



DATOS CARTOGRÁFICOS

Autoría	Fábrica de azulejos de Francisco Lahuerta
Lugar de producción	Manises
Lugar de procedencia	Manises
Título/nombre objeto	Panel publicitario Rhum Negrita
Fecha	1928-1936
Medidas	149,1 × 74,1,6 × 1,1 cm
Materiales/técnica	Mayólica calcárea blanca, vidriado transparente
N.º Inventario	3566
Ubicación en el museo	Sala 5

DESCRIPCIÓN

Panel publicitario realizado en la fábrica de azulejos de Francisco Lahuerta (Manises) que consta de 50 azulejos de 15 x 15 cm. La pieza reproduce en cerámica uno de los carteles de la conocida marca de ron jamaicano de la empresa Rhum Negrita Bardinet S.A. Barcelona. El motivo iconográfico es una mujer de raza negra que lleva sobre una bandeja una enorme botella de ron de la marca. En el ángulo inferior derecho se presenta la marca de la fábrica, conformada por una adaptación del emblema de la ciudad de València con la cartela "Lahuerta Manises". Francisco Lahuerta inició la fabricación de azulejos, según la documentación cotejada por Josep Pérez Camps, alrededor de 1925 y dejó de producir azulejos en 1939 porque fue encarcelado consecuencia de su militancia en favor de la República (fue alcalde de Manises en 1939). La fábrica se ubicaba en lo que hoy son los números 104-108 de la calle mayor de Manises, aunque el edificio fue derribado hace apenas unos años. Se trataba de una empresa media y poco tecnificada. El panel fue recuperado por el Museo de Cerámica de Manises en el año 2000, antes del derribo de la fábrica.

DATOS CARTOGRÁFICOS

Tema Relacionado	Género y etnicidad Género y clase social
Relectura	En el primer tercio del siglo XX, la publicidad vive un auge como consecuencia de la consolidación del comercio y de la diversificación de la competencia en las ciudades. Entre los diversos métodos y técnicas publicitarias, los paneles cerámicos eran elegidos en numerosas ocasiones por empresas para publicitar sus productos, ya que se trataba de un material resistente a las condiciones climatológicas y ambientales de los espacios exteriores. En València, una de las principales fábricas de azulejos

especializadas en la rotulación de carteles publicitarios fue la de Francisco Lahuerta en Manises, quien trabajó con marcas todavía conocidas actualmente como Rhum Negrita Bardinnet. En el panel conservado hoy en el Museo de Cerámica de Manises, apreciamos a una mujer de raza negra que lleva sobre una bandeja una enorme botella de ron de la famosa marca de ron jamaicano que nos permite reflexionar sobre la representación de las mujeres y, en este caso, de las mujeres negras en la publicidad occidental. Intentaremos que esta relectura cuestione los paradigmas raciales occidentales y desarticule las relaciones de dominación / dominado, contantes en la historia y la cultura occidental.

La publicidad acostumbra a utilizar estereotipos, o lo que es lo mismo imágenes simplificadas de lo que debe de ser cierta categoría de personas, con el fin de que su mensaje llegue directamente al futuro/a comprador/a. Los estereotipos van acompañados, muy habitualmente, de prejuicios, que son también transferidos a partir de la publicidad y asimilados por el imaginario colectivo con total normalidad. Uno de los elementos que implican discriminación racial son la utilización del diminutivo "negrita" para hacer alusión a una mujer negra, recalcando la infantilización y la sumisión de las mujeres y de las culturas africanas con respecto al hombre blanco occidental. También podemos recalcar la utilización de una mujer de origen africano para recalcar el carácter exótico de la bebida alcohólica que se publicita y, por último, la representación de dicha mujer negra como una persona de clase social baja, ya que la indumentaria y la acción de la protagonista del cartel nos remiten a una trabajadora que sirve a otra persona o, en este caso, a todos los hombres occidentales que compren el producto. En este último caso podemos afirmar que era habitual en la publicidad de prácticamente todo el siglo XX encontrar personas negras representadas en el papel de sirvientes. El cartel publicitario de Rhum Negrita fue realizado en la década de 1930, por lo que podríamos considerar que la estereotipación que reproduce es cosa del pasado, pero lo cierto es que la marca continúa en el mercado en la actualidad con el mismo nombre y su imagen continúa vinculada a la de una mujer africana.