



Las tarjetas comerciales de Liebig: una historia material y visual

Curso de posgrado, Universidad de Buenos Aires, en el marco del Centro Franco-Argentino.

Por Anne-Valérie DULAC (Senior Lecturer in Elizabethan Studies - Sorbonne Université) y Claudia ROMAN (Instituto Ravignani, Universidad de Buenos Aires / CONICET)

avdulac@gmail.com - balerdiroman@gmail.com

Fechas, horarios, lugar

Desde el lunes, 8 de septiembre hasta el viernes, 12 de septiembre de 2025
de 15 a 18 horas.

Instituto de Historia Argentina y Americana "Dr. Emilio Ravignani", dirección 25 de Mayo 221, 2do. piso, CABA
Aula "C"

Sumario

Este curso examina la producción de tarjetas publicitarias de la empresa Liebig desde 1872 hasta mediados del siglo XX. Liebig, que explotaba las cabañas ganaderas de Uruguay y Argentina para producir su famoso extracto de carne, fue el principal proveedor de este tipo de material publicitario durante todo el periodo en Europa.

Las tarjetas comerciales editadas por la empresa Liebig, a menudo publicadas en diversas lenguas, circularon masivamente a partir de la década de 1870, sobre todo en Europa y los Estados Unidos. Constituyeron un elemento central de la estrategia comercial internacional de la empresa, cuyas fábricas instaladas en Argentina y Uruguay eran de gran magnitud. Las tarjetas, muy llamativas, resultan un testimonio de la circulación de paisajes, tipos humanos y temas que interesaba a la empresa difundir, buscando captar la atención de su público a través de representaciones a menudo estereotipadas.

A partir de un análisis material y visual de estos mapas y de su evolución, se trata de comprender mejor las razones de la elección del formato, los temas, el tratamiento y el brillo, con el fin de captar las cuestiones históricas, sociales y culturales implicadas. Este curso se basa en los trabajos de investigación realizados por Anne-Valérie Dulac como investigadora residente en el Mucem (Museo de Civilizaciones de Europa y del Mediterráneo), que posee una de las mayores colecciones públicas de *carte réclame* de Francia.

Lengua de enseñanza y textos utilizados

El seminario se impartirá en inglés y español.

Programa del seminario

El seminario constará de 4 sesiones de 3 horas cada una (12 horas en total).

Please note: We will devote the beginning of each session to a lecture that will establish the historical and technical foundations of the discussion, before turning, in the final part of each session, to a collective examination of selected series of chromolithographed trade cards.

Clase 1: lunes, 8 de septiembre

Chromolithographed Trade Cards: The Rise of a Medium

In this first session, we will look at the rise of chromolithography and the changes it triggered in advertising production. After discussing the technical developments that made its emergence possible, we will examine the major transformations it accompanied in late 19th-century Europe, more particularly the shifts in the economic and commercial sectors. This will allow us to situate this invention and its role at the heart of the history of mass advertising techniques. Finally, we will focus more specifically on the trade card as an object within this wider history. We will in particular try and distinguish the advertising card from other types and formats of chromolithographic commercial production (such as posters, labels, etc.).

Clase 2: martes, 9 de septiembre

Liebig - The Birth of a Brand & its Advertising Strategy

In this second session, we will turn to the specific history of the Liebig company, founded in the second half of the 19th century. After retracing the different stages that led to its creation, as well as Baron Liebig's role in the company's history, we will consider its international dimension, particularly the ties connecting this company to Argentine and Uruguayan history. We will then focus on the key elements of the brand's innovative advertising strategy and the media and supports it favoured. This will lead us to examine the central role which the production of chromolithographed cards played in the development of this multinational company, and what this reveals about an early form of commercial storytelling. We will also seek to place Liebig's card production in the broader context of advertising practices of competing brands.

Clase 3: miércoles, 10 de septiembre

Trade Cards & the Making of a European Visual Canon

In this third session, we will focus on the subjects depicted on Liebig cards, with particular attention to extra-European themes (especially South American ones). We will demonstrate how these advertising products are part of a key moment in the construction of a canonical European visual culture, one that partly relies on political, colonial, gendered, and racial power structures. We will also consider children as new targets of marketing experts and explore what these cards borrowed from contemporary European educational reforms, in order to implement a programme that went far beyond mere commercial requirements.

Clase 4: jueves, 11 de septiembre

The Performance of Images - The Dramatic 'Puissance' of Trade Cards

This final session will examine a specific aspect of chromolithographed trade card production: the representation of literary subjects, and more particularly theatrical ones. We will explore what these series of literary-themed cards reveal about the interactions between contemporary literary or theatrical developments and advertising, and how they paved the way for strategies that exploited key cultural and artistic fields for advertising purposes.

Clase 5:

Bibliografia

BORETTO OVALLE René, 'Fray Bentos : une cité ouvrière de l'industrie de la viande (Uruguay)', in *Villages ouvriers et villes-usines à travers le monde*, ed. Gracia Dorel-Ferré, Chambéry : Université de Savoie Mont Blanc, 2016, p. 211-222.

DOOTSON Kirsty Sinclair, *The Rainbow's Gravity. Colour, Materiality and British Modernity*, New Haven and London: Yale University Press, 2023.

Figurine e menù Liebig: guida illustrata, Milano: Sanguinetti, 11th edition. 1990.

FINLAY Mark R., 'Quackery and Cookery: Justus Von Liebig's Extract of Meat and the Theory of Nutrition in the Victorian Age', *Bulletin of the History of Medicine*, Fall 1992, vol. 66, n. 3, p. 404-418.

GALLUZO Anthony, 'Chromolithographed history: brands' trade cards and the co-construction of the French "roman national" (1900s-1930s), *Journal of Historical Research in Marketing*, Sept. 2021. DOI:[10.1108/JHRM-05-2021-0020](https://doi.org/10.1108/JHRM-05-2021-0020).

GIRAUD Isabelle, *Une Aventure: la chromolithographie à travers l'exemple des cartes-réclame produites par l'association d'ouvriers lithographes de Paris de 1866 à 1814*, DEA d'histoire de l'art, Université de Nanterre, 1997.

JEANMART Martin, *Les Chromos Liebig, 1872-1962 le monde des images. Le cercle des connaissances, une vision de la Belgique et du monde*, Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de licencié en histoire par Martin Jeanmart Année Académique 1992-1993, Bruxelles.

LEWOWICZ Lucía. *Lemco. Un coloso de la industria cárnica en Fray Bentos, Uruguay. Instituto Nacional de Carnes*. Montevideo: Zona Editorial, 2016.

ROBIN Christian, 'Aperçus sur les images publicitaires destinées aux enfants à la fin du XIXe et au début du XXe siècle', in *Images, sons et matériaux en collections*, Paris: Éditions du Comité des travaux historiques et scientifiques, 2023. DOI: <https://doi.org/10.4000/books.cths.18161>

ORTEA Adriana, 'Construir *LIEBIG*, un pueblo industrial en Entre Ríos. Origen alemán de un emprendimiento inglés', in *Cuadernos del archivo*, ed. Regula Rohland de Langbehn, Publicaciones del Centro DIHA, año III (2019), n° 5/6, p. 17-33

TWYMAN Michael, *A History of Chromolithography: Printed Colour for All*, London: The British Library, 2013.