

# DISEÑANDO EL AROMA. De las colonias a granel al refinamiento contemporáneo

## 1. LAS GRANDES BOTELLAS DE COLONIA EN LAS PERFUMERÍAS DE ANTAÑO

En esta vitrina encontramos un frasco de colonia diseñado para la casa Myrurgia, de grandes dimensiones que hemos elegido, especialmente, para ser nuestra pieza del mes marzo. El recipiente, que entró en nuestras colecciones por donación, proviene de la Peluquería Salvador, situada en la calle Don Ramón de la Cruz nº 70, inaugurada a principios del siglo XX.

Entre finales del siglo XIX y los primeros años del XX era habitual encontrar en las perfumerías enormes frascos de vidrio —a veces de más de un litro— que contenían colonias listas para ser servidas en envases más pequeños. Este sistema permitía abaratar costes y fomentaba la reutilización de botellas, algo muy común en los hogares de la época.

Aunque apenas hay descripciones al detalle sobre el proceso de diseño de estos grandes depósitos, evidencian, sin embargo, que el sector estaba experimentando una profunda modernización en la fabricación industrial de las colonias y perfumes que contenían, gracias a los avances químicos del siglo XIX, lo que facilitó la difusión masiva de fragancias y lociones.

Hoy, estos frascos evocan el encanto de aquellas antiguas droguerías: piezas con marcada presencia, decorativas y pensadas para lucir en los mostradores de madera.

---

## 2. MYRURGIA: MODERNIDAD, ARTE Y DISEÑO

La casa perfumista Myrurgia nació en Barcelona en 1916 de la mano de **Esteve Monegal i Prat** y pronto se convirtió en un referente español con eco internacional.

Su gran originalidad residió en la unión de estética y producción: Monegal, vinculado al Novecentismo, cuidó minuciosamente la imagen de la marca, desde los frascos y estuches hasta la publicidad, en muchos casos creada junto al artista **Eduard Jener**.

Los perfumes de Myrurgia, como **Maderas de Oriente** o **La Maja**, destacaban por su exotismo y por la elegancia de unos envases que combinaban influencias modernistas y art déco.

Su sede principal se instaló en un edificio racionalista proyectado por **Antoni Puig i Gairalt** entre 1928 y 1930, considerado una de las obras industriales más interesantes de este estilo arquitectónico.

Aunque sus productos se vendieron en las más prestigiosas perfumerías madrileñas, las fuentes consultadas no mencionan una delegación en Madrid. La fábrica, así como la dirección artística y administrativa, estuvieron siempre en Barcelona.

---

## 3. TÓRTOLA VALENCIA, LA MUSA QUE DEFINIÓ LA MARCA

La imagen más emblemática de Myrurgia fue la del jabón *La Maja*, inspirada en la bailarina **Carmen Tórtola Valencia** (Fig. 1 Vía: Todocolección) artista magnética del primer tercio del siglo XX: cosmopolita, rompedora y admirada también en los escenarios nacionales y europeos.

La imagen fue utilizada para el resto de los productos de esta línea. Realizada por Eduard **Jener**, tomó como referencia una fotografía del espectáculo *La Tirana*, interpretado por la propia Tórtola Valencia. (Fig.2 Vía: Museo Areynes de Mar)

Su figura aportó a la publicidad un aire nuevo: sensual, moderna, teatral y llena de misterio. Encarnaba una feminidad fuerte, autónoma y profundamente contemporánea.



Fig.1

Figura 1



Fig. 2

Figura 2

#### **4. LA PERFUMERÍA FEMENINA EN LA ESPAÑA DE FINALES DEL XIX**

El final del siglo XIX supuso un punto de inflexión para la perfumería.

Los progresos de la química permitieron fabricar aromas de manera industrial y asequible, dejando atrás los métodos artesanales heredados durante generaciones.

En esos años, muchas mujeres españolas incorporaron a su tocador colonias suaves, jabones perfumados, aceites y lociones. Más que adornos, estos objetos empezaban a formar parte del cuidado personal y del ideal de elegancia femenina.

Durante las primeras décadas del siglo XX, firmas como Myrurgia transformaron la perfumería en un ámbito donde la fragancia y la estética caminaban juntas.

La venta a granel siguió conviviendo con frascos cada vez más elaborados, reflejo de un tiempo de transición entre lo doméstico y la nueva industria moderna que convirtió los envases en auténticos objetos de diseño.