

# Mirat S.A. 160 años de publicidad fabril

*Una exposición temporal en el Museo del Comercio y la Industria de Salamanca*

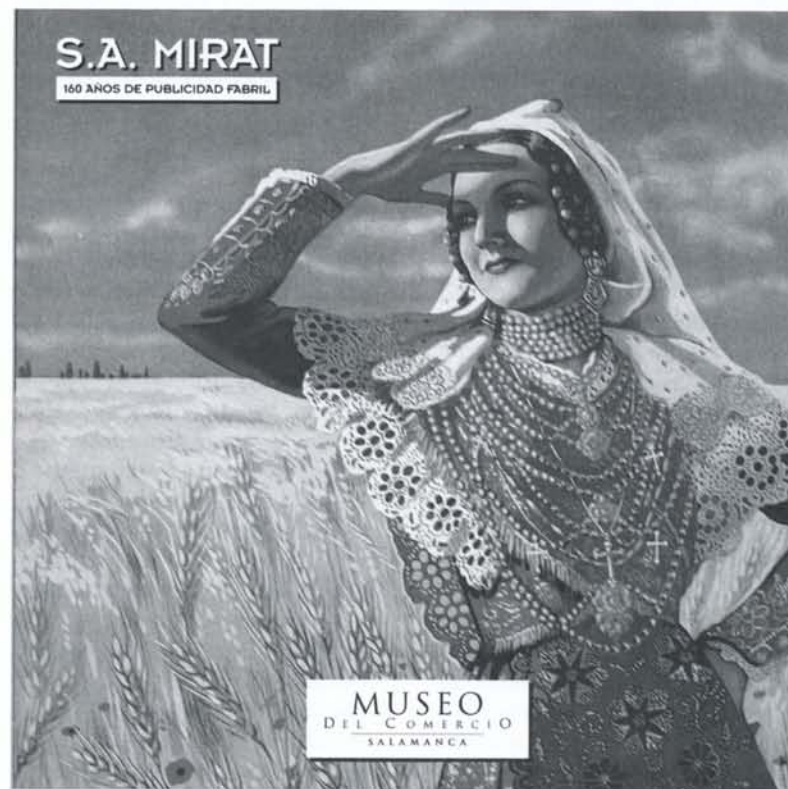
MIGUEL GARCÍA-FIGUEROLA

Director del Museo del Comercio y la Industria de Salamanca

El Museo del Comercio y la Industria de Salamanca programó, durante el último trimestre de 2010, una exposición dedicada a Mirat S.A., la empresa fabril más conocida y posiblemente la más longeva de las industrias salmantinas. Concebida con la intención de mostrar el discurrir histórico de la citada fábrica, la muestra se centró en la evolución de su publicidad durante los últimos 160 años.

Esta empresa surge en la primera mitad del siglo XIX dedicada a la elaboración de almidones y pastas. Con toda probabilidad, a mediados de esa centuria, la familia Mirat se encuentra ya en la élite de la sociedad salmantina y la proyección de su fábrica, ubicada ahora junto al Tormes, en un antiguo convento desamortizado que fundara la orden de los jerónimos, es patente. Pronto comenzará su dedicación al mundo de los abonos, cuya producción mantiene hasta la actualidad, aunque Mirat se haya diversificado enormemente a lo largo de los años.

En una fecha aún difícil de precisar la empresa pasará a denominarse *Mirat é Hijo*, pues don Gregorio asocia en el negocio a su hijo Juan Casimiro, quien le dará el impulso definitivo antes del cambio de siglo. A su muerte, en 1908, los negocios pasarán a sus hijos varones y la nueva



Catálogo de la exposición. La portada muestra un cartel publicitario de la fábrica fechado en la década de los treinta. / ARCHIVO

firma, *Mirat e Hijos*, subsistirá hasta 1933 en que se convierte en Sociedad Anónima.

Mirat tuvo fábricas, minas, almacenes, talleres de automóviles, líneas de viajeros y fue concesionaria de varios productos que la convertirían en un referente empresarial en la zona oeste de la península. Aunque los salmantinos consideren esta firma

netamente provincial, su sección extremeña, fundamentalmente la que se levantara en la provincia de Cáceres, pudo ser tan importante como la meseteña durante gran parte del siglo XX.

