



HISTÒRIA I GOIG DE LA PUBLICITAT

L'empresari Marc Martí conserva al seu museu la col·lecció d'arts gràfiques i publicitat més important de l'Estat

"P er a mi no té sentit acumular coses a casa i que ningú les vegi. Un col·leccionista ha de ser generós, ha d'explicar allò que té i que tothom pugui gaudir-ne". Marc Martí ho té claríssim. El col·leccionisme és

coneixement, pot servir per explicar el passat, entendre d'on venim, historiar hàbits, costums, modes, estètiques, simbolismes i tots els significats ocults en els objectes i els papers vells. Els objectes tenen vida i memòria, no em cansaré mai de repetir-ho. I és un goig saber i comprovar que un col·leccionista tan il·lustre com Marc Martí, precursor en l'arxivística i difusió de la seva fabulosa col·lecció de publicitat i arts gràfiques, és de la mateixa opinió.

Només arribar a la seu de la seva empresa i mirar-te de lluny l'edifici del carrer Pallars del Poblenou, ja veus que el cartellisme és la seva vida. Les lletres gegants de Calisay, els anuncis de Firestone i Michelin i els cartells lluminosos de bar decoren la façana. També hi ha una placa de l'avinguda Alcalde Porcioles. Però està cap per avall. Més simbòlic impossible. El Marc va fundar l'empresa que porta el seu nom el 1977 i al principi enganxava ell mateix els cartells amb la moto, el pot d'aigua engomada i l'escombra. Avui, quaranta-cinc anys

després, la marca Marc Martí és referent català dins el sector de la cartellera publicitària a Catalunya: les banderoles, els anuncis dels busos i les parades, els cartells de les campanyes electorals, la distribució porta a porta –la bustiada– i totes les formes de producció i distribució de publicitat. Un pirulí –potser el format barceloní més històric i emblemàtic– rep també els treballadors i els visitants a la porta de l'empresa. Hi ha cartells dels nous concerts de Joaquín Sabina i Hombres G i també un de lila que diu "Ser republicana és ser feminista". Javier Pérez Andújar té una màxima preciosa: "El cartellisme és un dels arts més bonics del món". El museu de Marc Martí, al pis de dalt de la seva empresa, és un tresor. Un tresor que ell mateix m'ensenya i m'explica, acompanyats de l'Alfons, el seu arxiver imprescindible, i del Josep Valsells, botiguer d'El Col·leccionista, proveïdor essencial del seu fons i gran amic.

Entro entortolligant el coll de tants estímuls que m'aclaparen tan sols passar per la porta del museu. I el primer que m'enamora és el cartell lluminós de Vinçon que van regalar al Marc quan la fabulosa botiga del passeig de Gràcia va tancar, fa set anys. Quina meravella! Com aquell qui diu, no queda ni un pam de paret lliure. Però tots els elements estan disposats amb harmonia i bon gust. Quantes peces hi teniu? Ui, impossible saber-ho. "Jo diria que tres o quatre milions de peces", s'aventura el Josep.

TEXT

Toni Vall



Coses que cridin l'atenció? Les cadires de la històrica cafeteria Moka. Cartells despenjats d'innombrables bars, restaurants, benzineres, comerços, façanes, aparadors... Objectes publicitaris de totes les marques d'alimentació, cosmètica, automoció, begudes, farmàcia, esport, espectacles... Ordenats majoritàriament per temàtiques, però també per autors, com Ramon Casas i Cesc –per posar-ne tan sols dos exemples– o per formats: llumins, calendaris, ventalls, *displays*, xapes, pirulís, rellotges, xiuletets, navalles, obrecartes, llevataps, sotagots, postals, ninots, opuscles... i cartells de tota mena, que sens dubte són la joia de la corona.

“La col·lecció és privada, però té la clara voluntat de ser coneguda i gaudida per tothom que ens ho demani”, recalca Martí. En aquest sentit, ja han fet nombroses col·laboracions amb institucions, publicacions i entitats museístiques de tot el món. Sempre de manera desinteressada. La col·lecció que veuen els meus ulls és, simplement i clarament, la col·lecció més important d'arts gràfiques i publicitat de l'Estat. Però com va començar tot? Se li fa difícil precisar-ho amb exactitud. De petit, amb molts germans a casa, li agradava molt anar a comprar i fixar-se en els comerços i tots els elements

•
“Per a mi no té sentit acumular coses a casa i que ningú les vegi”
 •

que formaven part de l'engranatge publicitari al punt de venda. Potser van ser els taps corona –de les cerveses i refrescos– i les plaques de cava els que van decantar-lo definitivament cap al col·leccionisme conscient.

Com gaudeixen ensenyant-me l'àlbum dedicat a les postals il·lustrades de Ramon Casas. El Marc i l'Alfons podrien passar-se hores analitzant els missatges, les línies, l'estètica, els recursos simbòlics... La quantitat d'informació que conté una simple postal publicitària en què una dona jeu sobre una *chaise longue* amb una copa que regalima cava Codorníu. O amb el cartell polític i reivindicatiu de protesta contra l'empresonament, el consell de guerra i l'execució de Salvador Puig Antich. Impres clandestinament, amb impressió deficient i poques còpies: “És una peça històrica, si t'ensampaven imprimint això te n'anaves de pet a la garjola!”

Viure de la publicitat del present, empaperar Barcelona amb anuncis plens d'idees, de creativitat, d'intencions. I, alhora, gaudir la publicitat del passat, conservar-la, historiar-la, explicar-la. Pel goig de col·leccionar-la i de cedir als altres el coneixement que conté. Un cercle virtuós. ●

DIVERSITAT

La col·lecció de Marc Martí està dedicada al món de la publicitat i les arts gràfiques, principalment catalanes i espanyoles, i majoritàriament impreses sobre paper. Disposa de referències diferents, que van des del 1840 fins a l'actualitat, essencialment cartells de diversos formats, però també llumins, calendaris, ventalls, *displays*, xapes, pirulís, rellotges, navalles, obrecartes, postals, entre altres.



UN CLÀSSIC BARCELONÍ

El cartell lluminós de Vinçon que van regalar al Marc Martí quan la botiga del passeig de Gràcia va tancar, fa set anys.