedades que estos aportan. La actividad publicitaria vuelve a crecer y la creatividad se ve muy favorecida.

En 1956, Spanish Television launched its first regular broadcasts. The new medium was introduced into homes and, along with radio, took pride of place. New agencies and new formats emerged, which once again changed the shape of advertising. The time of the pioneers had thus reached its culmination.

1930 1957

In 1933, advertising was incorporated into academia and the sphere of education. Incipient professional associations were consolidated during this period, although their levels of activity dropped off considerably due to the Spanish Civil War and their subsequent integration into vertical syndicates controlled by the Francoist regime.

In the 1940s, the country sunk into post-war gloom. The regime's autarkic policies ushered in a period of shortages, which was aggravated by Spain's international isolation after World War II. The political repression of the early years of Francoism meant that the Catalan language disappeared from public life, from the media and from advertising.

In the early 1950s, the cooperation treaty with the United States and the stabilisation plans of the new technocratic government provided the country's lagging economy with a considerable kick-start. Slowly but surely, Spanish society began to show a glimmer of the signs inherent to consumer societies. Consumers began to take the reins as their buying power became more stable.

Companies launched new products and used advertising to let people know about the new features they offered. Advertising started to grow again, and creativity benefited greatly as a result.

In 1956, Spanish Television launched its first regular broadcasts. The new medium was introduced into homes and, along with radio, took pride of place. New agencies and new formats emerged, which once again changed the shape of advertising. The time of the pioneers had thus reached its culmination.

Palau Robert

Centre d'Informació
de Catalunya

Passeig de Gràcia, 107
08008 Barcelona
Tel. 93 238 80 91
Fax 93 238 40 10
www.gencat.cat/palaurobert



www.gencat.cat

Establiment: 0,39c, Costmin: 0,087c
Tarifació per segons, IVA INCLÒS

**Horari**

De dilluns a dissabte,
de 10 a 19h

Diumenges i festius,
de 10 a 14:30h

Com arribar-hi
Metro: línies 3 i 5
estació Diagonal

FGC: línies 6 i 7
estació Provença

Autobusos:
6, 7, 15, 16, 17,
22, 24, 28, 33 i 34



Facultat de Comunicació Blanquerna
Universitat Ramon Llull



Ajuntament
de Barcelona



**Generalitat
de Catalunya**