La exposición pretendió realizar un repaso por la historia de esta empresa a través de la publicidad generada. La muestra organizada por el Museo del

Comercio recogía más de ciento treinta objetos y documentos relacionados con este tema: cartelería, calendarios, fotografías, impresos comerciales y objetos de reclamo litografiados o fabricados para anunciar la factoría salmantina y sus productos.

Su título, *160 años de publicidad fabril*, atiende a la prueba más antigua que hemos recogido de la publicidad practicada por la empresa: la utilización, para esos fines, de los trofeos conseguidos en la Exposición de la Industria Española celebrada en Madrid a mediados del siglo XIX.

A lo largo de todo ese tiempo concurre una serie de rasgos que define la estética publicitaria de Mirat. Por un lado se ciñe a los cánones estilísticos vigentes en cada momento, pues encontramos papelería de estética romántica, objetos y calendarios modernistas, a principios del siglo XX, y una serie de impresos pertenecientes al *art déco*. Por otra parte, cabe destacar que su interés por la calidad determinó la elección de ciertos artistas o imprentas de prestigio que jalonan la secuencia temporal que abarca la muestra expositiva.

En efecto, a través de estos objetos y documentos se constata la proyección internacional de Mirat: el arte que recorre Europa desde el siglo XIX está presente

en la elección que hace la empresa de la cartelería, la tipografía o la imagerie de sus impresos. La elección de imprentas y artistas rebasa los límites provinciales e incluso nacionales. Así, es fácil encontrar en sus campañas

la elección de buenos dibujantes como J. Martra (autor del cartel publicitario más conocido de Gallina Blanca. c. 1940) o C. Sáenz de Tejada (1897-1954) y de fotógrafos de prestigio, pues llegaría a contar para la elaboración en

# S.A. MIRAT

160 años  
de publicidad fabril



MUSEO DEL COMERCIO  
20 de Septiembre al 20 de Diciembre de 2010

ENTRADA GRATUÍTA

“Aunque los salmantinos consideren esta firma netamente provincial, su sección extremeña, fundamentalmente la que se levantara en la provincia de Cáceres, pudo ser tan importante como la meseteña durante gran parte del siglo XX.”

Cartel exterior de la exposición. El motivo central es una imagen litografiada de la fábrica, fechada c. 1920. / ARCHIVO





Sala 1, detalle. Carteles y portacalendarios anteriores a 1908. / ARCHIVO

alguno de sus calendarios con José Suárez Fernández (1902-1974). También se preocupó, en esa búsqueda de calidad, por imprentas litográficas de reputación internacional, acudiendo frecuentemente a empresas europeas como *Prager & Lodja* y *Heymann & Schmidt, A.-G.*, (Berlín), o *el Istituto Italiano d'Arti Grafiche, Bergamo* (Italia).

Pero también interesa destacar que Salamanca ha ido siempre de la mano de Mirat en su publicidad, ocupando en ella

un lugar destacado. El nombre de la ciudad, la imagen de sus monumentos, fundamentalmente el puente romano y la catedral, "el perfil de Salamanca", se repite una y otra vez en los carteles publicitarios de la empresa

Su larga trayectoria empresarial la hace testigo de la historia de Salamanca desde principios del XIX. Además ha influido en ella no solo aportando inversiones y trabajo sino también trayendo aires europeos, pues

aunque estemos hablando de una gran empresa en el oeste peninsular, Mirat tuvo una proyección nacional e internacional que resulta sorprendente en algunos momentos de su historia.

Addenda: El Museo del Comercio y la Industria de Salamanca, situado en unos antiguos aljibes de la ciudad, es de titularidad municipal. Abre al público de martes a sábado (10-14 h y 17-20 h) y el domingo de 11 a 15 h. El lunes cierra sus puertas. La entrada es gratuita. ■

HIJOS DE MIRAT

SALAMANCA



Postal publicitaria fechada a finales de la década de los veinte. / FOTOGRAFÍA DE ANSEY Y JUANES

*calle central de la Fca de Ácidos*